IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 8 SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh

LELA EKA SASI JULIYANI
B96214127

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama	: Lela Eka Sasi Juliyani
NIM	: B96214127
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Alamat	: Jl.Kutisari Utara Gg 4 No 5-D Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila dkemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi,saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 8 April 2018

Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL

C0A1BAFF062970830

6000

ENAM RIBU RUPIAH

LELA EKA SASI JULIYANI

NIM.B96214127

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Lela Eka Sasi Juliyani

Nim : B96214127

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 8 SURABAYA

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan

Surabaya,8 April 2018

Pembimbing

Dr.Nikmah Hadiati Salisah,S.IP,M.Si
NIP.197301141999032004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Lela Eka Sasi Juliyani ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 21 April 2018

Mengesahkan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan

Dr.Hj.Rr.Suhartini,M.Si
NIP.195801131982032001

Penguji I

Dr. Nikmah Hadiati Salisah,S.IP,M.Si
NIP.197301141999032004

Penguji II

Prof.Dr.H.Aswadi,M.Ag
NIP.196004121994031001

Penguji III

Dr.Moch.Choirul Arif,M.Fil.I
NIP.197110117199803100l

Penguji IV

Rahmad Harianto,S.IP,M.Med.Kom
NIP.197805092007101004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lela Eka Sasi Juliyani
NIM : B96214127
Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi
E-mail address : sasylela96@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 8
SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 April 2018

Penulis

(Lela eka sasi Juliyani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Lela Eka Sasi Juliyani, B96214127,2018, Skripsi, Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, *Tripple Bottom Line*

Peneliti mengangkat fokus penelitian yang dikaji dalam skripsi ini adalah bagaimana implementasi *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang implementasi *corporate social responsibility* yang diterapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dalam mempertahankan citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan fokus penelitian dengan metode kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai implementasi *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia.

Hasil penelitian ini adalah, *Pertama*, praktisi humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya menjalankan beberapa implementasi *corporate social responsibility* untuk mempertahankan citra perusahaan. diantaranya adalah pinjaman kemitraan sektor usaha, pemeriksaan dan pengobatan gratis, bantuan sembako,penyaluran dana untuk panti asuhan, donor darah dan bantuan korban bencana alam,bantuan dana pendidikan dan peralatan sekolah, penyaluran dana untuk masjid dan gereja, penanaman pohon sebagai pelestarian lingkungan, publikasi setiap program-program kepada media. Adapun tahapan yang dilakukan untuk implementasi CSR dalam mempertahankan citra PT KAI adalah tahap perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pelaporan. Strategi implementasi *corporate social responsibility* digunakan untuk mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

Penelitian ini masih dapat direkomendasikan menyangkut peran yang dilakukan humas dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Untuk itu penelitian-penelitian selanjutnya peneliti harap dapat menguak persoalan yang belum terjawab baik itu dengan riset kuantitatif maupun kualitatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ABSTRAK ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah dan Fokus Penelitian 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Penelitian Terdahulu 6
F. Definisi Konsep Penelitian 8
1. Implementasi 8
2. Mempertahankan Citra 9
3. PT Kereta Api Indonesia 10
G. Kerangka Pikir Penelitian 10
H. Metode Penelitian 12
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 12
2. Subyek,Obyek dan Lokasi Penelitian 13
3. Tahapan Penelitian 15
4. Jenis dan Sumber Data 18
5. Teknik Pengumpulan Data 20
6. Teknik Analisis Data 22
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Sistematika Pembahasan 25

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka 27

1. Definisi Humas 27
2. Peran Humas 28
3. Strategi Humas 31
4. *Corporate Social responsibility* 35
5. Definisi Citra 44
6. Public Relation dalam Konteks CSR 48

B. Kajian Teori 49

1. Teori *Tripple Bottom Line.* 49

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Profil Data PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya 52

1. Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero) 52
2. Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero) 57
3. Tujuan PT Kereta Api Indonesia (Persero) 57
4. Slogan dan Budaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) 58
5. Identitas PT Kereta Api Indonesia (Persero) 60
6. Logo Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) 60
7. Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Tingkat Pusat 61
8. Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya 63
9. Daerah Operasi Daop 8 Surabaya 64
10. Jobdesc Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya 66
11. Realisasi Penyaluran Dana Kemitraan dan Bina Lingkungan Berdasarkan Jenis Bantuan 70
12. Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya 71

B. Deskripsi Subyek Obyek dan Wilayah Penelitian 80

1. Subyek Penelitian 80
2. Obyek Penelitian 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Lokasi Penelitian 84
C. Deskripsi Hasil 84
BAB IV Analisis Data
A. Temuan Penelitian 110
1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Peningkatan Perekonomian 111
2. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Sosial Masyarakat 112
3. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Pelestarian Lingkungan 116
4. Soliditas Citra Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* dan Media Massa 117
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 118
BAB V PENUTUP
A. Simpulan 122
B. Rekomendasi 123
DAFTAR PUSTAKA 125
LAMPIRAN GAMBAR 127
BIODATA PENELITI
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu 6
Tabel 3.1 Realisasi Penyaluran Dana Kemitran dan Bina Lingkungan.... 70
Tabel 3.2 Data Angkutan penumpang Kereta Api Tahun 2015-2017 78
Tabel 3.3 Data Informan 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir 12
Bagan 2.1 Pembentukan Citra..... 45
Bagan 2.2 *Corporate Reputation* 47
Bagan 2.3 Teori *Tripple Bottom Line* 50
Bagan 3.1 Struktur Organisasi Humas Daop 8 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Slogan PT Kereta Api Indonesia Persero 59
Gambar 3.2 Logo Perusahaan PT Kereta Api Indonesia Persero 60
Gambar 3.3 Peta daerah Operasi 8 Surabaya 66
Gambar 3.4 UMKM Binaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya 127
Gambar 3.5 Program Kemitraan Usaha CSR 127
Gambar 3.6 Berbagi Sembako kepada Masyarakat 128
Gambar 3.7 Penyerahan 1500 Paket Sembako kepada Masyarakat yang diwakili Ketua Ta'mir Masjid Al-Ittihaad 128
Gambar 3.8 Memberi Bantuan kepada Anak Yatim 129
Gambar 3.9 Memberikan bantuan untuk Panti Asuhan 129
Gambar 3.10 Bakti Sosial Donor Darah 130
Gambar 3.11 Pemberian Bantuan Kacamata Gratis 130
Gambar 3.12 Penyerahan Bantuan Korban Bencana Alam di Bali 131
Gambar 3.13 Foto bersama Korban Bencana Alam 131
Gambar 3.14 Pemberian Bantuan barang kepada Korban Bencana Alam 132
Gambar 3.15 Pemeriksaan dan Pengobatan Gratis di *Railclinic* 132
Gambar 3.16 Pemeriksaan dan Pengobatan Mata Gratis 133
Gambar 3.17 Pemeriksaan dan Pengobatan Gigi Gratis 133
Gambar 3.18 Penyuluhan Tentang Kesehatan Gigi 134
Gambar 3.19 Penyuluhan Dana untuk Pendidikan di Sekolah 134
Gambar 3.20 Serah Terima Dana Pendidikan Direksi Peduli 135
Gambar 3.21 Penyaluran Bantuan Peralatan Sekolah 135
Gambar 3.22 Peyaluran Bantuan Alat Olahraga 136
Gambar 3.23 Penyerahan Dana Pendidikan Direksi Peduli 136
Gambar 3.24 Penyaluran Dana untuk Sarana Ibadah Masjid 137
Gambar 3.25 Serah Terima Dana Pembangunan Masjid 137
Gambar 3.26 Penyaluran Dana Sarana Ibadah Gereja 138
Gambar 3.27 Foto bersama pengurus Gereja 138
Gambar 3.28 Pelestarian Lingkungan dengan penanaman Pohon Sawo .. 139

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.29 Foto bersama saat Penanaman Pohon Sawo 139
Gambar 3.30 Menjalin Relasi dengan Mempublikasikan
Setiap Kegiatan 140
Gambar 3.31 Wawancara dengan Media Setiap Kegiatan..... 140

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Disadari atau tidak, kebutuhan akan jasa selalu hadir dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang yang menempatkan kebutuhan jasa, salah satunya dijadikan ladang bisnis oleh berbagai perusahaan. Kategori layanan jasa yang diberikan pun bervariasi, contoh: jasa logistik, pengiriman barang, transportasi administrasi, dll. Hingga saat ini,perusahaan yang bergerak di bidang jasa semakin meluas sesuai dengan kebutuhan manusia yang semakin banyak pula. Adapun karakteristik jasa adalah *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability/heterogeneity* (berubah-ubah), *perishability* (tidak tahan lama*), lack of ownership (*kepemilikan terbatas). Jasa adalah seluruh kegiatan yang meliputi aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk fisik atau konstruksi, umumnya dikonsumsi sekaligus pada saat diproduksi dan memberikan nilai tambah dalam berbagai bentuk seperti : kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, kemudahan dan kesehatan.

Kereta api merupakan salah satu sarana transportasi massal yang banyak diminati masyarakat. Angkutan yang satu ini merupakan sistem transportasi yang berfungsi melayani konsumen pengguna jasa dan berorientasi pasar. Kereta api berperan penting sebagai alat transportasi bagi penumpang dan barang. Banyak kelebihan yang dimiliki sarana transportasi ini, diantaranya yaitu hemat lahan, hemat energi, ramah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan, bebas macet dan lebih aman dibandingkan transportasi darat lainnya.

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi. Jalur yang tersambung semakin banyak begitupun dengan armada yang dimilikinya. Meskipun pelayanan fasilitas semakin tercukupi,PT.KAI (Persero) perlu memperhatikan cobaan yang timbul semakin banyak pula. PT KAI (Persero) memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat pengguna jasa layanan angkutan baik bagi kalangan menengah kebawah maupun kalangan menengah keatas. PT KAI(Persero) menyelenggarakan kegiatan angkutan darat yang memiliki aturan management yang cukup komplek. Infrastruktur beban biayanya harus ditanggung sendiri,sementara angkutan jalan raya prasarananya menjadi tanggung jawab Negara.[1]

Berbagai pelanggaran pun tidak luput dari kinerja PT.KAI (Persero), sehingga profesionalitas manajemen perusahaan sangat dibutuhkan untuk menyelesaikannya dengan baik dan tidak memberatkan kepada satu pihak. Humas ditempatkan pada Daerah Operasional (DAOP) 8 Surabaya yang menaungi beberapa daerah di Jawa Timur dan sekitarnya. Humas PT.KAI (Persero) selaku polisi arus informasi dan komunikasi wajib eksis agar PT KAI (Persero) tetap menarik dan diminati stakeholder. Pelanggaran yang terjadi mayoritas tidak hanya berada pada ranah pelanggaran bisnis, namun terjadi pula dalam ranah komunikasi (pemberitaan) yang dapat disebabkan oleh miss-communication antar

[1] Arsip Humas Sejarah Kereta Api Indonesia (Persero),hlm 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pihak terkait. Humas PT. KAI (Persero) harus dapat mengelola arus komunikasi dan informasi pada media yang bersangkutan,sehingga tidak menimbulkan berita yang simpang siur.

Keberhasilan aktivitas suatu perusahaan dalam operasionalnya untuk mencapai tujuan yang diharapkan biasanya dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan-kesempatan. Dalam hal ini, humas perkeretaapianlah yang mempunyai peran penting. Sudah seharusnya humas harus bisa merumuskan formula strategi dalam menanganiproblem perusahaan karena humas sendiri bagian dari sebuah perusahaan yang diwakilinya, dimanapun posisinya baik top middle maupun low. Ketika perusahaan mengalami situasi krisis disinilah humas harus berupaya menjalankan fungsinya.

Belakangan ini telah terjadi masalah yang menerpa PT.KAI (Persero) yang membuat citranya negatif. Beberapa kejadian diantaranya kereta milik PERTAMINA anjlok di Mojokerto sebabkan sebabkan jadwal perjalanan KA terganggu di wilayah DAOP 8 Surabaya. Dengan berbagai pemberitaan di media tentang kecelakaan kereta api ini berakibat turunnya kepercayaan. Dalam hal ini humas melakukan pers conference dengan media sebagai salah satu program eksternal relations dalam rangka menjelaskan dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang kecelakaan kereta api tersebut.[2]

PT. KAI (Persero) sebagai salah satu perusahaan jasa yang cukup konsisten untuk melayani masyarakat berusaha menjaga dan membina

[2] https://news.detik.com/berita-jawa-timur , diakses pada 1 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan baik dengan masyarakat. Dalam hal ini salah satu kegiatan yang dilakukan oleh humas PT. KAI (Persero) adalah kegiatan eksternal relations yaitu salah satunya kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengenai PT KAI DAOP 8 beri pengobatan gratis. PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Daerah Operasi (Daop) 8 Surabaya menerapkan program kemitraan dan bina lingkungan. Penerapan program tersebut sebagai bentuk kepedulian PT KAI yang telah dibingkai melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat yang tinggal berdekatan dengan stasiun atau rel kereta api.

Citra PT KAI yang semakin tahun semakin baik dan meningkat menjadi upaya dari PT KAI untuk dapat mempertahankan citra di mata publik dengan evaluasi tiap tahun yang dapat ditinjau dari peningkatan penumpang, prestasi dan penghargaan yang capai oleh PT KAI sebagai bentuk pertahanan citra perusahaan.

Dari latar belakang tersebut dan berdasarkan keberhasilan yang dilakukan oleh PT. KAI DAOP 8 (Persero) secara konsisten menjalin hubungan baik dengan masyarakat dalam upaya mempertahankan citra perusahaan. Peneliti ingin meneliti tentang bagaimana *Coporate Social Responsibility* (CSR) sebagai upaya dalam mempertahankan citra PT KAI Daop 8 Surabaya.

