

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Publik adalah sekumpulan orang yang mempunyai minat atau kepentingan yang sama mengenai suatu hal, walaupun satu sama lain belum tentu saling mengenal. Publik dalam *Public Relations* ada 2 yaitu publik internal dan publik eksternal. Publik internal yaitu karyawan, pemegang saham, sedangkan publik eksternal yaitu pelanggan, masyarakat sekitar, pemerintah, pers dan mitra.

Publik yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar. Masyarakat sekitar merupakan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan dan masyarakat sekitar bisa juga disebut sebagai komunitas lokal atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan langsung atau tidak langsung dengan perusahaan, karena masyarakat merupakan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Peran masyarakat sekitar sangat penting untuk perusahaan dalam bidang kehumasan.

Masyarakat sekitar perusahaan mempunyai andil dalam membentuk opini publik. Opini Publik adalah pendapat umum tentang hal-hal yang baru yang didukung oleh sebagian besar ataupun beberapa orang saja, baik dilingkungan kecil maupun besar. Opini publik dibentuk secara berencana dan dimanipulasikan dalam kegiatan-kegiatan *Public Relations*. Opini publik merupakan pendapat bersama, yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang upaya komunikasi, seperti antara lain bisa dilakukan dalam kegiatan *Public Relations*.

Opini publik yang berkembang diharapkan dapat membentuk pandangan mengenai citra yang positif. Membentuk citra positif dapat dilakukan dengan berbagai macam kegiatan salah satunya adalah dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk jalinan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan masyarakat/warga sekitar perusahaan untuk membentuk rasa saling pengertian diantara kedua belah pihak. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan merupakan cara yang baik untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitarnya, kegiatan ini dapat menghasilkan opini yang baik untuk perusahaan.

Kedudukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin kuat setelah dinyatakan dalam UU PT No.40 tahun 2007 yang belum lama ini disahkan oleh DPR, yang menyatakan bahwa PT yang menjalankan usaha dibidang yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan (pasal 74 ayat 1).

Peraturan lain membahas *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah UU No.25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa “setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”, meskipun UU ini telah perseorangan yang mengabaikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (pasal 34) harus mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan nasional.

Peraturan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang relatif lebih terperinci adalah UU No. 19 tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh peraturan menteri negara BUMN No. 34 tahun 2007 mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan itu beraneka ragam, seperti istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digunakan oleh PT. South Pacific Viscose adalah *Community Development*. *Community Development* merupakan suatu kegiatan pengembangan masyarakat yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan terutama oleh perusahaan besar, karena kini program *Community Development* sudah menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan dan dengan melakukan kegiatan *Community Development* maka masyarakat diperkirakan memiliki pandangan atau nilai yang baik mengenai perusahaan itu sendiri dan tentunya program ini memiliki keuntungan bagi kedua belah pihak.

Program *Community Development* merupakan peran aktif yang dilakukan oleh perusahaan dalam membantu mensejahterakan masyarakat sekitar perusahaan demi menciptakan hubungan yang harmonis, dengan terbinanya hubungan yang baik dan harmonis maka akan menghasilkan opini masyarakat yang baik bagi perusahaan dan dengan opini masyarakat baik tentu akan menjadi keuntungan tersendiri untuk perusahaan. *Community Development* merupakan kegiatan pengembangan masyarakat (komunitas) yang dilakukan secara terencana, untuk

mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pengembangan sebelumnya.

Seiring perubahan zaman dan perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini perusahaan melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan nilai positif dalam setiap program yang dilakukan salah satunya dengan kegiatan *Community Development*. Kegiatan *Community Development* yang dilakukan oleh perusahaan tentunya akan menghasilkan suatu opini masyarakat mengenai perusahaan.

Program *Community Development* merupakan strategi kehumasan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan menciptakan opini yang baik mengenai perusahaan. Melihat dari pentingnya kegiatan *Community Development* untuk mengetahui opini masyarakat maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian mendalam mengenai program *Community Development* PT. South Pacific Viscose.

PT. South Pacific Viscose Purwakarta merupakan perusahaan penghasil fiber yang diberi nama Viscose yang lebih dikenal sebagai bahan dasar tekstil. PT. South Pacific Viscose Purwakarta membutuhkan adanya penanganan dan pengendalian distribusi persediaan yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan bahan dasar tekstil lainnya.