B. Rumusan Masalah dan Fokus Penelitian

Bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya ?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dibidang pemikiran dan pengetahuan peneliti sendiri dan PT. KAI DAOP 8 Surabaya dalam kaitannya *Coporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sarana dalam mempertahankan citra perusahaan.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi umum : penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai*Coporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sarana dalam membangun citra perusahaan.
   b. Bagi peneliti : penelitian ini dapat memperluas pengetahuan serta memberikan pengalaman secara langsung tentang fakta di lapangan dengan teori yang telah diperoleh selama dibangku perkuliahan.
   c. Bagi kalangan akademis : penelitian ini diharapkan dapat menjadi hasil penelitian dan dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu Komunikasi Metode Penelitian Kualitatif, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap*media relations* dan *Coporate Social*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Responsibility (CSR) sebagai sarana dalam membangun citra perusahaan.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1

Nama Peneliti	**Lusi Widhiyanti Yanuaria (Ilmu Administrasi Negara) Universitas Negeri Yogyakarta**
Jenis Karya	Skripsi,judul : Strategi PT Kereta Api Indonesia (KAI) Dalam Meningkatkan Pelayanan Transportasi Kereta Api DAOP VII Madiun.
Tahun Pembuatan	2012
Metode Penelitian	Kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimana strategi PT.KAI(PERSERO) dalam meningkatkan pelayanan transportasi kereta api DAOP VII Madiun?
Hasil Penelitian	Peneliti menjelaskan bahwa meningkatkan pelayanan transportasi kereta api dengan menerapkan 7 strategi menuju pelayanan sukses.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui strategi PT.Kereta Api Indonesia dalam meningkatkan pelayanan transportasi kereta api DAOP VII Madiun.
Perbedaan	Dalam penelitian ini meneliti strategi meningkatkan pelayanan transportasi
Persamaan	Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nama Peneliti	**Nur Hidayati (Ilmu Komunikasi) Universitas Diponegoro Semarang**
Jenis Karya	Jurnal,Judul : Peran Humas PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Daerah Operasi IV Semarang Dalam Menjalin Employee Relations
Tahun Pembuatan	2010
Metode Penelitian	Kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimana peran humas PT.KAI(Persero) DAOP IV Semarang dalam menjalin Employee Relations?
Hasil Penelitian	Humas PT.KAI Daop IV sangat berperan penting dalam menjalin Employee Relations dan menjalankan program-program Employee Relations.
Tujuan Penelitian	Untuk mendeskripsikan peran humas PT.KAI DAOP IV Semarang dalam menjalin Employee Relations.
Perbedaan	Dalam penelitian ini adalah sebuah skripsi yang meneliti tentang objek dan tempat daerah operasi yaitu peran humas PT.KAI (Persero) DAOP IV Semarang.
Persamaan	Terletak pada objek penelitian sama-sama meneliti kegiatan humas dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nama peneliti	**Aloysius Christian Rico Aditama (Universitas Diponegoro Semarang)**
Jenis Karya	Skripsi,Judul : Analisis Kinerja Komprehensif Dengan *Balanced Scorecard* Pada PT.Kereta Api Indonesia
Tahun Pembuatan	2013
Metode Penelitian	Kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimanakah strategi kinerja PT.KAI DAOP IV Semarang dalam komprehensif *Balanced Scorecard*?
Hasil Penelitian	Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat cara pengukura dalam *Balanced Scorecard*dengan ukuran pemacu kinerja dan ukuran hasil guna meningkatkan kinerja karyawan.
Tujuan Penelitian	Untuk menganalisis kinerja PT. Kereta Api Indonesia dengan menggunakan metode pengukuran *Balanced Scorecard.*
Perbedaan	Dalam penelitian ini meneliti tentang obyek penelitian yang berbeda yaitu kinerja PT.KAI DAOP IV Semarang dengan metode *Balanced Scorecard*
Persamaan	Terletak pada metode penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif

F. Definisi Konsep Penelitian

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Browne dan Wildavsky dalam Nurdin dan Usman mengemukakan bahwa implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan. Implementasi bermuara pada aktivitas, adanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aksi,tindakan atau mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas,tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.[3]

Sonny Sukala mengatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan pilar ekonomi,sosial dan lingkungan dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif setiap pilar.[4]

Jadi implementasi *corporate social responsibility* adalah mekanisme suatu sistem yang terencana untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan.

2. Mempertahankan Citra

Kegiatan *public relations* dan *corporate social responsibility* erat hubungannya dengan pembentukan citra positif perusahaan. dalam mempertahankan citra dari suatu perusahaan secara keseluruhan.

Sandra Oliver mengatakan bahwa citra adalah suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imaginasi atau kepribadian

[3] Nurdin,Usman,.*Guru Professional dan Implementasi Kurikulum*,(Jakarta:Ciputat Pers,2002) hlm.15

[4] Sukada,Sonny.*membumikan Bisnis Berkelanjutan,Memahami Konsep & Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*,(jakarta:Indonesia Business,2007),hlm.69-71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi dan sebagainya.[5]

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya berusaha mempertahankan citra baik yang sudah terbangun di masyarakat dengam melakukan penyuluhan program CSR meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan kepada masyarakat.

3. PT Kereta Api Indonesia (Persero)

PT Kereta Api Indonesia adalah salah satu perusahaan milik negara yang bergerak di bidang perkeretaapian dimana menyelenggarakan *corporate social responsibility*. Setiap perusahaan BUMN memiliki kewajiban atas pelaksanaan *corporate social responsibility.* Dalam hal ini PT KAI Daop 8 menerapkan *corporate social responsibility* dalam aspek ekonomi, aspek sosial maupun aspek lingkungan. Tanggung jawab sosial ini dilakukan untuk mempertahankan citra perusahaan.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian ini membahas perusahaan penyedia jasa transportasi Indonesia dalam usahanya menyediakan pelayanan kepada masyarakat dalam bidang jasa transportasi dan sekitarnya. Peran humas dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* sebagai tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

Sehingga dalam upaya mempertahankan citra perusahaan, maka PT Kereta Api Indonesia melakukan berbagai kegiatan seperti tanggung jawab

[5] Walgito.*Pengantar Psikologi Umum*.(Yogyakarta:Andi Offset,1997). Hlm 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial dalam aspek ekonomi, tanggung jawab sosial dalam aspek sosial, dan tanggung jawab sosial dalam aspek lingkungan.

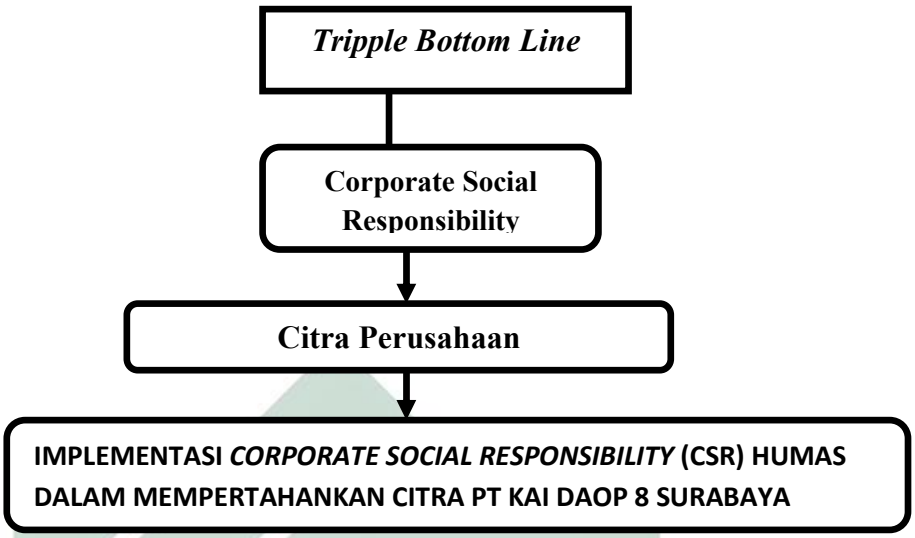
Penelitian ini menggunakan teori *Tripple Bottom Line* sebagai pendekatan yang dijalankan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. teori *Tripple Bottom Line* mengungkapkan bahwa secara universal setiap perusahaan pada dasarnya untuk mencari *profit*, namun dalam konsep ini perusahaan harus memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

Menguatkan teori diatas,Elkington mengemukakan bahwa *profit* yaitu perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus berkembang. *People* yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperi peningkatan kesehatan, peningkatan pendidikan, peningkatan sarana ibadah dan program pemberdayaan sosial masyarakat lainnya. *Planet* yaitu perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, pelestarian lingkungan dan lain-lain.[6]

Adapun bagan kerangka pikir penelitian yang sejalan dengan teori yang yang digunakan adalah sebagai berikut:

[6] Suharto,*Membangun Masyarakat memberdayakan Masyarakat : Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*,(Bandung:Fascho Publishing,2005),hlm. 55-56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Bagan 1.1

H. Metode Penelitian

Dalam setiap penelitian, untuk lebih terarah dan rasional diperlukan suatu metode yang sesuai dengan obyek yang dikaji, karena metode merupakan cara bertindak supaya penelitian berjalan terrah dan mencapai hasil maksimal. Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain,metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian[7].

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

   Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu peneliti melakukan penelitian langsung secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi,

[7]Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya. 2002), hlm 145

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lembaga atau gejala tertentu serta dengan pengamatan obyek (kegiatan atau peristiwa)[8].

Menurut Botgar & Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertuilis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu riset yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya[9].

Penelitian ini juga bersifat deskriptif yaitu menggambarkan dan menyajikan fakta secara sistematik mengenai keadaan obyek sebenarnya. Penelitian deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel,satu demi satu. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan juga situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.[10]

2. Subyek,Obyek dan Lokasi Penelitian

   a. Subyek Penelitian

      Dalam penelitian ini, subyek penelitian memiliki kriteria-kriteria sesuai dengan judul penelitian sebagai berikut:

      Subyek Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya (3 informan)

---

[8]Koencoroningrat. *Metode-metode Penelitian Masyraakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,1981),hlm.16

[9]Rahmat Kriyantono, *Treknis Praktis Riset Komunikasi, (*Jakarta:Kencana,2009*),* hlm.*56*

[10]Sudarmawan,Danim. *Menjadi Peneliti Kualitatif , (*Jakarta : Bumi Aksara,2003), hlm. 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Manager Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero Daop 8 Surabaya) adalah Gatut Sutiyatmoko

2) Assistant Manager Humas Eksternal PT Kereta Api Indonesia (Persero Daop 8 SUrabaya) adalah Suyud Harjanto

3) Assistant Manager Humas Internal PT Kereta Api Indonesia (Persero Daop 8 SUrabaya) adalah Sovi Yanita Halima

b. Obyek Penelitian

Penelitian ini memiliki sasaran kajian keilmuwan komunikasi seputar *corporate social responsibility* yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dalam hal ini unit humasda yang mengelola program-program *corporate social responsibility.* Penelitian ini memfokuskan tentang bagaimanakan implementasi *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

c. Lokasi Penelitian

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dipilih peneliti sebagai lokasi penelitian atas pertimbangan sebagai berikut:

1) PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan penyelenggara jasa transportasi yang besar dan memiliki kewajiban sebagai perusahaan BUMN untuk melakukan tanggung sosial perusahaan kepada masyarakat.

2) Implementasi *corporate social responsibility* yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat yang dapat memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya bertanggung jawab atas segala proses jasa transportasi angkutan penumpang, juga mengelola *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra perusahaan.

3. Tahapan Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif, perlu mengetahui tahap-tahap yang akan dilalui dalam proses penelitian. Tahap ini terdiri atas tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data dan tahap penulisan laporan.

a. Tahap Pra Lapangan

Tahap Pra lapangan adalah tahap yang mempersoalkan segala macam persiapan yang dilakukan sebelum peneliti terjun langsung ke dalam kegiatan itu sendiri. Dalam tahap ini peneliti memulai dengan menyusun rencana penelitian dan menentukan sasaran yang menarik untuk dijadikan fokus,penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pemilihan objek penelitian yang sesuai dengan judul penelitian. Peneliti memulai mengajukan matrik skripsi yang menentukan tema dan rumusan masalah yang akan diangkat, selanjutnya mempersiapkan proposal dan konsultasi pada dosen pembimbing untuk kemudian diajukan dalam seminar proposal.Tahap pra lapangan terdiri atas :

1) Menyusun rancangan penelitian dan menentukan saran yang menarik untuk dijadikan fokus penelitian, kemudian dilanjutkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pemilihan tempat untuk dijadikan tempat penelitian yang sesuai dengan judul yang peneliti ambil.

2) Mengurus surat perizinan, dalam hal ini peneliti mengurus perizinan penelitian dibagian Program Studi Ilmu Komunikasi dari Kepala Program Studi dan diajukan kepada Manager Humas PT.KAI DAOP 8 Surabaya
3) Selanjutnya peneliti menilai keadaan tempat penelitian dengan melakukan investigasi (menjajaki dan menilai lapangan), hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tentang keadaan geografis, demografis, sejarah, kebiasaan serta karakter semua elemen yang ada di PT.KAI DAOP 8 Surabaya.
4) Memilih dan memanfaatkan informan, hal ini dilakukan agar membantu lebih cepatnya memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan penelitian.
5) Menyiapkan perlengkapan penelitian, dalam hal ini semua perlengkapan yang bersifat teknis maupun non teknis dipersiapkan secara sempurna, terutama pada saat *interview* dengan informan mulai dari *tape recorder,* peralatan tulis dan lainnya yang dibutuhkan oleh peneliti.
6) Etika penelitian,merupakan hal yang penting dalam penelitian karena jika dalam melakukan penelitian ini peneliti tidak bisa menjaga etikanya maka bisa berpengaruh terhadap instansi perusahaan yang dibawanya dan menjaga hubungan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap pekerjaan lapangan ini, fokus peneliti berada pada bagaimana mengumpulkan data sebanyak dan seakurat mungkin, karena hal ini akan sangat mempengaruhi hasil dari penelitian. Uraian tentang tahap pekerjaan lapangan dibagi atas tiga bagian yaitu :

1) Memahami Latar Penelitian dan Persiapan Diri

Sebelum memasuki lapangan, terlebih dahulu peneliti memahami latar lapangan maupun mental. Selain itu, mempersiapkan pedoman wawancara kepada Manager Humas PT.KAI DAOP 8 Surabaya agar peneliti mempunyai gambaran tentang pertanyaan apa saja yang ingin diajukan kepada informan yang ada di lapangan.

2) Memasuki Lapangan

Peneliti memasuki lapangan penelitian yakni mulai sedikit demi sedikit masuk pada kegiatan yang dilakukan oleh PT.KAI DAOP 8 Surabaya. dan selanjutnya melakukan proses penelitian sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi peneliti.