PT. South Pacific Viscose senantiasa berupaya untuk dapat berkontribusi, melakukan peran dan tanggung jawab sosialnya dengan memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan dengan program kegiatan *Community Development*. PT. South Pacific Viscose menyadari akan pentingnya berhubungan baik dengan masyarakat sekitar perusahaan, karena memahami bahwa keberadaan

perusahaan harus bisa memberi nilai tambah bagi kehidupan masyarakat dan lingkungan, maka dari itu PT. South Pacific Viscose menerapkan program kegiatan *Community Development*.

Program kegiatan *Community Development* yang dilakukan PT. South Pacific Viscose kepada masyarakat sekitar sebagai salah satu tanggung jawab sosial perusahaan dalam kegiatan pendidikan yang dilakukan. Kegiatan *Community Development* oleh PT. South Pacific Viscose diantaranya pemberian beasiswa berupa pembayaran uang SPP tiap bulan untuk siswa SMA/Sederajat yang berasal dari keluarga kurang mampu dimasyarakat sekitar perusahaan yaitu Desa Cicadas, pemberian beasiswa untuk mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi negeri dari Desa Cicadas, bantuan untuk mendukung kegiatan PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) Desa Cicadas, bantuan untuk kegiatan-kegiatan kenaikan kelas di Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar dan Madrasah yang ada di Desa Cicadas.

Kegiatan *Community Development* lainnya yang dilakukan oleh PT.South Pacific Viscose adalah kegiatan kesehatan dengan memberikan, pelayanan kesehatan gratis untuk masyarakat Desa Cicadas yang dilaksanakan tiap hari Kamis di tiga tempat berbeda (RK.04, RK.05 dan Desa Cicadas), bantuan pengobatan untuk warga kurang mampu RK.05 kampung Ciroyom, pemberian makanan tambahan bernutrisi untuk posyandu yang dilaksanakan di lima (5) RK di Desa Cicadas tiap bulan, bantuan pengobatan untuk anak yang terkena flek/ bronchitis paru.

Kegiatan *Community Development* Kredit Mikro Untuk Usaha Kecil, merupakan kegiatan pemberian pinjaman modal berupa dana bergulir tanpa bunga untuk membantu mengembangkan usaha kecil, kemudian kegiatan sosial bentuk dari kegiatannya adalah, pembagian beras tiap bulan untuk orang jompo, anak yatim/piatu, serta guru ngaji di Desa Cicadas, pembagian beras tiap dua bulan sekali untuk seluruh kampung Ciroyom, pemberian bantuan sumbangan untuk kegiatan-kegiatan di desa Cicadas dan sekitarnya seperti acara peringatanhari besar agama maupun hari besar nasional, bantuan dana santunan untuk keluarga orang yang meninggal dunia, dan bantuan untuk kegiatan ibu-ibu PKK.

Perbaikan Infrastruktur merupakan salah satu dari kegiatan *Community Development* adapun kegiatan yang dilakukannya yaitu, bantuan perbaikan rumah tidak layak huni (Rutilahu), bantuan untuk sarana olah raga badminton dan futsal. Kegiatan *Community Development* lainnya yaitu suplai air bersih dengan kegiatan sebagai berikut, membantu pengadaan drum penampung air untuk Desa Cicadas, bantuan penyaluran air bersih untuk Desa Cicadas.

PT. South Pacific Viscose terlihat secara konsisten telah membuktikan komitmen yang kuat dan dapat memberikan kontribusi yang positif dan bermanfaat terhadap masyarakat sekitar melalui program *Community Development* sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, semua ini menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan kondisi masyarakat sekitar sehingga tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan satu sama lain.

PT. South Pacific Viscose terus berusaha menjalin hubungan yang baik dan kondusif dengan seluruh pemangku kepentingan perusahaan, terutama masyarakat

sekitar melalui berbagai kegiatan kesehatan, pendidikan, kredit mikro, infrastruktur, dan sosial, dari beberapa program *Community Development* yang dilakukan oleh PT. South Pacific Viscose.

Pada penelitian ini, peneliti hanya ingin memfokuskan pada kegiatan *Community Development* kredit mikro usaha kecil. Kredit mikro usaha kecil merupakan program simpan pinjam untuk masyarakat kecil yang bertujuan untuk bisa berwirausaha. Kredit mikro ditujukan kepada masyarakat yang tidak memiliki jaminan, pekerjaan tetap, dan bukan karyawan pada PT. South Pacific Viscose, dan untuk masyarakat yang memang benar-benar membutuhkan pertolongan untuk menjadi berdaya, mandiri dan bermartabat.