3) Berperan Serta Mengambil Data

Peneliti ikut berperan serta dalam kegiatan yang ada dilapangan, serti mengamati kinerja dan aktivitas PT.KAI DAOP 8 Surabaya pada kinerja terkait implementasi *Corporate Social Responsibility* sehingga ikut berperan serta dan peneliti dapat mengetahui secara langsung data yang akan dicari kemudian dicatat kedalam catatan lapangan sebagai pengumpulan data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Tahapan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dikatakan pada saat pengumpulan dan berlangsung,dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarainya. Analisis data ini berupa jawaban atas wawancara dengan teori yang digunakan. Wawancara hasil penelitian peneliti kelola, mulai dari transkrip wawancara dan analisis temuan data dan teori. Analisis data juga disertai dengan dokumen.

d. Tahap Penulisan Laporan

Penulisan laporan merupakan hasil akhir dari suatu penelitian, sehingga dari tahap ini peneliti mempunyai pengaruh terhadap hasil penulisan laporan karena peneliti tinggak menyusun menjadi laporan yang sistematis. Pada tahap ini fokus penelitian lebih jelas sehingga dapat ditemukan data-data yang terarah dan spesifik. Peneliti juga mulai mencari referensi-referensi buku yang menunjang sebagai data penelitian.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Jenis dan sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam data penelitian kualitatif, informan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki peran yang sangat penting untuk membantu penggalian data. Dari data-data yang ada kita dapat membentuk proposisi-proposisi, dari situ kita dapat menemukan hipotesis.[11] Untuk keakuratan data, penelitian ini digali dari beberapa jenis dan sumber data, antara lain adalah :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama pertama dilapangan. Data primer merupakan data pokok dari penelitian ini yakni data yang diperoleh secara langsung dari penelitian perorangan, kelompok dan organisasi[12]. Dalam hal ini data yang diambil adalah bagaimana *media relations* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh humas PT.KAI (Persero) DAOP 8 Surabaya.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Peneliti akan menggunakan data apapun untuk mendukung data primer, beberapa data yang dapat digunakan oleh peneliti adalah dokumen atau arsip merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Misalnya saja berbentuk rekaman wawancara, gambar-gambar atau artikel yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

b. Sumber Data

[11] Jalaluddin Rakhmat,*Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung,PT Remaja Rosdakarya),hlm.14
[12] Rosady,Ruslan,*Metode Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2006) hlm.26-28

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang mana penliti ingin menentukan informan yang didasarkan pada kajian pokok penelitian untuk menggali dan berdasarkan tema penelitian yang ada. Purposive sampling disebut juga dengan sampel berdasarkan tujuan dalam arti memilih orang-orang yang dianggap dapat mewakili tingkat signifikasi dan prosedur pengujian hipotesis[13]. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan pada pertimbangan pengumpulan data dilapangan yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah para Humas PT.KAI DAOP 8 Surabaya yang di anggap antusias pada setiap kegiatan yang ada.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Pengamatan (Observation)

Pengamatan (*observation*) merupakan cara yang sangat baik untuk meneliti tingkah laku manusia. Dalam melakukan pengamatan sebaiknya peneliti sudah memahami terlebih dahulu pengertian-pengertian umum dari objek penelitiannya. Apabila tidak maka hasil penelitiannya tidak akan tajam[14].

Peneliti melakukan observasi dengan cara melibatkan diri atau menjadi bagian lingkungan sosial (organisasi, perusahaan) yang telah diamati melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data relatif akurat

[13] Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm.. 81.
[14] Prof.Sugiyono,*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung:Alfabeta,2014),hlm. 205

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan lebih banyak, karena peneliti secara langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial tertentu.[15]

1) Wawancara mendalam (*Depth interview*)

Metode *interview* juga bisa disebut dengan metode wawancara, metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.[16]

Wawancara dipergunakan untuk menggali data secara meluas dan mendalam, peneliti melakukan tanya jawab dengan bertatap muka langsung dengan informan yang telah dipilih oleh peneliti. Namun sebelum melakukan wawancara peneliti akan menyiapakan daftar pertanyaan sebagai kerangka acuan agar tidak melenceng dari tujuan penelitian.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian, dokumen dapat dibedakan menjadi dua,dokumen primer yang merupakan tulisan langsung oleh seseorang yang mengalami peristiwa yang bersangkutan. Kedua, dokumen sekunder yang merupakan tulisan dari cerita orang lain[17].

---

[15] Rusady Ruslan, *Metode Penelitian Public Releation dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 35
[16] Burhan Bungin, *Metodoligi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga, 2001), hlm. 133
[17] Irwan Soehatono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan semua data-data dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya berupa hasil wawancara pengamatan lapangan, serta dokumen-dokumen contoh arsip kegiatan penyaluran *corporate social responsibility* tahun 2017 yang mendukung kemudian disusun, dikaji, serta ditarik kesimpulan dan dianalisa dengan analisis induktif. Analisis data dari penelitian ini dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data, atau melalui tahapan-tahapan model alir Miles dan Hubarman[18]. Adapun langkah analisis data kualitatif dapat dijelaskan dalam reduksi data,penyajian data dan verifikasi data.

a. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan masih bersifat global, maka dari itu peneliti perlu mereduksi data. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang diperoleh di lapangan studi. Pada reduksi data, peneliti memfokuskan pada data lapangan yang terkumpul. Data lapangan tersebut selanjutnya dipilih untuk menentukan data yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian dan mana yang tidak perlu sehingga harus disingkirkan.

[18] A. Michael mathew Hubberman dan Miles B. *Analisis Data Kualitatif. Terj.Tjejep* (Jakarta:UI Press,1992) hlm.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan oleh peneliti dengan mendeskripsikan kumpulan informasi tersusun dari hasil reduksi data yang telah dianalisis untuk penarikan kesimpulan dengan tujuan menjawab rumusan masalah dan fokus penelitian implementasi *corporate social responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Bentuk penyajiannya yang dilakukan peneliti yakni penyajian data berupa teks naratif.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah mereduksi data peneliti melakukan tahap analisis data selanjutnya yakni dengan menganalisis data untuk membuatnya menjadi rumusan proposisi yang terkait dengan penelitian dan mengangkatnya sebagai temuan penelitian. Dalam tahap verifikasi, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk memeriksa keabsahan penelitian. Peneliti melakukan pemeriksaan keabsahan penelitian yang menggunakan sumber data lain untuk menjadi pembanding. Sumber data penelitian yaan yang peneliti jadikan perbandingan adalah hasil data wawancara dari informan yang satu dengan informan yang satu dengan informan yang lain, baik dari unit humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Selain itu peneliti jug membandikngkan dokumen yang terkait dengan program yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dengan hasil wawancara dari informan-informan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang diperoleh memiliki nilai kevalidan dan keshohihan data. Adapun teknik yang digunakan antara lain:

a. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikut sertaan dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang jenuh. Dalam hal ini peneliti selalu ikut serta dengan informan dilapangan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai (dalam waktu yang lama).

b. Ketekunan Pengamatan

Selama di lapangan peneliti menggunakan waktu sebaik mungkin dan tekun mengamati dan memusatkan perhatian pada hal-hal yang relevan dengan fokus masalah. Hal ini dilakukan dengan cara menelaah faktor-faktor yang dikemukakan secara rinci agar dapat dipahami dan dimengerti.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Peneliti melakukan triangulasi sumber yakni peneliti menanyakan hal yang sama pada sumber yang berbeda. Selain itu peneliti juga melakukan langkah membandingkan dan mengkoreksikan hasil penelitian dengan teori yang ada .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pemeriksaan sejawat melalui diskusi

Diskusi teman sejawat dilakukan dengan mendiskusikan hasil data-data umum yang bersifat sementara kepada teman-teman mahasiswa SI. Dari data temuan yang ada dilapangan peneliti akan mendiskusikannya dengan hasil temuan teman mahasiswa SI secara umum untuk kemudian meminta saran apa yang perlu ditambahkan dalam data-data tersebut.

e. Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi tersebut berupa bahan-bahan yang tercatat yang digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis penafsiran data. Jika alat elektronik tidak tersedia cara lain sebagai pembanding kritik masih dapat digunakan. Misal: adanya informasi yang tidak direncanakan, kemudian disimpan sewaktu mengadakan pengujian, informasi demikian dapat dimanfaatkan sebagai penunjangnya.

8. Sistematika Pembahasan

Untuk menguraikan hasil penelitian yang dilakukan,peneliti akan menyajikan dengan pola bab, dimana masing-masing bab akan diuraikan hasil kajian yang telah dilakukan, baik secara teoritik maupun empirik sehingga laporan penelitian akan tersistematika sebagai berikut:

Bab satu, yang merupakan bab pendahuluan berisi latar belakang mengapa penelitian ini dilakukan yang kemudian dilanjutkan dengan menguraikan beberapa rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara akademis maupun secara praktis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab dua, berisi kajian teoritik yang menjadi landasan penelitian ini dilakukan. Dasar pemikiran yang dapat dimunculkan pada babini adalah untuk mengetahui secara jeli tentang konsepsi bahkan beberapa teori yang dirasakan memiliki relevansi maksimal, sehingga menjadi tergambarkan secara jelas apa maksud yang dilakukannya penelitian ini ditinjau dari sisi kepustakaan, disamping itu untuk mengidentifikasi berbagai teori yang memungkinkan untuk dikembangkan atau diperdalam konteksnya.

Bab tiga, merupakan hasil temuan penelitian, yang berisi kajian empirik subjek dan objek penelitian. Diawali dengan profil subjek penelitian yang berguna untuk memotret secara jeli kondisi eksisting subjek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan hasil penelitian yang notabene merupakan jawaban dari rumusan masalah yang peneliti ambil.

Bab empat, merupakan bab yang menguraikan hasil pembahasan terhadap data yang telah terdeskripsikan pada bab sebelumnya. Melalui serangkaian diskusi pembahasan, akan dikaji hasil-hasil penelitian (temuan) yang dikomparasikan dengan teori yang ada. Dengan demikian akan tergambar secara teoritik bagaimanakah temuan tersebut jika didiskusikan secara teoritik.

Bab lima, merupakan bab kesimpulan dan saran. Pada bab ini peneliti akan menguraikan secara jelas dan singkat tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, dan dilanjutkan dengan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini, ada beberapa pembahasan yang disajikan penulis di dalam kajian pustaka, sehingga bisa memberikan suatu penjelasan tentang hal yang akan dibahas secara luas dan rinci. Adapun kajian pustaka adalah sebagai berikut.

1. Definisi Humas

Bidang Public Relations (Humas) adalah suatu bidang yang sangat luas yang menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. Public Relations tidak sama dengan sekedar Relations, meskipun personal relations mempunyai peranan yang sangat besar dalam kampanye public relations. Public Relations juga mengandalkan strategi, yakni agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan.[1]

Public Relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespons opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan

[1] Rhenaldi,Kasali, *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, (*Jakarta: Pustaka Utama Grafiti,1994).hlm.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.[2]

Selain itu, humas sebagai sebuah divisi, dalam hal ini yang dimaksud adalah humas sebagai bagian dari tim "pengelola" organisasi/perusahaan. Sebagai divisi, humas dianalogikan sebagai corong perusahaan, pusat informasi ke luar dan ke dalam ("menangani" wartawan/pers, mengelola majalah perusahaan, menerima/menangani pengaduan masyarakat dan karyawan, mendokumentasikan kegiatan-kegiatan perusahaan), kepanjangan tangan pimpinan perusahaan dalam hal komunikasi, dan sebagainya.

Humas pada hakikatnya adalah aktivias, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi,afeksi dan perilaku komunikannya dan tujuan humas hendaknya dipandang sebagai tujuan yang netral atau bersifat katalisator antara tujuan organisasi/lembaga dengan tujuan publik. Adapun tujuan-tujuan humas diantaranya sebagai berikut:

a. Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi
b. Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi
c. Memelihara dan menciptakan kerja sama (Aspek Psikomotris)\

2. Peran Humas

Peranan Public Relations (Humas) dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yakni peranan managerial (communication manager role) dan peranan teknis

[2]Gassing,Syarifuddin,*Public Relations* ,(Yogyakarta: Penerbit Andi,2016).hlm.12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(communication technician role). Sehingga bila dijelaskan lebih jauh terdapat 4 peranan, meliputi sebagai berikut:3

a. Expert Preciber Communication

Public Relations dianggap sebagai orang yang ahli. Dia menasihati pimpinan perusahaan/organisasi. hubungan mereka diibaratkan seperti hubungan dokter dan pasien.

b. Problem Solving Process Facilitator

Yakni peranan sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini petugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis). Dia menjadi anggota tim, bahkan bila memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

c. Communication Facilitator

Peranan Public Relations sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan/organisasi dengan publik. Baik dengan publik eksternal maupun internal. Istilah yang paling umum adalah sebagai jembatan komunikasi antara publik dengan perusahaan. Sebagai media atau penengah bila terjadi miscommunication.

d. Techician Communication

Public Relations dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi. Dia menyediakan layanan di bidang teknis.

[3] Lattimore,dkk,*Public Relations: Profesi dan Praktik edisi ke-3,*(Jakarta: Salemba,2010),hlm 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun tugas pejabat PR dalam membantu manajemen untuk:

a. Melakukan publisitas dan mempromosikan berbagai aspek bagi penjualan atau jasa organisasi agar pihak lain menempatkan jatah penjualan mereka terhadap organisasi.
b. PR menyediakan informasi kepada organisasi tentang peluang baru mengenai apa yang dapat diperoleh dari orang atau badan-badan lain diluar organisasi yang semuanya bermanfaat bagi pengembangan organisasi. misalnya relasi pasar, produksi dan metode baru.
c. PR membantu organisasi / perusahaan untuk melindungi posisi saat ini ketika suatu organisasi ada dibawah serangan. Contohnya mengawasi isu organisasi/perusahaan yang berkaitan dengan kemunduran atau kerugian organisasi/perusahaan dalam kasus seperti merosotnya pelayanan, penjualan, menurunnya semangat kerja, PR mengkomunikasikan informasi yang membuat semua pihak menjadi tenang.
d. Peranan PR sebagai mata, telinga dan tangan kanan bagi setiap manajemen dari organisasi atau lembaga yang ruang lingkup tugasnya meliputi aktivitas : membina hubungan ke dalam (public internal), seperti bagian dari unit atau badan atau perusahaan itu sendiri: mampu mengidentifikasi atau mengenai hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum kebijaksanaan tersebut dilakukan organisasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Membina hubungan keluar (public external),seperti publik umum (masyarakat), mengusahakan bertumbuh sikap dan gambaran positif terhadap lembaga yang diwakilinya.[4]

3. Strategi Humas

Perencanaan strategi selalu dimulai dengan penentuan misi organisasi, dimana misi adalah suatu tujuan jangka panjang ke mana organisasi akan mengarah. Pembuatan rencana stategi akan melibatkan banyak orang dalam organisasi karena perencanaan seperti ini berbicara tentang seluruh organisasi baik dari pimpinan hingga bawahan, dari fungsi pemasaran, produksi, dan lain-lain.[5]

Proses pembuatan rencana strategik biasanya dimulai dengan melakukan apa yang dikenal dengan nama me-review keberadaan organisasi/perusahaan. Dalam tahap ini apa yang telah dilakukan oleh organisasi selama ini akan dianalisis apakah sudah baik atau masih ada kelemahan. Kesemua itu akan dicatat dan dikelompokkan menjadi bagian-bagian yang nantinya hasil pengelompokkan ini akan digunakan sebagai dasar untuk membuat rencana ke depan.