Berdasarkan hasil dari observasi awal peneliti dengan Ibu Titi Hidayatun, selaku *Deputy Community Development* menjelaskan bahwa program *Community Development* bertujuan untuk mempererat silaturahmi dan membangun masyarakat, menjadikan masyarakat untuk menjadi berdaya, mandiri dan bermartabat. Kegiatan *Community Development* program kredit mikro untuk usaha kecil yaitu pemberian pinjaman modal berupa dana bergulir tanpa bunga untuk membantu mengembangkan usaha kecil, dan menjadikan masyarakat yang mandiri.

Kegiatan *Community Development* yang dilakukan oleh PT. South Pacific Viscose dalam bentuk kredit mikro usaha kecil mempunyai tujuan untuk mempererat silaturahmi dan membangun masyarakat yang mandiri. Manfaat dari kegiatan *Community Development* PT. South Pacific Viscose ini juga dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan.

Berdasarkan hasil dari observasi awal peneliti dengan salah satu masyarakat Desa Cicadas yaitu Ibu Anih menjelaskan bahwa kegiatan *Community Development* kredit mikro usaha kecil sangat membantu masyarakat kecil khususnya bagi masyarakat kurang mampu.

Hasil dari observasi awal lainnya dengan salah satu masyarakat desa Cicadas yaitu Ibu Heni menjelaskan bahwa program *Community Development* kredit mikro usaha kecil sangat membantu masyarakat kurang mampu khususnya warga RK.04.

Program *Community Development* kredit mikro usaha kecil memang sangat membantu masyarakat Desa Cicadas Purwakarta menjadi lebih mandiri dan juga berpenghasilan, tapi kredit mikro usaha kecil ini hanya untuk masyarakat Desa Cicadas yang bukan karyawan dari PT. South Pacific Viscose.

Berdasarkan hasil observasi awal dengan salah satu masyarakat Desa Cicadas Purwakarta, yaitu Ibu Nining menjelaskan program *Community Development* sangat membantu masyarakat Desa Cicadas dan terlihat sekali bahwa PT. South Pacific Viscose telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitar perusahaan.

Hasil pra-wawancara terakhir dengan salah satu masyarakat Desa Cicadas Purwakarta, yaitu Ibu Mumun mengemukakan mengenai program *Community Development* sangat membantu masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri khususnya dalam program kredit mikro usaha kecil, seperti tujuan dari PT. South Pacific Viscose melakukan program *Community Development* bertujuan untuk membentuk masyarakat yang mandiri.

Hasil dari observasi awal peneliti melihat bahwa kegiatan *Community Development* yang dilakukan oleh PT. South Pacific Viscose dalam bentuk kredit mikro usaha kecil yang bertujuan untuk mempererat silaturahmi dan membangun masyarakat yang mandiri memiliki opini-opini yang baik dimasyarakat Desa Cicadas dan manfaat dari kegiatan *Community Development* PT.South Pacific Viscose ini juga banyak dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan hingga menghasilkan opini publik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Opini Publik Tentang Program *Community Development* PT. South Pacific Viscose”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penulis membuat pertanyaan penelitian yang menjadi acuan penulis dalam mengerjakan penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kepercayaan (*belief*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*?
2. Bagaimana persepsi (*perception*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui kepercayaan (*belief*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*.

2. Untuk mengetahui persepsi (*perception*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan secara Ilmuan

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna secara teoritis terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi, yaitu untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan gambaran yang jelas mengenai program *Community Development* atau kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang Opini Publik Tentang Program *Community Development* PT. South Pacific Viscose yang bersifat kualitatif. Peneliti ingin mengetahui kepercayaan (*belief*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*, dan juga ingin mengetahui persepsi (*perception*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*. Kegunaan secara praktis ini juga mengungkapkan kegunaan dari sisi manfaat penelitian untuk instansi pendidikan, mahasiswa dan peneliti.

1. Kegunaan Penelitian Bagi Instansi Pendidikan

Secara teoritis dapat memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman dari Opini Publik Tentang Program *Community Development* PT. South Pacific Viscose.