Tahap selanjutnya adalah me-review misi dan goal yang dimiliki. Apabila belum memiliki misi dan goal maka harus dibuat. Review misi dan goal yang lalu digunakan untuk melihat apakah masih dapat digunakan untuk masa depan atau tidak.

---

[4] Alo Liliweri,*Komunikasi Serba Ada Serba Makna,*(Jakarta: Prenada Media Group,2011) hlm.657-658

[5] John,Simandjuntak,dkk,*Public Relations,(Y*ogyakarta: Graha Ilmu, 2003.hlm 83-84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis lingkungan yang ada adalah tahap yang harus dilalui. Tahap ini akan mencari informasi sebanyak mungkin tentang keberadaan organisasi dalam lingkungan yang ada. Lingkungan terbagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal akan mencari informasi sebanyak mungkin tentang apa yang terjadi di dalam organisasi.

Kemudian semua itu diolah untuk menentukan strategi umum yang akan dipilih oleh organisasi. misalnya strategi yang dipilih adalah berkembang (ekspansi) atau bertahan (statis).

Dalam perencanaan strategi public relations dapat ditemukan beberapa pertanyaan untuk menjadi acuan yang perlu untuk dipertimbangkan, diantaranya meliputi sebagai berikut:

a) Penentuan siapa yang akan dilayani dan mengapa organisas itu penting untuk menentukan mengapa target audiens ini begitu penting untuk dilayani.
b) Apa kata penelitian. Ini penting untuk menentukan dan menampilkan hasil penelitian tentang apa komentar audien tentang organisasi
c) Tentukan sasaran public relations.
d) Membuat perencanaan tentang aksi apakah yang akan dilakukan.

James E. Grunig dan Fred Repper mengemukakan model strategic management dalam kegiatan PR (untuk menggambarkan dua peran PR dalam strategic management secara menyeluruh dalam kegiatan PR itu sendiri) melalui tujuh tahapan, tiga tahapan pertama mempunyai cakupan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

luas sehingga lebih bersifat analisis. Empat langkah selanjutnya merupakan penjabaran dari tiga tahap pertama yang diterapkan pada unsur yang berbeda-beda yakni tahap stakeholders : sebuah perusahaan mempunyai hubungan dengan publiknya bilamana perilaku perusahaan tersebut mempunyai pengaruh terhadap stakeholder-nya atau sebaliknya. PR harus melakukan survei untuk terus membaca perkembangan lingkungannya, dan membaca perilaku perusahaannya serta menganalisis konsekuensi yang akan timbul. Komunikasi yang dilakukan secara continue dengan stakeholder ini akan membantu perusahaan untuk terus stabil.

Tahap publik: Publik terbentuk ketika perusahaan menyadari adanya problem tertentu. Pemdapat ini berdasarkan hasil penelitian Grunig dan Hunt, yang menyimpulkan bahwa publik muncul sebagai akibat adanya problem dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain publik selalu eksis bilamana ada problem yang mempunyai potensi akibat terhadap mereka. Publik bukanlah suatu kumpulan massa umum biasa,mereka sangat efektif dan spesifik terhadap suatu kepentingan tertentu dan problem tertentu. Oleh karena itu PR perlu terus menerus mengidentifikasi publik yang muncul terhadap berbagai problem. Biasanya dilakukan melalui wawancara mendalam pada suatu focus group.

Tahap isu: publik muncul sebagai konsekuensi dari adanya problem selalu mengorganisasi dan menciptakan isu. Yang dimaksud dengan “isu” disini bukanlah isu dalam arti kabar burung atau kabar tak resmiyang berkonotasi negatif, melainkan suatu tema yang dipersoalkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mulanya pokok persoalan demikian luas dan mempunyai banyak pokok, tetapi kemudian akan terjadi kristalisasi sehingga pokoknya menjadi jelas karena pihak-pihak yang terkait saling melakukan diskusi.

PR perlu mengantisipasi dan responsive terhadap isu-isu tersebut. Langkah ini dalam manajemen dikenal dengan issue management. Pada tahap ini media memegang peranan sangat penting karena media akan mengangkat suatu persoalan kepada masyarakat dan masyarakat akan menanggapinya. Media mempunyai peranan yang sangat besar dalam perluasan isu dan bahkan membelokkannya sesuai dengan persepsinya. Media dapat melunakkan sikap publik atau sebaliknya meningkatkan perhatian publik.khususnya bagi hot issue,yakni yang menyangkut kepentingan publik secara luas.

Issue management pada tahap ini perlu dilakukan secara simultan dan cepat dengan melibatkan komunikasi personal dan sekaligus komunikasi dengan media massa. PR melakukan program komunikasi dengan kelompok stakeholder atau publik yang berbeda-beda pada ketiga tahap diatas.

PR perlu mengembangkan objective formal seperti komunikasi,akurasi, pemahaman,persetujuan dan perilaku tertentu terhadap program-program kampanye komunikasinya. PR harus mengembangkan program-program resmi dan kampanye komunikasi yang jelas menjangkau objective. PR khususnya para pelaksana, harus memahami permasalahan dan dapat menerapkan kebijakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasinya. PR harus melakukan evaluasi terhadap efektifitas pelaksanaan tugasnya untuk memenuhi pencapaian objective dan mengurangi konflik yang muncul dikemudian hari.[6]

4. Corporate Social Responsibility (CSR)

Lahirnya istilah tanggung jawab sosial korporat sebenarnya setelah banyaknya istilah yang digunakan secara bergantian untuk menunjukkan kenyataan ini. Ada yang menyebutnya tanggung jawab sosial korporat, ada juga yang menyebut dengan corporate-community relationship atau ada juga yang menyebutnya organisasi berkelanjutan. Ini pada dasarnya menunjukkan bahwa perhatian terhadap organisasi mulai memperhitungkan aspek lain di luar proses-proses internal organisasi tersebut. Baik pada kalangan internal organisasi atau manajemen organisasi maupun pada masyarakat mulai berkembang. Sejalan dengan perkembangan masyarakat dan cara pandang organisasi bisnis terhadap dirinya sendiri, terjadilah perubahan. Masyarakat tak hanya menuntut organisasi bisnis untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan melainkan menuntut organisasi bisnis itu berdampak misalnya pada rusaknya lingkungan, yang biaya rehabilitasinya seringkali menjadi beban pemerintah atau warga masyarakat.

Berdasarkan pengertian corporate social responsibility diatas, maka dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility merupakan

[6] Rhenald Kasali,*Manajemen Public Relations,Konsep dan Aplikasinya di Indonesia,*(Jakarta:Pustaka Utama Grafiti,1994).hlm.46-47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komitmen perusahaan dalam bentuk tanggung jawab untuk berkontribusi kepada lingkungan atau masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan produk maupun jasa.7

Karena keragamannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) idealnya adalah sebuah win-win solution dalam arti bahwa pelaksanaan CSR tidak hanya menguntungkan perusahaan, tapi juga dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi.

Konsep yang diutarakan Carrol harus dipahami secara satu kesatuan. Sebab CSR, merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu profil, people dan planet. Profit adalah perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan (profit) untuk terus beroperasi dan berkembang. People adalah perusahaan dalam hal ini harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Planet adalah pentingnya

---

[7] Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framework for PR Practitioners,*(Yogyakarta:Graha Ilmu,2013).hlm 7-9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati.

1) Prinsip Dasar CSR

Adapun prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat atau CSR yang menjadi pilar aktivitas CSR,yaitu:

a) *Building human capital*

Secara internal,perusahaan dituntut menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang handal, secara eksternal,dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat,biasanya melalui community development.

b) *Strengthening economic*

Perusahaan dituntut untuk tidak kaya sendiri, sementara komuniti di lingkungannya miskin. Mereka harus memberdayakan ekonomi komuniti sekitar.

c) *Assesing social cesion*

Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

d) *Encouraging good governance*

Dalam menjalankan bisnisnya harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik.

e) *Protecting the environment*

Berusaha keras menjaga melestarikan lingkungan. Mengapa CSR sebagai investasi memelihara dan meningkatkan citra perusahaan.

2) Jenis-Jenis CSR

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kotler & Lee menyebutkan tentang Corporate Social Inisiative sebagai aktivitas utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung issue sosial dan untuk memenuhi komitmen terhadap Corporate Social Responsibility. Ada 6 bentuk CSR yang bisa dilakukan oleh perusahaan,yaitu8 :

1) *Cause promotion* (promosi yang terkait kegiatan sosial), tujuannya meningkatkan kesadaran dan perhatian pada masalah sosial. Perusahaan menyediakan sejumlah dana atau kontribusi lain atau menggelar suatu kegiatan dengan tujuan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial tertentu, atau untuk mendukung penggalangan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu. Konsentrasi utama Cause Promotion adalah komunikasi yang dilakukan dengan persuasif yang bertujuan sebagai berikut:
   a) Membangun kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistik serta fakta.
   b) Mendorong masyarakat untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai suatu masalah tertentu dengan mengunjungi website tertentu.
   c) Mendorong orang-orang untuk menyumbangkan waktu mereka untuk membantu orang lain yang membutuhkan.
   d) Mendorong orang-orang untuk menyumbangkan uang untuk masyarakat melalui program sosial perusahaan.

[8] Abdullah,Ma'ruf,*Manajemen Komunikasi Korporarsi*,(Banjarmasin:Aswaja.2015)hlm.90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Mendorong orang-orang untuk menyumbang segala sesuatu yang bersifat non material.

Keuntungan yang bisa diperoleh dari kegiatan ini adalah:

a. Memperkuat posisi merk perusahaan
b. Menciptakan loyalitas pelanggan
c. Memberikan peluang kepad akaryawan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka.
d. Menciptakan kerja sama dengan pihak lain.
e. Memperkuat citra baik perusahaan.

2) Cause-Related Marketing (pemasaran yang terkait kegiatan sosial),tujuannya memberikan kontribusi pada suatu masalah berdasarkan penjualan produk. Promosi yang dilakukan perusahaan dalam hal ini dikaitkan dengan kegiatan penjualan. Perusahaan mendonasikan sejumlah prosentase hasil penjualan untuk kegiatan sosial tertentu. Model ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan kontribusi sosial melalui produk yang dibelinya. Beberapa aktivitas yang bisa dilakukan perusahaan,antara lain:

a) Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual.
b) Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap aplikasi atau rekening yang dibuka.
c) Menyumbangkan prosentase tertentu dari setiap produk yang terjual atau transaksi untuk kegiatan amal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Menyumbangkan prosentase tertentu dari laba bersih perusahaan untuk kegiatan sosial atau untuk amal.

e) Perusahaan menetapkan batas tertentu dari penjualan untuk jumlah kontribusi yang akan diberikan.

Beberapa manfaat yang bisa diambil perusahaan dari kegiatan ini adalah:

a) Perusahaan dapat menarik pelanggan baru

b) Mengumpulkan dana untuk suatu masalah sosial tertentu.

c) Menjangkau konsumen dari karakteristik demografi, geografi atau segmen pasar tertentu.

d) Meningkatkan penjualan produk.

e) Membangun hubungan/relasi yang positif yang bisa mendukung usaha yang dilakukan.

f) Membangun identitas merk yang positif di mata pelanggan.

3) *Corporate Social Marketing* (pemasaran kemasyarakatan perusahaan),tujuannya mendukung kampanye perubahan perilaku perusahaan mendukung upaya mengembangkan dan implementasi kampanye perubahan perilaku untuk meningkatkan kondisi kesehatan,keselamatan,lingkungan,atau kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini,yang ditekankan adalah pada "perubahan perilaku" masyarakat. Misal: Lifebuoy yang selalu mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan. Beberapa manfaat yang bisa diambil dari kegiatan tersebut adalah:

a) Mendukung posisi merk perusahaan

b) Menciptakan preferensi merek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Meningkatkan penjualan

d) Meningkatkan keuntungan melalui penurunan biaya.

e) Menarik mitra yang bisa diandalkan serta memiliki kepedulian besar untuk merubah perilaku masyarakat.

f) Memberikan dampak yang nyata terhadap perubahan sosial.

4) *Corporate Philanthropy* (kegiatan filantropi perusahaan) yaitu memberikan kontribusi langsung terhadap suatu masalah sosial. Hal ini merupakan bentuk tradisional dari ,dimana perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Beberapa hal yang bisa dilakukan antara lain:

a) Sumbangan uang tunai

b) Bantuan hibah

c) Beasiswa

d) Pemberian produk

e) Penyedian tenaga ahli

f) Mengijinkan penggunaan fasilitas untuk masyarakat.

g) Mengijinkan penggunaan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan.

Keuntungan yang bisa diraih oleh perusahaan adalah:

a) Meningkatkan reputasi perusahan.

b) Menciptakan kesan baik dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

c) Memperkuat posisi bisnis perusahaan di masa depan.

d) Memberikan dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) *Community Volunteering* (pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela), bentuknya adalah karyawan mendonasikan waktu dan bakat mereka. Dalam hal ini, perusahaan mendukung dan mendorong karyawan dan stakeholder untuk menjadi relevan dalam kegiatan-kegiatan sosial. Bentuk dukungan yang diberikan perusahaan dalam community volunteering antara lain:

a) Memasyarakatkan etika perusahaan melalui komunikasi perusahaan yang akan mendorong karyawan untuk menjadi sukarelawan bagi komunitas.
b) Menyarankan kegiatan sosial tertentu yang bisa diikuti oleh karyawan.
c) Mengorganisir tim sukarelawan untuk suatu kegiatan sosial.
d) Memberikan penghargaan dalam bentuk materi dan non materi kepada karyawan.
e) Keuntungan yang bisa diraih perusahaan dengan kegiatan ini, antara lain:9
f) Membangun hubungan baik antara perusahaan dengan komunitas.
g) Memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan.
h) Meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan. Meningkatkan image perusahaan. Memberikan kesempatan untuk mempromosikan produk dan pelayanan.