2. Kegunaan Penelitian Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan teori dan konsep humas serta berguna bagi mahasiswa dalam

menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori-teori humas di lapangan.

3. Kegunaan Penelitian Bagi Penulis

Berguna sebagai suatu pembelajaran, sumber pengetahuan dan pengalaman tentang dunia kehumasan khususnya mengenai Opini Publik Tentang Program *Community Development* PT. South Pacific Viscose dengan studi kasus pada masyarakat Desa Cicadas Purwakarta.

1.5.2 Kegunaan Secara Praktis

Kegunaan secara praktis ini, Peneliti ingin mengetahui kepercayaan (*belief*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*, dan juga ingin mengetahui persepsi (*perception*) masyarakat tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*. Kegunaan secara praktis ini juga mengungkapkan kegunaan dari sisi manfaat penelitian untuk perusahaan, praktisi humas dan masyarakat.

1. Kegunaan Penelitian bagi Perusahaan

Kegunaan untuk perusahaan dengan secara tidak langsung dapat merangkul publik eksternal dengan memberikan kesempatan penelitian kepada mahasiswa. Manfaat penelitian bagi perusahaan yakni sebagai sarana membangun eksistensi, reputasi juga transparansi bagi masyarakat untuk membangun citra positif dan opini positif mengenai perusahaan.

2. Kegunaan Penelitian bagi Praktisi Humas

Kegunaan untuk meningkatkan peran Humas dalam memperhatikan opini masyarakat tentang *Community Development* dan menjalin hubungan yang baik dengan publik eksternal perusahaan.

3. Kegunaan Penelitian bagi Masyarakat Luas

Kegunaan untuk memberikan pengetahuan mengenai opini publik tentang *Community Development* serta menambah pemahaman tentang peran Humas yang sebenarnya.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian sebagai bahan masukan. Peneliti mengklasifikasikan penelitian terdahulu agar terlihat perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti.

Beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan sebagai berikut :

Penelitian pertama oleh Carlina Ulfah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Humas pada tahun 2014. Penelitian ini berjudul kegiatan program *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Dirgantara Indonesia (Persero)* (studi kasus kegiatan *Corporate Social Responsibility* bidang pendidikan dalam membangun citra perusahaan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perencanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Dirgantara Indonesia (persero)* dalam membangun citra perusahaan, dan untuk mengetahui proses evaluasi kegiatan

program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Dirgantara Indonesia (persero) dalam membangun citra perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dilakukan sebagai strategi untuk menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Implementasi program kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Dirgantara Indonesia (Persero) bidang pendidikan menimbulkan kepercayaan masyarakat sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara masyarakat dan perusahaan, dengan demikian masyarakat memiliki pandangan baik terhadap perusahaan.

Penelitian kedua oleh Darajat Andy Sugiharto mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Humas pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Pembentukan Citra PT. PINDAD (Persero).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan kesehatan sebagai upaya tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembentukan citra PT. PINDAD (persero), dan juga untuk mengetahui kegiatan bidang pendidikan sebagai upaya tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembentukan citra PT. PINDAD (persero), dan untuk mengetahui kegiatan sosial keagamaan tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembentukan citra PT. PINDAD (persero).

Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. PINDAD (Persero) mampu membantu kebutuhan

masyarakat dalam bidang kesehatan, bidang pendidikan dan sosial keagamaan, hal tersebut mendapat respon dan tanggapan positif dari masyarakat terhadap PT. PINDAD (Persero), sehingga dapat disimpulkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilaksanakan PT. PINDAD (Persero) dapat membentuk citra positif perusahaan dibenak publiknya.

Penelitian ketiga oleh Agus Triyono mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta prodi Ilmu Komunikasi pada tahun 2014. Penelitian ini berjudul pemberdayaan masyarakat melalui *Community Development* program posdaya (pos pemberdayaan keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk pabrik Cilacap.

Penelitian ini bertujuan untuk mngetahui pemberdayaan masyarakat melalui program melalui *Community Development* program posdaya (pos pemberdayaan keluarga) yang dilakukan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk pabrik Cilacap. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Holcim Indonesia Tbk berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4 pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan, untuk tahapan dalam pelaksanaan posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana posdaya. Kegiatan posdaya dijalankan dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM, berpusat pada *Community Relations Departement* PT. Holcim Indonesia Tbk.

Penelitian keempat oleh D. Ishak Maulani mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Humas pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Strategi

humas perum perhutani dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan yang dilakukan oleh humas perum perhutani dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* , dan untuk mngetahui evaluasi yang dilakukan oleh humas perum perhutani dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa humas perum perhutani selalu mengevaluasi program kehumasan yaitu program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan selalu mempersiapkan dengan matang dalam setiap perencanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk bisa terlaksana dengan baik.

Peneliti kelima oleh Endah widowati mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora program studi ilmu komunikasi pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul Strategi Dan Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan startegi dan implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui program kemitraan dan bina lingkungan PT. Madubaru PG-PS Madukismo. Bedasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui PKBL di PT. Madubaru PG-PS Madukismo diukur dengan dengan implemetasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* era modern dan sudah sesuai

dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* era modern dan dilakukan dengan dua hal, yaitu *Bottom Up Procces* dan *Top Down Procces*.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
Carlina Ulfah (2014)	kegiatan program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Dirgantara Indonesia (Persero) (studi kasus kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> bidang pendidika	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dilakukan sebagai strategi untuk menjalin hubungan yang	Penelitian terdahulu ini memberi masukan positif untuk penelitian yang akan dilaksanak an	Penelitian ini lebih memfokuskan pada program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada kegiatan pendidikan dan juga pengembangan citra.

	<p>n dalam membang un citra perusahaa n).</p>		<p>harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Implementasi program kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Dirgantara Indonesia (Persero) bidang pendidikan menimbulkan kepercayaan masyarakat sehingga terjalin hubungan yang</p>		
--	---	--	--	--	--

			<p>harmonis antara masyarakat dan perusahaan, dengan demikian masyarakat memiliki pandangan baik terhadap perusahaan.</p>		
<p>Darajat Andy Sugihar to 2012</p>	<p>Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dalam Pembentukan Citra PT. PINDAD</p>	Kualitatif	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. PINDAD (Persero)</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi masukan positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan</p>	<p>Penelitian ini lebih memfokuskan pada pembentukan citra melalui program <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

	(Persero).		<p>mampu membantu kebutuhan masyarakat dalam bidang kesehatan, bidang pendidikan dan sosial keagamaan, hal tersebut mendapat respon dan tanggapan positif dari masyarakat terhadap PT. PINDAD (Persero), sehingga dapat disimpulkan bahwa implementasi</p>		<p>ty(CSR) dan penelitian ini lebih menjelaskan semua kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak ada yang difokuskan.</p>
--	------------	--	--	--	--

			<p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> yang dilaksanakan PT. PINDAD (Persero) dapat membentuk citra positif perusahaan dibenak publiknya.</p>		
Agus Triyono 2014	<p>pemberdayaan masyarakat melalui <i>Community Development</i> program posdaya (pos</p>	Kualitatif	<p>Bedasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Holcim Indonesia Tbk berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi masukan positif untuk penelitian yang akan dilaksanak</p>	<p>Penelitian ini memfokuskan pada program posdaya (pos pemberdayaan an keluarga).</p>

	<p>pemberda yaan keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk pabrik Cilacap</p>		<p>pilar, yaitu kesehata, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan, untuk tahapan dalam pelaksanaan posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana posdaya. Kegiatan</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>posdaya dijalankan dengan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>CSR</i>), serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM, berpusat pada <i>Community Relations Departement</i> PT. Holcim Indonesia Tbk.</p>		
D. Ishak Maulan	Strategi humas perum	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan	Penelitian terdahulu ini	Penelitian ini lebih memfokuskan

i 2012	perhutani dalam melaksana kan program <i>Corporate Social Responsibi lity (CSR)</i>		bahwa humas peruma perhutani selalu mengevaluasi program kehumasan yaitu program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , dan selalu mempersiapka n dengan matang dalam setiap perencanaan program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> untuk	memberi masukan positif untuk penelitian yang akan dilaksanak an	an untuk mengetahui tentang cara humas menjelaskan program <i>Corporate Social Responsibili ty (CSR)</i> di perum perhutani.
-----------	--	--	---	---	--

			bisa terlaksana dengan baik.		
Endah widowa ti 2013	Strategi Dan Implementasi Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan	Kualitatif	Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> melalui PKBL di PT. Madubaru PG-PS Madukismo diukur dengan dengan implemetasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian terdahulu ini memberi masukan positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan.	Penelitian ini lebih memfokuskan pada kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan (PKBL).