6) *Socially Responsibility* Business Practise (Praktek bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial). Kelulasaan praktek bisnis dan investasi dalam mendukung masalah sosial perusahaan sudah mengadopsi dan mengimplementasikan praktek bisnis dan investasi yang menunjang upaya peningkatan kesejahteraan dan pelestarian lingkungan melebihi ketentuan

[9] Azheri,Busyra,*Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory,*(Jakarta: Rajawali Pers, 2012),hlm.30-33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang telah ditetapkan. Merupakan tahap tertinggi dari kegiatan CSR, dimana semua ini kegiatan perusahaan memang memiliki nilai lebih yang bermanfaat bagi orang banyak. Aktivitas yang tercakup dalam poin ini adalah:

a) Membuat fasilitas yang memenuhi bahkan melebihi tingkat keamanan lingkungan dan keselamatan yang ditetapkan.
b) Mengembangkan perbaikan proses produksi barang dan jasa.
c) Memilihi pemasok berdasarkan kriteria kesediaan mereka menerapkan dan memelihara aktivitas pengembangan yang berkelanjutan.
d) Melakukan pelaporan secara terbuka mengenai material produk yang digunakan beserta asal usulnya, potensi bahaya yang ditimbulkan dari penggunaan produk serta berbagai informasi lain yang berguna untuk konsumen.
e) Mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Manfaat yang bisa didapat dari kegiatan ini adalah10:

f) Meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan.
g) Menciptakan preferensi konsumen terhadap merk produk perusahaan.
h) Menciptakan image positif dari pemerintah.
i) Meningkatkan kepuasan karyawan

[10] Arif Budimanta,,*Corporate Social Responsibility ,Indonesia Center for Sustainable Development* (Jakarta:Rajawali Pers,2008),hlm. 45-48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Definisi Citra

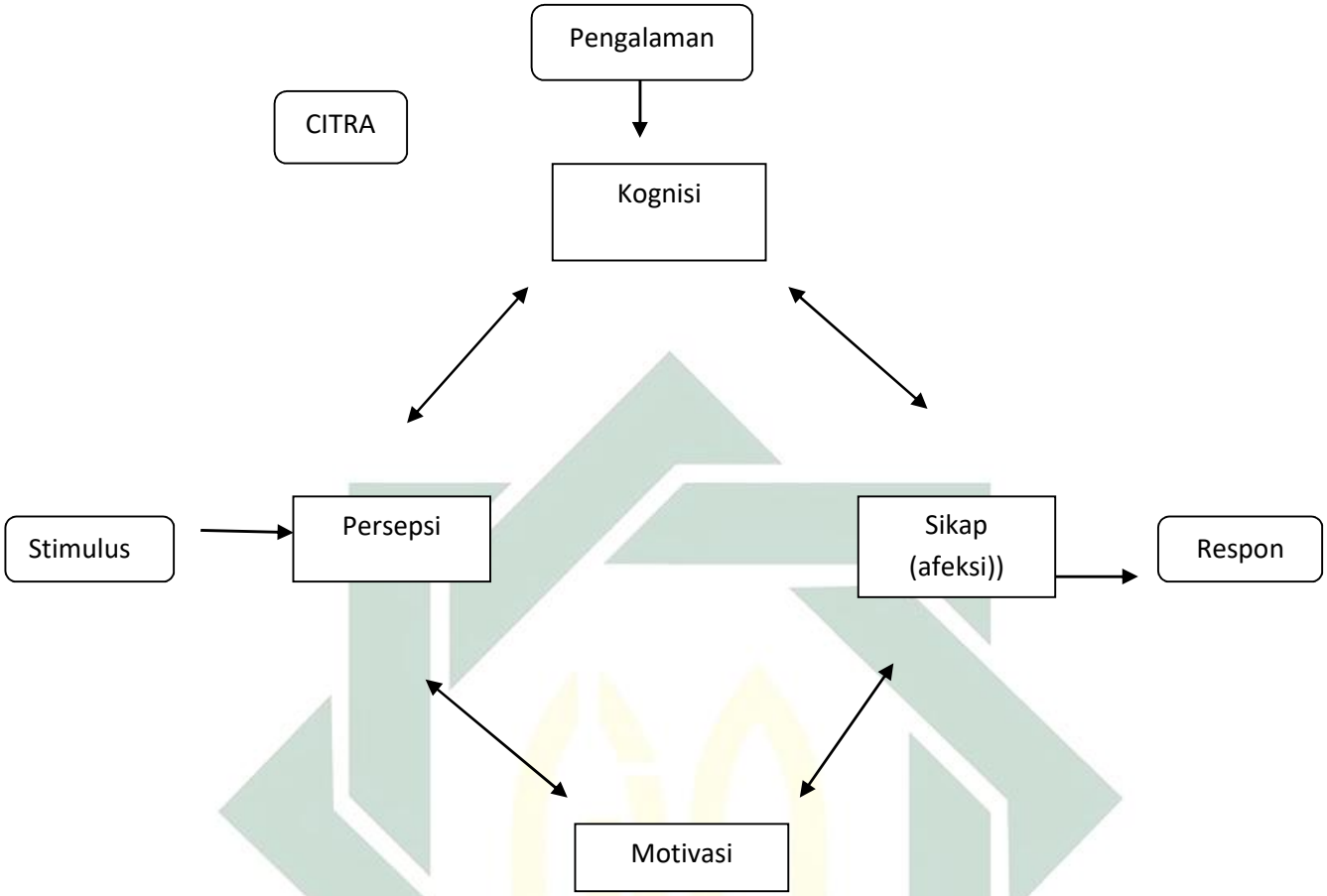
Citra adalah gambaran tentang realitas, dan tidak harus sesuai dengan realitas. citra dalam konteks yang dibahas adalah kesan,perasaan,gambaran dari publik terhadap perusahaan. citra juga mencerminkan pemikiran, emosi dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui.

Philip Kotler (2000, p. 553) mendefinisikan citra yaitu image is the set of beliefs, ideas and impressions a person holds regarding an object. People's attitude and actions toward an object are highly conditioned by that objects image (Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut).[11]

Untuk mendapatkan gambaran tentang citra ini dapat divisualisasikan sebagai berikut:

[11] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2015),hlm.64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Bagan 2.1

Sumber John Nimpoena 1985,dalam Ardianto,2011:107

Selanjutnya Nimpoena juga memberikan penjelasan tentang substansi yang ada dalam gambar yang ditunjukannya tersebut seperti berikut ini:

a) Stimulus adalah rangsangan (kesan lembaga yang diterima dari luar untuk membentuk persepsi. Sensasi adalah fungsi alat indra dalam menerima informasi dari langganan).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Persepsi adalah hasil Pengamatan terhadap unsur lingkungan yang langsung dikaitkan dengan suatu pemahaman, pembentukan makna pada stimuli indrawi.

c) Kognisi adalah aspek pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan,ide dan konsep.

d) Motivasi adalah kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan-tujuan terrtentu,dan untuk sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu pada setiap saat.

e) Sikap adalah hasil evaluasi negatif atau positif terhadap konsekuensi penggunaan suatu objek.

f) Tindakan adalah akibat atau respon individu sebagai organisme terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun lingkungan.

g) Tingkah laku adalah perilaku yang berupa aktivitas seseorang dalam bentuk tindakan-tindakan dalam rangka bereaksi terhadap rangsangan atau stimulus.

Terbentuknya reputasi itu diawali dengan dikenalkannya identitas perusahaan itu yang biasanya tercermin melalui nama perusahaan atau juga melalui logo. Kemudian disusul dengan tampilan lain seperti,laporan tahunan,brosur,kemasanproduk,interior,uniform,karyawan,iklan,pemberita an media,materi tertulis, dan audio visual lainnya yang berkenaan dengan aktivitas korporasi.

Selain yang nampak dalam bentuk visual,identitas korporasi juga bisa dilihat melalui hal-hal yang non fisik seperti,nilai-nilai yang dianut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

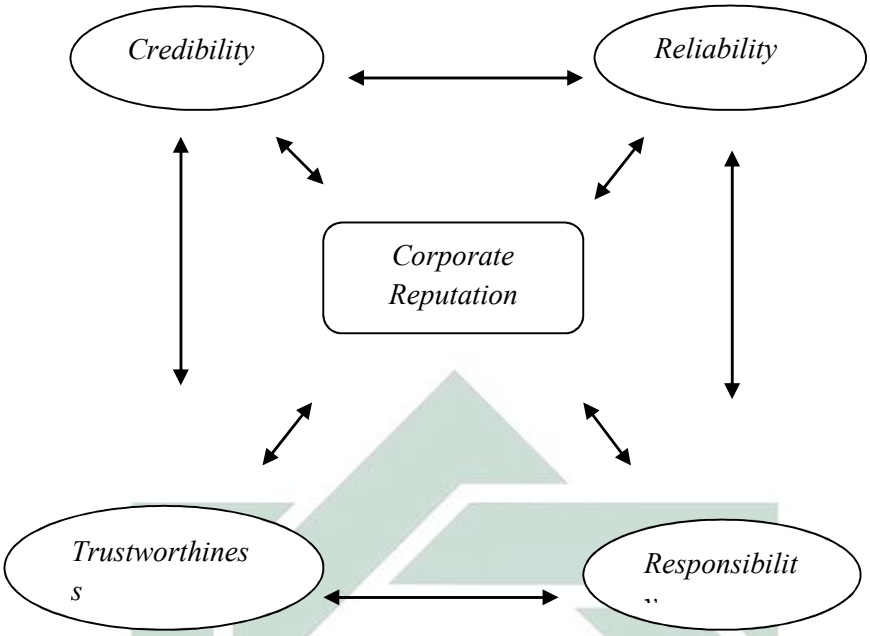
oleh perusahaan itu, filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi yang dilakukan baik terhadap lingkungan internal maupun terhadap lingkungan eksternal perusahaan.

Berangkat dari semua itu maka kita dapat memahami bahwa reputasi atau citra itu mencerminkan persepsi publik terkait tindakan-tindakan perusahaan dibanding pesaing utamanya. Dengan demikian reputasi atau citra perusahaan suatu perusahaan itu bisa baik, bisa buruk, bisa besar, bisa kecil, bisa kuat, dan bisa lemah. Agar supaya citra perusahaan itu terjaga dengan baik,maka perlu ada upaya dari perusahaan untuk merawatnya dengan baik.

Menurut Alifahmi yang dikutipnya,ada empat sisi reputasi atau citra perusahaan yang perlu ditangani yaitu:

a) *Kredibility* : Kredibilitas di mata investor
b) *Trustworthies* : Terpecaya dalam pandangan karyawan
c) *Reliability* : Kehandalan di mata konsumen
d) *Responsibility* : Tanggung jawab

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Bagan 2.2

Sumber:Ardianto,2011:108

Membangun sebuah kekuatan dan reputasi atau citra perusahaan yang positif adalah tugas setiap profesional public relation atau corporate communication. Pengelolaan citra perusahaan (lembaga atau pemerintah) dapat diibaratkan sebagai sebuah orkestra atau inisiatif public relation atau corporate communication yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi pentingnya sebuah brand (merek) termasuk nama baik (citra) perusahaan.

Dalam praktik bisnis perusahaan rata-rata pelanggan menyukai produk dari perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik. Oleh karena itu masing-masing perusahaan yang tidak ingin kehilangan pelanggannya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat menjaga kualitas produk atau jasa yang dikeluarkannya. Jadi, perusahaan sangat identik dengan produknya.

7. Public Relations dalam Konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam rangka menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat, sebuah perusahaan perlu menjalin hubungan yang baik dengan stakeholder. Untuk melaksanakan tugas tersebut, umumnya pihak yang ditunjuk perusahaan adalah public relations (PR). Rosady Ruslan menjelaskan bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau orang demi kepentingan publik serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan serta penilaian yang baik dari publiknya. Public Relations mempunyai peran penting baik secara internal maupun eksternal dalam aktivitas CSR. Karena pada dasarnya publik dari public relations adalah publik internal dan eksternal.[12]

Peran public relations dalam aktivitas CSR akan berkembang menjadi lebih kompleks seiring dengan kemajuan dari program CSR perusahaan. Peran public relations dalam konteks ini masih diwarnai oleh kegiatan public relation melalui media relation (hubungan media).

Dalam menjalankan tugasnya, kegiatan public relation bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat, dan tingkah laku publik. Dalam

[12] *Ujang Rusdianto, CSR Communications A Framework for PR Practitioners,(Yogyakarta:Graha* Ilmu,2013).hlm 87-88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

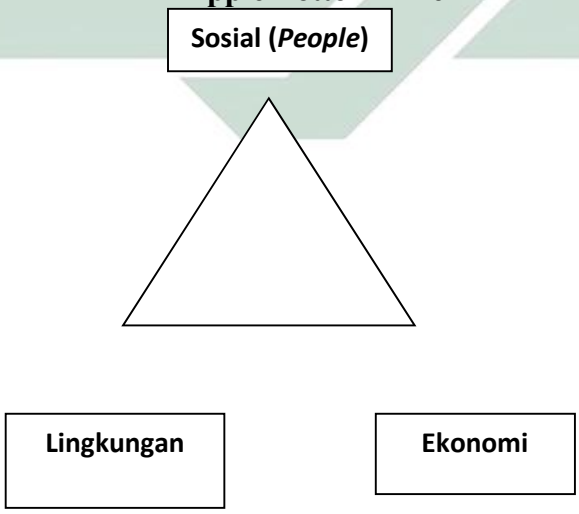
hal ini public relation diharapkan mengutamakan kepentingan publik, menggunakan moral atau kebiasaan yang baik, guna terpeliharanya komunikasi yang menyenangkan dengan publiknya.

B. Kajian Teori

1. Teori *Triple Bottom Line*

Semakin berkembangnya konsep CSR, maka banyak teori yang berkembang dan diungkapkan berbagai pihak mengenai CSR. Salah satu teori yang terkenal adalah teori Triple Bottom Line. Elkington memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya,maka perusahaan tersebut harus memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan tersebut harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan.[13]

Tripple Bottom Line



[13] Eklington,Jhon,*Penerapan Corporate Social Responsibility*,(Jakarta: Salemba,2007) ,hlm. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 2.3

Sumber : Wibisono (2007)

Dalam gagasan tersebut perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada Single Bottom Line yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.[14]

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Dan pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yanh dapat digunakan untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

Planet adalah unsur yang sangat harus diperhatikan,jika suatu perusahaan ingin tetap mempertahankan keberadaannya maka harus disertakan tanggung jawab lingkungan, karena lingkungan sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia, dan hubungan antara lingkungan dengan manusia adalah sebab akibat, jika manusia meghargai lingkungan dengan cara merawat dan memeliharanya, maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada manusia.

---

[14] Wibisono,Yusuf.2007.*Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*(Gresik:Fascho Publishing,2007),hlm 32-35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

People,dalam hal ini masyarakat adalah pemangku kepentingan yang pennting bagi perusahaan. karena tanpa dukungan dari masyarakat, perusahaan tidak akan mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Perusahaan harus berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, dan melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Dan yang terpenting adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan harus didasari dengan niat tulus.

Disini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkenlanjutan (sustainable). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, diberbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial,ekonomi dan lingkungan hidupnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Profil Data PT Kereta Api Indonesia (Persero)

1. Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA didesa Kemijen tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda Mr. L.A J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh "Naamlooze Venootschap Nederlandsh Indische Spoorweg Maatschappij" (NV NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lear sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.[1]

Keberhasilan swasta, NV NISM membangun jalan KA antara Kemijen-Tanggung yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang-Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA didaerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 – 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 km tahun 1870 menjadi 110 km, tahun 1880 mencapai 405 km, tahun 1890 menjadi 1,427 km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 km.

[1]Tim.Telaga Bukti Nusantara.*Sejarah Perekeretaapian Indonesia Jilid I*.(Yogyakarta:Angkasa,1997),hlm 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 KM antara Makassar- Takalar yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujung pandang- Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak-Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, juga pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA[2].

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pemdudukan jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA disana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm, 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan jepang (1942-1943) sepanjang 473 km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan jepang adalah 83 km antara Bayah-Cikara dan 220 km antara Muaro-Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa,

[2] Tim.Telaga Bukti Nusantara.*Sejarah Perekeretaapian Indonesia Jilid I*.(Yogyakarta:Angkasa,1997),hlm 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro-Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamasikan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api" (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah yang terjadi pada tanggal 28 September 1945, pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perekeretaapian berada ditangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperkenankan lagi campur tangan dengan urusan perekeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya "Djawatan Kereta Api Republik Indonesia" (DKARI).

Meskipun DKARI telah terbentuk, namun tidak semua perusahaan kereta api menyatu. Sedikitnya ada 11 perusahaan kereta api swasta di Jawa dan satu perusahaan kereta api swasta (Deli Spoorweg Maatschapij) di Sumatera Utara yang masih terpisah dengan DKARI. Lima tahun kemudian, berdasarkan Pengumuman Menteri Perhubungan, Tenaga, dan Pekerjaan Umum No. 2 Tanggal 6 Januari 1950, ditetapkan bahwa 1 Januari 1950 DKARI dan "Staat-spoor Wegen en Verenigde Spoorweg Bedrijf " (SS/VS) digabung menjadi satu perusahaan kereta api yang bernama "Djawatan Kereta Api"

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(DKA) [3] . Dalam rangka pembenahan badan usaha, pemerintah mengeluarkan UU No. 19 Tahun 1960, yang menetapkan usaha BUMN. Atas dasar UU ini, dengan Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 1963, tanggal 25 Mei 1963 di bentuk "Perusahaan Negara Kereta Api" (PNKA), sehingga Djawatan Kereta Api dilebur kedalamnya. Sejak itu, semua perusahaan kereta api di Indonesia terkena "integrasi" ke dalam satu wadah PNKA, termasuk kereta api di Sumatera Utara yang sebelumnya dikelola oleh DSM (Deli Spoorweg Maatschapij). Masih dalam rangka pembenahan BUMN, pemerintah mengeluarkan UU No. 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969, yang menetapkan jenis BUMN menjadi tiga, yaitu Perseroan, Perusahaan Umum, dan Perusahaan Jawatan. Sejalan dengan UU yang dimaksud berdasarkan Peraturan Pemerintahan No. 61 Tahun 1971 tanggal 15 September 1971, bentuk perusahaan PNKA mengalami perubahan menjadi "Perusahaan Jawatan Kereta Api"(PJKA). Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintahan No.57 Tahun 1990, pada tanggal 2 Januari 1991, PJKA menagalami perubahan menjadi Perusahaan Umum Kereta Api disingkat Perumka. Sejalan dengan perubahan status ini, kinerja perkeretaapian di Indonesia kian membaik. Kalau pada tahun 1990 PJKA rugi.[4]

Sebanyak Rp. 32,716 Milyar. Tahun kedua turun menjadi Rp. 2,536 Milyar, tahun ke tiga Rp. 1,098 Milyar dan untuk pertama kalinya dalam sejarah perkeretaapian Indonesia meraih laba sebesar Rp. 13 juta

[3] Tim.Telaga Bukti Nusantara.*Sejarah Perekeretaapian Indonesia Jilid II*.(Yogyakarta:Angkasa,1997),hlm 5
[4] http://heritage.kereta-api.co.id/beranda diakses pada tanggal 26 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada tahun 1993. Berikutnya, dalam rangka "Loan Agreement" no. 4106-IND tanggal 15 Januari 1997 berupa bantuan proyek dari Bank Dunia, yang kemudian lebih dikenal dengan Proyek efisiensi perkeretaapian atau "Railway Efficiency Project" (REP), diarahkan pada peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan yang ditempuh melalui delapan kebijakan, yaitu:

a. Memperjelas peranan antara pemilik (owner), pengaturan (regulator), dan pengelola (operator)
b. Melakukan restrukturisasi Perumka, termasuk merubah status Perusahaan Umum menjadi Perseroan Terbata
c. Kebijakan pentarifan dengan pemberian kompensasi dari pemerintah kepada Perumka atas penyediaan KA non komersial, yaitu tarifnya ditetapkan oleh pemerintah
d. Rencana jangka panjang dituangkan dalam Perencanaan Perusahaan (Corpoorate Planning), yang dijabarkan ke dalam rencana kerja anggaran perusahaan secara tahunan
e. Penggunaan peraturan dan prosedur dalam setiap kegiatan
f. Pengingkatan peran serta sektor swasta;
g. Peningkatan SDM Sejalan dengan maksud REP (Railway Efficiency Proj) tersebut, dengan Peraturan Pemerintahan No.19 Tahun 1998, pada tanggal 3 Februari 1998, pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Kereta Api menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Proses perubahan status perusahaan dari Perum menjadi Persero secara "de-facto" dilakukan tanggal 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juli 1999, saat Menhub Giri .S. Hadiharjono mengukuhkan susunan Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Bandung.

2. Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Berdasarkan hasil rapat Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero), merubah visi dan misi yang lama menjadi visi dan misi yang baru, yakni Maklumat Direksi Nomor : 06/PR.006/KA-2008 menyebutkan bahwa, sejalannya dengan arah dan startegi pengembangan (Restrukturisasi) perusahaan, maka sesuai kesepakatan pada tanggal 26 Mei 2008 di Bandung, Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menetapkan VISI dan MISI perusahaan yang baru sebagai berikut[5]:

a. Visi

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan stakeholders.

b. Misi

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi stakeholders dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan, dan kenyamanan.

3. Tujuan PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Tujuan PT. Kereta Api Indonesia yaitu melaksanakan dan mendukung kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi

[5] http://kip.kereta-api.co.id diakses pada tanggal 26 Februari 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan pembangunan nasional, khususnya di bidang transportasi, dengan menyediakan barang-jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk dapat melakukan ekspansi baik di pasar domestik maupun internasional di bidang perkeretaapian, yang meliputi 9 usaha pengangkutan orang dan barang dengan KA, kegiatan perawatan & pengusahaan prasarana perkeretaapian, pengusahaan bisnis properti secara profesional, serta pengusahaan bisnis penunjang prasarana & sarana KA secara efektif untuk kemanfaatan umum.[6]

4. Slogan dan Budaya PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Budaya perusahaan merupakan pola sikap, keyakinan asumsi dan harapan yang dimiliki bersama dan dipegang secara mendalam untuk membentuk cara bagaimana karyawan/karyawati bertindak dan berinterakasi agar sasaran perusahaan tercapai.

Adapun slogan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri adalah : "Anda Adalah Prioritas Kami". Makna :

a. **Anda** adalah pelanggan yang terdiri dari pelanggan internal di dalam lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).
b. Pelanggan eksternal di luar lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Pelanggan harus **menjadi prioritas** dalam pencapaian..
c. Untuk mencapai pelayanan diperlukan **kerjasama antar individu dan bagian.**

[6] Arsip Humasda PT Kereta Api Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun 5 nilai utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero), yakni sebagai berikut [7]:

Slogan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber : Master Manual Versi Publikasi

Short PT. Kereta Api Indoneia (Persero)

Gambar 3.1

a. Integritas : Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai, kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.
b. Profesional : Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan serta membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

[7] Arsip Humasda PT Kereta Api Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Keselamatan : Kami insan PT. KAI (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan, dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

d. Inovasi : Kami insan PT. KAI (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan, dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

e. Pelayanan Prima : Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung jawab).

5. Identitas PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Nama Kantor Pusat : PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 8 Surabaya

Alamat Kantor : Jl. Gubeng Masjid No.1, Surabaya, Jawa Timur

Telepon: (031) 5033115

Website : www.kereta-api.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Logo Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber : Arsip PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Gambar 3.2

Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya8. 2 garis warna orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal. Anak panah berwarna putih melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima. 1 garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke stakeholders. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat).

7.Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Tingkat Pusat

PT KAI (Persero) bagian kantor pusat di pimpin oleh direksi dengan tugas dan bagian-bagian yang berbeda namun tetap pimpinan tertinggi Direktur Utama. Beberapa direksi yang di bawahi oleh Direktur Utama antara lain adalah sebagai berikut:

[8] http://kip.kereta-api.co.id diakses pada tanggal 28 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(D1) Direktur Komersial

(D2) Direktur Operasi

(D3) Direktur Pengelolaan Prasarana

(D4) Pengelolaan Sarana

(D5) Direktur Keselamatan dan Keamanan

(D6) Direktur SDM, Umum, dan TI

(D7) Direktur Logistik dan Pengembangan

(D8) Direktur Aset tanah dan Pengembangan

(D9) Direktur Keuangan

PT KAI (Persero) dalam kantor setiap wilayahnya memiliki Sembilan Daerah Operasi (Daop) di Jawa dan tiga Divisi Regional (Divre) dan satu Sub Divre di Sumatra. Dari kesembilan Daop, Ketiga Divre, dan Sub Drive berikut adalah:

a. Daop 1 Jakarta
b. Daop 2 Bandung
c. Daop 3 Cirebon
d. Daop 4 Semarang
e. Daop 5 Purwokerto
f. Daop 6 Yogyakarta
g. Daop 7 Madiun
h. Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i. Daop 9 Jember

j. Divre 1 Sumatera Utara

k. Divre 2 Sumatera Barat

l. Divre 3 Sumatera Selatan

m. Sub Divre 3.2 Sumatera Selatan

8. Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya adalah salah satu daerah operasi perkeretaapian di pulau jawa, khususnya di Jawa Timur. PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya yang dipimpin oleh Executive Vice President (EVP) yang bertanggung jawab penuh kepada direksi PT KAI (Persero). Sebagai pimpinan EVP dibantu oleh seorang Deputy Executive President (DEVP) sebagai wakilnya serta dibantu dan membawahi jajaran manajer antara lain Manajer Hubungan Masyarakat (HUMASDA), Manajer Hukum, Manajer Sumber Daya Manusia (SDM) dan Umum, Manajer Sarana, Manajer Aset, manajer Pelayanan, Manajer Keuangan, manajer Operasi, Manajer Pengamanan, Manajer Pemasaran Angkutan, Manajer Sintelis, Manajer Jalan Rel dan Jembatan, Manager Pengusahaan Aset serta Manajer Pengusahaan barang dan Jasa[9].

Manajer Humasda dan jajaran Manajer lainnya secara langsung ditempatkan dibawah pimpinan EVP dan DEVP. Manajer Humasda memiliki peran penting bagi perusahaan dalam penyampaian informasi yang akurat serta pembentukan citra bagi PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya sendiri.

[9] Sumber Arsip PT kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tidak hanya dalam melakukan liputan dan dokumentasi saja namun peran Humasda dalam perusahaan sendiri mampu menjadi jembatan bagi pihak eksternak dengan PT Kai (Persero) Daop 8 Surabaya sendiri dalam menjalin kerjasama dan hubungan baik sehingga citra PT KAI (Persero) semakin baik. Manajer Humasda membawahi Asisten Manajer internal dan eksternal serta beberapa staff.