			(CSR) era modern dan sudah sesuai dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) era modern dan dilakukan dengan dua hal, yaitu <i>Bottom Up Procces Dan Top Down Procces.a</i>		
--	--	--	--	--	--

Tabel 1

Hasil Olahan Paeneliti

1.6.2 Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

1) Opini Publik

Opini publik merupakan pendapat bersama, yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang komunikasi atau pertukaran pikiran dengan orang lain, seperti definisi

opini publik yang diungkapkan menurut Clyde L. King yang dikutip oleh Kustadi Suhandang dalam bukunya *Public Relations Perusahaan*,

“Opini publik adalah penilaian sosial mengenai suatu persoalan yang penting dan berarti, berdasarkan proses pertukaran pikiran yang sadar dan rasional oleh publiknya”.(Suhandang, 2004:36)

Opini publik banyak sekali dibahas oleh ahli-ahli ilmu pengetahuan sosial terutama oleh ahli sosiologi dan psikologi, demikian juga akhirnya para ahli komunikasi sangat tertarik pada opini publik sehingga dalam mempelajari ilmu komunikasi maka opini publik menjadi studi yang penting.

Sehubungan dengan kepentingan *Publik Relations*, kiranya perlu diketahui prinsip dari opini publik, seperti yang dikemukakan oleh Emory S. Bogardus yang dikutip oleh Kustadi Suhandang dalam bukunya *Public Relations Perusahaan* ada tiga jenis pengaruh dan sifat opini publik, yaitu :

- a. Opini publik dapat memperkuat Undang-undang ataupun peraturan-peraturan, sebab tanpa dukungan opini publik Undang-undang dan peraturan itu tidak akan jalan.
- b. Opini publik merupakan pendukung moral dalam masyarakat.
- c. Opini publik merupakan pendukung eksistensi lembaga-lembaga sosial (Suhandang, 2004 :38)

Opini sendiri memiliki kaitan yang erat dengan sikap menurut R. P Abelson mengemukakan bahwa opini mempunyai unsur sebagai molekul opini yaitu :

- a. Belief (kepercayaan tentang sesuatu)
Kepercayaan adalah sistem penyimpanan yang berisi pengalaman kita dimasa lalu, meliputi pikiran, ingatan, dan insterpretasi terhadap sesuatu.
- b. Attitude (apa yang sebenarnya dirasakan seseorang)
Suatu predisposisi (keadaan yang mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen *cognitive*

(pengertian), *affective* (perasaan atau emosi), dan *conative* (perilaku), dimana komponen ini juga merupakan komponen dari sikap.

- c. Perception (persepsi). Yaitu proses memberi makna pada sensasi, sehingga manusia memperoleh pengetahuan yang baru. Huruf-huruf yang kabur pada buku atau surat kabar karena jaraknya dari mata masih jauh, kemudian kita dekatkan kemata dan huruf-huruf tersebut menjadi lebih jelas, inilah sensasi. Persepsi setelah kita tangkap arti/maka dari susunan huruf yang telah dapat kita baca tersebut. (Sunarjo, 1997:88)

Opini publik dalam buku hubungan masyarakat suatu studi komunikologis

memiliki 7 jenis-jenis opini publik, yaitu :

- a. Opini individual (*individual opinion*)
Opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat.
- b. Opini pribadi (*private opinion*)
Opini pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial.
- c. Opini kelompok (*group opinion*)
Opini kelompok adalah pendapat kelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang.
- d. Opini mayoritas (*majority opinion*)
Opini mayoritas adalah pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro, mungkin yang mempunyai penilaian lain.
- e. Opini minoritas (*minority opinion*)
Opini minoritas adalah pendapat orang-orang yang relatif jumlahnya sedikit dibandingkan dengan jumlah mereka yang terkait dengan suatu masalah sosial.
- f. Opini massa (*mass opinion*)
Opini massa adalah pendapat seluruh masyarakat sebagai hasil perkembangan pendapat yang berbeda mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.
- g. Opini umum (*general opinion*)
Opini umum adalah pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum. (Effendy: 1992:89)

2) ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Menurut Wibisono dalam bukunya membedah konsep dan aplikasi

Corporate Social Responsibility (CSR), bahwa *Corporate Social Responsibility*

(CSR) adalah :

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan”.(Wibisono, 2007:8)

Pengertian lainnya juga dikemukakan oleh *World Business Council For Sustainable Development (WBCFSD)* dalam bukunya Iriantara yang berjudul manajemen strategi *Publik Relations*, sebagai berikut :

”*Corporate Social Responsibility(CSR)* adalah komitmen berkelanjutan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal secara keseluruhan.”(Iriantara, 2004:49)

Corporate Social Responsibility (CSR) maksudnya adalah komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat secara luas atau suatu komitmen perusahaan mengenai tanggung jawab sosial terhadap karyawan dan keluarganya serta masyarakat sekitar perusahaan.