9. Daerah Operasi Daop 8 Surabaya

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 8 Surabaya atau disingkat dengan Daop 8 Surabaya adalah salah satu daerah operasi perkeretaapian di Indonesia, khususnya di pulau jawa. Daop 8 Surabaya dipimpin oleh seorang Executive Vice President (EVP) dan bertanggung jawab kepada Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)[10]

Kantor Daop 8 Surabaya beralamat di Jl Gubeng Masjid No.1, Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60131, Telp (031) 5034468. Email: Humasda8@kereta-api.co.id Website: www.kereta-api.co.id Contact Center: (021) 121

1) Unit kerja yang berada di wilayah Daop 8
   a) Balai Yasa Surabaya Gubeng
   b) Aset Wilayah Timur
2) Anak Perusahaan PT KAI yang berada di wilayah Daop 8
   a) PT Reska Multi Usaha
   b) KAPM (Kereta Api Properti Manajemen)

Kereta Api Logistik

[10] Arsip Humas PT Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Kereta Api Wisata

d) Komuter Indonesia

e) Rail Link

3) Batas Wilayah

a) Barat : Stasiun Jenar

b) Timur : Stasiun Kedung Banteng

c) Utara : Stasiun Goprak

d) Selatan: Stasiun Wonogiri

4) Wilayah Jangkauan Daop 8 Surabaya

Daerah Operasi VIII Surabaya atau disingkat dengan Daop 8 Surabaya atau Daop VIII SB adalah salah satu daerah operasi perkeretaapian Indonesia, di bawah lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada di bawah Direksi PT Kereta Api Indonesia dipimpin oleh seorang Executive Vice President (EVP) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Direksi PT Kereta Api Indonesia. Adapun peta jangkauan wilayah Daop 8 Surabaya adalah sebagai berikut :

Peta Wilayah Jangkauan Daop 8 Surabaya11

[11] https://kai.id/corporate/passenger_services/1 diakses pada tanggal 15 Januari 2018 pukul 19.00 wib

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.3

Sumber: Peta Daerah Operasi VIII Surabaya

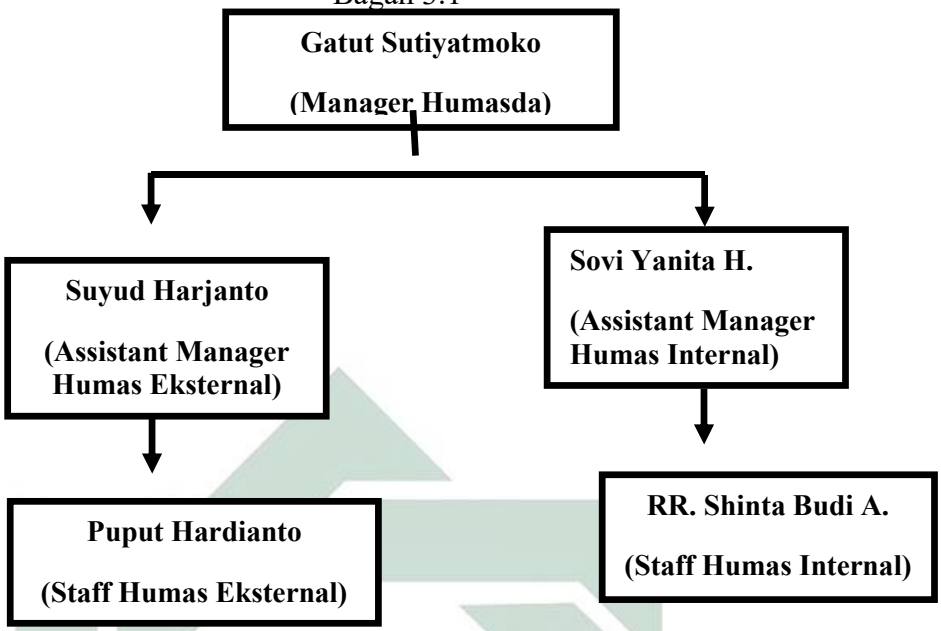
10) Jobdesc Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

Adapun struktur jobdesc organisasi humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya adalah sebagai berikut[12] :

[12] Arsip Struktur Organisasi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 3.1



Humas pada daerah Operasi 8 Surabaya adalah satuan organisasi di lingkungan PT KAI (Persero) yang berada dibawah organisasi Daerah Operasi 8 Surabaya dan berkedudukan di Surabaya. Humas Daop 8 Surabaya dipimpin oleh seorang Manager Humas yang bertanggung jawab pada Executive Vice President (EVP) Daop 8 Surabaya.

Manager Humas Daop 8 Surabaya mempunyai tugas pokok merencanakan dan melaksanakan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakat, penyuluhan dan pembentukan citra perusahaan internal dan eksternal di wilayah Daerah Operasi 8 Surabaya.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Manager Humas mempunyai tugas pokok, fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut13:

[13] Arsip Tupoksi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggungjawab yang telah ditetapkan Kantor Pusat di wilayah Daerah Operasi.
b) Melaksanakan fungsi Corporate Image Building
c) Mengelola informasi dan komunikasi di dalam perusahaan (internal) dan menjalin hubungan dengan media massa di luar perusahaan (eksternal).
d) Membantu melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) di wilayah Daerah Operasi.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya tersebut, Manager Humas Daop 8 Surabaya dibantu oleh seorang Assistant Manager Internal dan Eksternal. Assistant manager tersebut mempunyai tugas pokok, fungsi dan tanggung jawab melaksanakan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakatan, penyuluhan dan pembentukan citra perusahaan internal dan eksternal.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Assistant Manager Internal dan Eksternal mempunyai tugas pokok, fungsi dan tanggung jawab sebagai berikut:14

1) Internal
a) Melaksanakan kegiatan pembuatan klipping media massa
b) Melaksanakan kegiatan peliputan dan dokumentasi kegiatan perusahaan
c) Mengidentifikasi layanan informasi kepada publikinternal yang membutuhkan
d) Bertanggung jawab mengurusi dan update berita media massa dan media monitoring

[14] Arsip Tupoksi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Bertanggungjawab terhadap pengelolaan administrasi keuangan kehumasan Daerah Operasi 8 Surabaya

2) Eksternal

a) Menjalin hubungan yang baik dengan wartawan media massa.

b) Melakukan evaluasi terhadap pemberitaan di media massa secara rutin.

c) Membuat press release dalam setiap kegiatan perusahaan yang dipublikasi.

d) Mengkoordinasi dan mengatur kegiatan konferensi pers.

e) Membantu melaksanakan kegiatan-kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan, mulai dari pembentukan, pelaksanaan sampai dengan pendokumentasian.

f) Merencanakan dan melaksanakan program komunikasi kepada publik eksternal melalui berbagai event pameran, iklan, pengisian program TV dan promosi kehumasan.

g) Memberikan layanan informasi kepada masyarakat eksternal termasuk pers yang membutuhkan

Adapun Analisa SWOT Unit Humas Daop 8 Surabaya[15]

1. Strength (kekuatan)

a. Memberikan informasi secara jelas dan terbuka terhadap eksternal (media massa dan lain-lain) terkait produk dan kebijakan yang ada di perusahaan

b. Memberikan informasi secara jelas dan terbukaterhadap internal terkait masalah produk manajemen ataupun peraturan manajemen. Dan

[15] Arsip Humas Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membantu pembinaan internal perusahaan terhadap berbagai kebijakan tersebut.

c. Menjadi ujung tombak dalam mencitrakanperusahaan kepada eksternal.

2. *Weakness* (Kelemahan)

   a. Masyarakat masih belum paham dan mengerti kana produk atau kebijakan dari perusahaan.

   b. Pegawai masih belum paham akan produk ataupun peraturan yang perusahaan miliki.

   c. Kurangnya dana yang dimiliki oleh unit humas, sehingga berbagai informasi yang seharusnya disampaikan kepada eksternal menjadi terhambat

3. *Opportunies* (Kesempatan)

   a. Memiliki jaringan dengan awak media massa

   b. Memiliki jaringan dengan komunitas pecinta KA yang bisa membantu berbagai kegiatan kehumasan.

4. *Treatmen*t (Perawatan)

   a. Selalu aktif memberikan informasi terbuka terhadap public eksternal maupun internal

   b. Menjaga dan menjalin silaturahmi dengan awak media (wartawan, redaksi,dll)

   c. Membina komunitas pecinta KA.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11. Realisasi Penyaluran Dana Kemitraan dan Bina Lingkungan Berdasarkan Jenis bantuan

Data penyaluran dana kemitraan dan bina lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya adalah sebagai berikut :[16]

NO.	Jenis Bantuan	Realisasi Penyaluran
1.	Mitra Binaan Per Sektor Usaha	Rp679.400.000
2.	Bantuan Kesehatan	Rp4.750.000
3.	Bantuan Pendidikan & Pelatihan Sarana Belajar	Rp25.400.000
4.	Bantuan Sarana & Prasarana Umum	Rp1.750.000
5.	Bantuan Sarana Ibadah	Rp60.625.000
6.	Bantuan Bencana Alam	Rp50.000.000
7.	Bantuan Pelesstarian Alam	Rp45.370.000
	Total	Rp867.295.000

Sumber : Arsip Unit Keuangan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

Tabel 3.1

[16] Arsip Unit Keuangan PT Kereta Api Indoneisa (Persero) Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12. Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) merupakan perusahaan monopoli yang dikuasai oleh Negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa transportasi yaitu kereta api. PT KAI menjadi salah satu perusahaan yang banyak diminati oleh masyarakat untuk melakukan perjalanan jarak jauh maupun dekat. Hal ini disebabkan oleh beberapa keunggulan yang dimiliki oleh PT KAI.

Sejak tahun 2009 hingga saat ini, PT KAI telah dan sedang mengalami perubahan citra yang sangat meningkat drastis. Berbagai inovasi dan perbaikan dalam segi tanggung jawab maupun pelayanan terus dilakukan PT KAI untuk mengubah wajah perkeretaapian Indonesia. Kebijakan perusahaan diberlakukan untuk meraih kemajuan perkeretaapian dari sisi internal maupun eksternal.

Sejak tahun 2011 hingga April 2018 tercatat setiap tahunnya PT Kereta Api Indonesia (Persero) meraih penghargaan. Selain meraih penghargaan, beberapa transformasi yang dilakukan saat ini di antaranya pemberlakuan sistem boarding, kapasistas penumpang 100%, larangan merokok di stasiun dan di dalam kereta, larangan pedagang asongan di stasiun dan di dalam kereta, fasilitas stasiun yang semakin lengkap, perluasan peron dan tempat parkir, sistem penjualan tiket yang semakin modern, penerapan corporate social responsibility sebagai tanggung jawab sosial perusahaan , terintegrasi dengan saluran internet maupun media dan mudah untuk diakses oleh seluruh masyarakat sehingga dapat membuat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat dapat mengetahui segala keterbukaan informasi publik terkait kereta api.

Adapun penghargaan dalam mempertahankan citra perusahaan yang baik dan berprestasi, PT Kereta Api Indonesia (Persero) pusat telah menerima penghargaan yang sangat membanggakan yaitu dengan diraihnya predikat "Best of The Best BUMN Inovatif Terbaik 2012" dalam ajang Anugerah BUMN 2012. Penghargaan ini membuktikan bahwa PT KAI menjadi perusahaan inovatif yang selama beberapa tahun terakhir dalam melakukan kinerja transformasi luar biasa, khususnya peningkatan pelayanan kepada pengguna angkutan kereta api.

Penghargaan The Best Brand Reputation Indonesia Public Transportation Company 2016 yang diraih oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai perusahaan yang mampu membangun reputasinya memiliki tingkat engagment dengan karyawan yang lebih baik, mampu berkomunikasi dengan baik secara digital maupun dunia maya, dan mampu membangun daya tarik konsumen secara online dan offline.

Di ajang yang sama, PT KAI pun juga mendapatkan penghargaan LHKPN sebagai Lembaga dengan Tingkat Kepatuhan LHKPN Terbaik Tahun 2017.

Penghargaan yang membanggakan juga diraih oleh Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya sebagai divisi regional dalam ajang penghargaan Public Relations Indonesia Award 2018 untuk kategori video profil BUMN. Humas Daop 8 Surabaya juga mendapatkan penghargaan Public Relations Terbaik Award 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berbagai pencapaian dan prestasi-prestasi yang diraih selama ini terus menjadi penunjang PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk terus mempertahankan citra perusahaan. Selain dengan meningkatkan pelayanan dan fasilitas perkeretaapian, PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus meningkatkan penerapan corporate social responsibility untuk pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat disekitar wilayah regional agar dapat mempertahankan citra perusahaan yang telah berevolusi semakin baik dan maju tiap tahunnya.

Popularitas perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dapat dikatakan sangat baik. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai Manager Humasda sebagaib berikut :

> "Penghargaan dan prestasi yang diperoleh PT Kereta Api Indonesiaini banyak ya baik dari kantor pusat yang memperoleh maupun daop yang memperoleh sehingga disini dapat dikatakan bahwa citra PT KAI sangat baik. Ini menjadi evaluasi tiap tahun khususnya dalam mempertahankan citranya sebagaimana dipertahankan dan jangan sampai menurun. seperti kita bisa lihat saat ini PT KAI telah berubah banyak ya dari jaman dulu sampai sekarang mengalami perubahan pesat dari segi pelayanan, peningkatan fasilitas, tanggung jawab sosial perusahaan, dan peningkatan penumpang. Transformasi inilah yang menjadikan PT KAI mendapatkan penghargaan dan mempertahankan citranya untuk selalu baik."[17]

Hal ini dapat ditinjau dari PT KAI mendapatkan berbagai penghargaan tiap tahunnya yang dapat mempertahankan citra PT KAI tersebut menghasilkan citra yang baik, peningkatan penumpang kereta api, sehingga profit keuntungan semakin meningkat bagi PT Kereta Api

[17] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 18 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia (Persero). Adapun evaluasi data per tahun terkait penghargaan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut:[18]

a) Penghargaan Prestasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Tingkat Pusat
   1) Predikat "*Best of The Best* BUMN Inovatif Terbaik 2012
   2) 8th Annual Alpha Southeast Asia Deal & Solution Award 2014. Penghargaan atas "Pembiayaan Sindikasi Bank Proyek Commuter Jabodetabek"
   3) Majalah Rel edisi 5 tahun 2014 terpilih sebagai Bronze Winner kategori The Best of State-Owned Enterprise Inhouse Magazine 2015
   4) BUMN Marketeers Award 2015 KAI mendapatkan penghargaan: Silver pada Kategori Strategic Marketing Gold pada Kategori Tactical Marketing The Best in Tactical Marketing Sales Direktur Komersial KAI A. Herlianto terpilih sebagai Finalis The Best Chief Marketing Officer
   5) Contact Center KAI mendapatkan penghargaan Excellence untuk kategori Public Service
   6) The Best Brand Reputation Indonesia Public Transportation Company 2016
   7) The Best Innovation Corcomm Programme Indonesia Company 2016
   8) The Best Social Media Indonesia Company 2016

[18] kip.kereta-api.co.id diakses pada tanggal 17 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9) The Best Competitive Corcomm 2016
10) PT KCJ raih empat penghargaan sekaligus di ajang Indonesia Corporate Secretary & Corporate Communication Award 2016 (ICCA-I-2016)
11) Indonesia GCG Award 2016 kategori GCG Kategori Terbaik Perusahaan Transportasi (Anak Perusahaan BUMN) Desember 2016
12) PT KCJ raih predikat Perusahaan Terbaik bidang Human Capital kategori anak perusahaan BUMN dalam ajang Indonesia Human Capital Award 2016 (IHCA-II-20160
13) PT KJC dianugerahi The Most Leading Company in Quality Service Excellent of the Year dalam acara Indonesia Business Market Leader Award 2016
14) Mempertahankan Sertifikasi ISO 9001:2008 pada survey suveillance audit tanggal 15 Juli 2016
15) PT KCJ raih penghargaan Good Corporate Governance (GCG) Award 2016 kategori Terbaik Perusahaan Transportasi (Anak Perusahaan BUMN) oleh Majalah Economic Review.
16) Indonesia GCG Award 2016 kategori GCG Kategori Terbaik Perusahaan Transportasi (Anak Perusahaan BUMN) Desember 2016
17) The Rising Star HC Director
18) Tokoh Metro Tempo 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