Menurut Gruvy Kavei, pakar manajemen dari Universitas Manchester Inggris, dalam bukunya Wahyudi dan Azeheri menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam aktivitas usahanya akan mendapatkan 5 (lima) manfaat utama, yaitu sebagai berikut :

- a. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja financial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan

- b. Meningkatkan akuntabilitas, assesment dan komunitas investasi
- c. Mendorong koitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai
- d. Menurunkan kerentanan gejala dengan komunitas
- e. Mempertinggi prestasi dan *Corporate Branding*. (Wahyudi dan Azheri, 2011:124)

Penjelasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai investasi sosial sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk jangka panjang, *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menjadi aset strategis dan kompetitif, menuntut praktik etis dan bertanggung jawab, selain itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai investasi sosial dipercayai akan menghasilkan keuntungan bukan hanya untuk perusahaan tetapi untuk masyarakat sekitar perusahaan juga.

3) *Community Development*

Menurut Budimanta dan Rudito dalam bukunya Metode dan teknik pengelolaan *Community Development*, bahwa *Community Development* sebagai berikut :

“*Community Development* (Pengembangan Masyarakat) adalah kegiatan pengembangan atau pembangunan masyarakat (komunitas) yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan dan kualitas hidup yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pengembangan masyarakat sebelumnya”. (Budimanta dan Rudito, 2004:29)

Pengertian tersebut maksudnya adalah *Community Development* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan secara terencana juga sebagai salah satu cara perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan untuk mengubah kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan dan kualitas hidup menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Community Development merupakan kegiatan yang penting dilakukan oleh perusahaan, seperti yang dijelaskan oleh Budimanta dan Rudito dalam bukunya Metode dan teknik pengelolaan *Community Development* ada 3 alasan penting mengenai *Community Development* yaitu:

- a. Sebagai izin lokal dalam pengembangan hubungan komunitas lokal.
- b. Untuk mengatur dan menciptakan strategi kehidupan melalui program *Community Development*.
- c. Sebagai cara untuk membantu pemenuhan sasaran usaha (perusahaan harus dapat mengidentifikasi keuntungan usaha potensial *community Development* perusahaan). (Budimanta dan Rudito, 2004:30)

Poin-poin diatas menjelaskan bahwa *Community Development* merupakan kegiatan yang wajib dan penting dilakukan oleh perusahaan, karena dengan kegiatan *Community Development* akan berpengaruh kepada masyarakat sekitar ataupun perusahaan, karena pada dasarnya kegiatan *Community Development* merupakan proses tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat untuk saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Pelaksanaan program *Community Development* menurut AB Susanto dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dimulai dengan prinsip *development*, yaitu :

”Prinsip *Community Development* adalah pengembangan konsep, tujuan, dan sasaran program berdasar *community need analysis* atau analisa kebutuhan komunitas.” (Rahman, 2009:34)

Melakukan analisis kebutuhan masyarakat yaitu perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat, dan bersifat jangka panjang tidak bersifat sementara. Perusahaan dalam hal ini harus melibatkan juga tokoh-tokoh masyarakat untuk mengetahui apa saja yang

dibutuhkan oleh masyarakat sekitar serta mengenali ide program yang menjadi kebutuhan bersama dan saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

Gambaran kerangka pemikiran dari penelitian berdasarkan paparan diatas adalah :

Bagan 1 Kerangka Pemikiran
Opini Publik Tentang Program *Community Development*
PT. South Pacific Viscose

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menjelaskan tentang opini publik tentang program *Community Development* PT.Souh Pacific Viscose (Studi kasus pada masyarakat Desa Cicadas Purwakarta). Paradigma yang digunakan adalah konstruktivistik dengan tujuan ingin mengetahui kepercayaan, apa yang dirasakan dan persepsi masyarakat Desa Cicadas tentang program kredit mikro usaha kecil sebagai kegiatan *Community Development*. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam riset yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. (Kriyantono, 2010:56)

Metode kualitatif adalah pendekatan yang penelitiannya tidak bervariasi dan juga tidak bisa digeneralisasikan, pendekatan yang temuan-temuan penelitiannya tidak menggunakan statistik atau hitungan. Tujuan utama menggunakan metode penelitian ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu.

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini ditujukan untuk (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada dilokasi penelitian, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan kegiatan yang ada dilokasi penelitian, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang

sama dan belajar dari pengalaman mereka menentukan serta menetapkan rencana dan keputusan dalam memecahkan masalah pada waktu yang akan datang.

1.7.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini dibagi kepada dua bagian yaitu sebagai berikut :

- 1) Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung hasil wawancara kepada rujukan pertama dan utama yaitu masyarakat sekitar PT. South Pacific Viscose yaitu masyarakat Desa Cicadas Purwakarta.
- 2) Sumber data sekunder merupakan data yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti dan menjadi rujukan kedua yaitu buku-buku, makalah, dan sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.3 Teknik Pemilihan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini yaitu masyarakat sekitar PT. South Pacific Viscose yaitu masyarakat Desa Cicadas Purwakarta sebagai informan utama dan peneliti tentukan 4 orang. Informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi sebagai pelaku ataupun orang alin yang mengetahui tentang penelitian yang dilakukan, kriterianya yaitu sebagai berikut :

1. Informan utama memiliki syarat sebagai berikut :
 - 1) Masyarakat Lokal Desa Cicadas Purwakarta
 - 2) Mudah beradaptasi
 - 3) Pria atau Wanita
 - 4) Mengetahui mengenai *Community Development* perusahaan
 - 5) Anggota dari kredit mikro usaha kecil.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi Partisipatif Pasif

Teknik pengumpulan data dimana peneliti mendatangi langsung perusahaan PT.South Pacific Viscose dan mendatangi masyarakat sekitar perusahaan yaitu masyarakat desa Cicadas untuk mengamati segala kegiatan yang dilakukan praktisi humas. Observasi partisipan dilakukan untuk mendapatkan data penelitian yang berhubungan dengan kondisi atau interaksi belajar mengajar, tingkah laku, dan interaksi kelompok.

Peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan ikut serta dan melibatkan diri atau menjadi bagian dalam kegiatan ditempat penelitian. Data yang diperoleh nantinya berupa hasil dokumentasi kegiatan yang dijalankan bagian humas beserta para kader Desa Cicadas Purwakarta.

Penelitian dilakukan dengan observasi awal pada tanggal 3 Juni 2015 s.d 2 Juli 2015 kemudian dilanjutkan pada bulan April dan Juni 2016 sebagai proses penelitian lapangan mencari data yang sesuai dengan judul penelitian yaitu “Opini Publik tentang *Community Development* PT. South Pacific Viscose (Studi kasus pada masyarakat sekitar di Desa Cicadas Purwakarta).

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam, dilakukan untuk menambahkan data yang kurang dari observasi partisipatif pasif. Wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan secara lisan oleh dua pihak yang berhadapan secara fisik atau langsung.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Peneliti menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil observasi dan wawancara untuk mendapatkan data yang konkrit dengan menggunakan bahasa ilmiah. Data yang didapat digambarkan tidak ditambah dan dikurang hanya mendeskripsikan data yang telah diperoleh oleh peneliti.

Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka dalam analisis data peneliti menggunakan Model Miles dan Huberman. Berdasarkan buku Sugiyono yang berjudul memahami penelitian kualitatif pada halaman 92-99 bahwa :

1. Reduksi Data
Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
2. Penyajian Data
Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan.
3. Penarikan Kesimpulan
Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. (Sugiyono, 2008: 92)

1.7.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari wawancara dengan subjek penelitian yaitu dari informan utama dan tambahan.

Teknik triangulasi metode merupakan cara membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dengan dokumentasi yang bertujuan

	penelitian												
	Analisis dan pengolahan data												
	Penulisan laporan												
	Bimbingan laporan												
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi												
	Bimbingan akhir skripsi												
	Sidang skripsi												
	Revisi skripsi												

Tabel IV
Jadwal Penelitian