19) The Most Leading Company in Quality Service Excellent of the Year dalam acara Indonesia Business Market Leader Award 2016
20) KCJ menjadi satu-satunya BUMN maupun anak perusahaan BUMN yang dianugerahi penghargaan Tokoh Metro Tempo 2016 karena dinilai telah memberikan kontribusi positif menjadikan Jakarta sebagai kota yang lebih baik
21) Penghargaan LHKPN sebagai Lembaga dengan Tingkat Kepatuhan LHKPN Terbaik Tahun 2017
22) PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai Peringkat ke III Badan Usaha Milik Negara Tahun 2017
23) PT Kereta Api Indonesia sebagai TOP 5 Best CEO SOE 2017
24) PT Kereta Api Indonesia sebagai Most Caring SOE on Facility Category Transportasi dan Pergudangan Tahun 2017
25) PT Kereta Api Indonesia sebagai Top 3 Populer SOE in Transportation Sector 2017
26) The Best Industry Marketing Champ Tahun 2017
27) PT Kereta Api Indonesia sebagai Best Practice Conference and Awards Top Ranking Performers 2017
28) PT Kereta Api Indonesia sebagai Business Practioner dari ICSB (International Council for Small Business) Indonesia President Award 2017
29) Predikat Excellent untuk Call Center 121 KAI kategori Public Service yang diterima oleh VP Customer Care KAI Tahun 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

30) Predikat Good untuk Facebook Customer Service KAI121 kategori Public Service Tahun 2018
31) Predikat Good untuk Twitter Customer Service @KAI121 kategori Public Service Tahun 2018
32) Dan lain sebagainya

Adapun dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) juga berpengaruh pada peningkatan angkutan penumpang setiap tahunnya sehingga perusahaan juga mendapatkan profit yang menguntungkan. Berikut paparan data evaluasi data penumpang kereta api :

Data Angkutan Penumpang Kereta Api, 2015-2017

Tabel 3.2

Bulan	Jawa			Sumatera	Total
	Jabodetabek	Non Jabodetabek	Jabodetabek + Non Jabodetabek		
	TAHUN 2015				
Januari	19.244	5.010	24.254	422	24.676
Februari	17.640	5.010	24.254	396	22.790
Maret	21.290	5.551	26.841	426	27.267
April	21.171	4.979	26.150	415	26.565
Mei	22.177	5.273	27.450	460	27.910

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juni	22.207	4.911	27.118	444	27.562
Juli	21.171	5.906	27.077	535	27.612
Agustus	22.295	5.056	27.351	445	27.796
September	22.021	5.104	27.125	424	27.549
Oktober	22.964	5.316	28.280	438	28.718
November	22.355	4.898	27.253	416	27.669
Desember	22.996	6.332	29.328	503	29.831
		TAHUN	2016		
Januari	22.238	5.648	27.886	472	28.358
Februari	21.229	4.829	26.886	453	26.510
Maret	23.206	4.950	28.156	461	28.617
April	23.149	4.851	28.000	434	28.435
Mei	24.401	5.775	30.176	527	30.703
Juni	23.821	4.909	28.730	429	29.159
Juli	21.574	6.642	28.216	615	28.831
Agustus	23.923	5.202	29.125	463	29.588
September	23.570	5.448	29.019	497	29.516
Oktober	24.533	5.232	29.765	498	30.263
November	24.104	5.074	29.178	512	29.690
Desember	24.841	6.689	31.530	620	32.150
		TAHUN	2017		

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Januari	24.185	6.174	30.359	590	30.949
Februari	21.743	5.095	26.837	505	27.342
Maret	25.775	5.837	31.612	558	32.170
April	25.411	5.523	30.934	568	31.502
Mei	27.385	5.772	33.157	588	33.745
Juni	24.432	5.749	30.181	542	30.723
Juli	27.016	6.653	33.669	641	34.310
Agustus	27.220	6.610	33.830	668	34.498
September	26.228	6.823	33.051	623	33.674
Oktober	27.765	5.778	33.543	675	34.218
November	28.567	7.563	36.130	711	36.841
Desember	28.772	7.560	36.332	695	37.027

Sumber : Unit Angkutan Penumpang Kereta Api Indonesia[19]

B. Deskripsi Subyek,Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam bidang Public Relations di sebuah perusahaan yang bertugas melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam pendongkrakan citra perusahaan, sehingga nilai perusahaan di mata stakeholders menjadi meningkat. Khususnya dalam penelitian ini subyeknya adalah unit Humas Daop 8 Surabaya.

[19] Sumber Unit Angkutan Penumpang Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Humas PT. KAI (Persero) Daop 8 Surabaya selaku praktisi *Public Relations* perusahaan. Peneliti memilih Humas PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya karena banyak program-program CSR yang dilakukan di wilayah daop 8 Surabaya. Subyek penelitian ini ditentukan berdasarkan purposive sampling yaitu penentuan subyek penelitian berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Kriteria ditentukan dari perkiraan kapasitas pengetahuan dan pengalaman subyek penelitian dalam memberikan informasi terkait dengan fokus penelitian. Dari dua Staf Humas External dan Internal , dua Assistant Manager Humas,dan satu Manager Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya, peneliti memilih satu Staf External, dua Assistant Manager Humas External dan Internal dan satu Manager Humas yang menjadi informan dari penelitian ini. Hal ini disebabkan ketiga pegawai tersebut memenuhi kapasitas di bidangnya dan ruang lingkup tugasnya bersentuhan langsung dengan tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility)20

Data informan penelitian yakni satu Staf External, dua Assistant Manager Humas External dan Internal dan satu Manager Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) akan penulis paparkan sebagai berikut:

Nama	Sovi Yanita Halima
Tempat,tanggal Lahir	Jakarta, 18 Mei 1989

[20] Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya, 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Kelamin	Perempuan
Jabatan	Assistant manager Internal Humas Daop 8 Surabaya

Tabel 3.3

Informan tersebut dipilih karena memiliki job description sebagai Assistant Manager Internal Humas yang memberikan segala informasi kepada masyarakat terkait kereta api. Assistant Manager Internal juga memonitor pemberitaan di media online, media cetak, dan memuat setia pemberitaan tentang tanggung jawab dan sosial PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

Nama	Suyud Harjanto
Tempat Tanggal Lahir	15 Juni 1967
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Jabatan	Assistant Manager Eksternal Humas Daop 8 Surabaya

Informan tersebut dipilih karena memiliki job description sebagai Assistant Manager Eksternal sebagai pendamping atau menggantikan Manager humas bila sewaktu-waktu berhalangan. Assistant Manager Eksternal juga bekerja di lapangan dalam mensurvei sasaran untuk program CSR yang akan dilakukan, menjadi pemateri ketika mensosialisasikan terkait tanggung jawab dan sosial di masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nama	Gatut Sutiyatmoko
Tempat,Tanggal Lahir	Kertosono, 26 April 1964
Jenis Kelamin	Laki-laki
Jabatan	Manager Humas Daop 8 Surabaya

Di PT Kereta Api Indonesia (Persero) bapak Gatut Sutiyatmoko memegang jabatan sebagai Manager Humas , yang merupakan kepala divisi unit humas.

Dalam prosedur perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya setiap informasi dan data yang akan diberikan untuk kepentingan penelitian mahasiswa yang mengangkat humas harus diketahui oleh bapak Gatut Sutiyatmoko selaku Manager Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Selain itu, Manager Humas juga ikut andil dalam pelaksanaan program CSR. Bapak Gatut Sutiyatmoko juga ikut berperan dalam sosialisasi tanggung jawab dan sosial di masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepedulian kepada masyarakat untuk turut menjaga keselamatan perjalanan kereta api dan hal ini juga bertujuan untuk membangun citra perusahaan di mata stakeholders.

2. Obyek Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Obyek dari penelitian ini adalah kajian dari keilmuwan tentang humas (Public Relations) yang berfokus pada bagaimana strategi staf humas dalam mengimplementasikan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam membangun citra perusahaan. Hal ini merupakan suatu cara khusus yang ditempuh seorang praktisi humas untuk mencapai suatu tujuan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih untuk mengamati fenomena tersebut adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Lokasi penelitian tersebut dipilih karena PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai perusahaan yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Pusat dari kantor Daop 8 Surabaya bertempat di Stasiun Gubeng Surabaya yang merupakan stasiun besar dan ramai dengan total penumpang 389.000.000 orang di tahun 2017.21 Sehingga PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya merupakan perusahaan besar dan memiliki sistem manajerial yang sudah terstruktur dengan baik. Khususnya pada unit Humas telah menunjukkan kinerja yang sangat baik. Tidak sulit untuk mengimplementasikan program-program *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan membangun citra perusahaan PT Kereta Api Indonesia

[21] Dikutip dari arsip data angkutan penumpang 2017 PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Makna Corporate Social Responsibility bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

Sebagai BUMN yang bergerak di bidang layanan transportasi, PT KAI (Persero) bukan sekedar perusahaan yang fokus mencari keuntungan finansial. Namun, keberadaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) juga menjalankan amanah yang di berikan Pemerintah untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar, menjadi contoh positif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Makna corporate social responsibility bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko bahwa selain sebagai tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat memberdayakan masyarakat, CSR ini juga merupakan sebuah pencitraan.

> "Pertama ya mbak terkait dengan pencitraan, kedua untuk sosialiasi kepada masyarakat bahwa perusahaan juga melakukan tanggung jawab sosial yaitu dalam program CSR ini untuk dapat memberdayakan masyarakat. Jadi selain sebagai tanggung jawab sosial, CSR ini juga merupakan sebuah pencitraan perusahaan untuk meningkatkan reputasi. Bagi KAI sendiri CSR sebagai wujud nyata PT KAI untuk menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan sebagai bentuk kewajiban tanggung jawab sosial dari perusahaan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat, maupun kesejahteraan masyarakat.[22]

22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Makna CSR juga diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

> "Kalau CSR pasti sangat membantu, contoh untuk pengusaha UMKM yang ada di stasiun Gubeng Surabaya dibawah naungan binaan PT KAI. Program ini sangat membantu mereka dalam mencari nafkah"[23]

Implementasi corporate social responsibility dilakukan, perusahaan juga memiliki harapan kepada masyarakat. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud sebagai berikut :

> "Dengan diberikan jasa itu otomatis orang yang diberi ya otomatis kan biasanyan ngasih timbal balik dalam artian wuhh ada hal-hal yang mencelakakan kereta api dia akan membantu. Jadi disitu diharapkan dengan adanya diberikan CSR ini akan tumbuh rasa kepedulian masyarakat yang ada di jalur rel kereta api untuk turut menjaga ketertiban dan keselamatan perjalanan kereta api."[24]

2. Dasar CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

Landasan yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai pelaksanaan corporate social responsibility pada peraturan perundang-undangan yang berlaku baik yang mengatur secara umum maupun khusus adalah sebagai berikut

> "KAI menerapkan program CSR sudah dari tahun 1998 jadi sekitar 20 tahunan ya. Dulu kami menyebutnya adalah CIP (Community Informent Program) artinya sama dengan CSR tapi hanya beda penyebutan saja"[25]

Alasan-alasan yang mendasari PT Kereta Api Indonesia menerapkan program CSR diantaranya sebagai berikut

[23] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita, pada tanggal 12 Maret 2018
[24] Wawacara dengan bapak Suyud Harjanto, pada tanggal 12 Maret 2018
[25]

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Kami menerapkan CSR bukan karena adanya Undang-Undang yang mewajibkan untuk melaksanakan CSR, tapi karena bentuk kepedulian KAI terhadap lingkungan dan masyarakat. Dan sebenarnya kami menerapkan CSR karena sadar akan dampak Kereta api terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, jadi kami bayar dengan menerapkan CSR sebagaimana yang ada pada slogan KAI 5 nilai utama itu."[26]

Pelaksanaan *corporate social responsibility* sebagai kepedulian perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat juga juga menjadi dasar PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menerapkannya. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut

> "Jadi perusahaan itu bisa dikatakan baik apabila perusahaan tersebut tidak hanya memburu keuntungan saja, tapi juga harus memperhatikan kepedulian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya sehingga manfaat keberadaan perusahaan ini dapat dirasakan pula manfaatnya oleh masyarakat sekitar"[27]

PT Kereta Api dalam mengimplementasikan corporate social responsibility selain sebagai tanggung jawab sosial perusahaan,juga menginginkan kontribusi dari masyarakat.

> "Pelaksanaan CSR ini dilakukan untuk mengajak masyarakat berkontribusi agar masyarakat dapat menjaga sarana kereta api yang berada di wilayah tersebut maupun asset-asset yang berada di sekitar tersebut. karena tanpa masyarakat, KAI tidak akan bisa jadi seperti sekarang"[28]

[26] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 12 Maret 2018
[27] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 12 maret 2018
[28] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pelaksanaan Corporate Social Responsbility secara Regional

Sebagai makhluk sosial kita tidak bisa hidup sendiri. Saling ketergantungan satu dengan lainnya merupakan fitrah manusia. Menjadi kewajiban kita bersama untuk berbagi dengan saudara kita yang kurang beruntung dan membutuhkan uluran tangan sekedar untuk meringankan beban hidupnya.

Sebagai BUMN yang bergerak di bidang layanan transportasi, PT KAI (Persero) bukan sekedar perusahaan yang fokus mencari keuntungan finansial. Namun, keberadaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) juga menjalankan amanah yang di berikan Pemerintah untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar, menjadi contoh positif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Kegiatan sosial ini telah dilaksanakan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara berkala yang dikemas pada berbagai kegiatan sosial keagamaan seperti HUT KA, Idul Adha, Hari Perhubungan Nasional maupun event-event lain CSR yang dilakukan oleh humas PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya dan bekerja sama dengan CSR dari kantor pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada di Bandung dan mungkin relasi yang masih peduli dengan lingkungan dan masyarakat . CSR sebagai wujud nyata PT KAI untuk menunjukkan rasa kepeduliannya terhadap masyarakat dan sebagai bentuk kewajiban tanggung jawab sosial dari perusahaan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Timbal balik yang diharapkan PT. KAI adalah masyarakat bisa menjaga, merawat aset-aset milik PT.KAI (Persero) dan melestarikan lingkungan yang berada di lingkungan PT.KAI sebagai perusahaan penyelenggara jasa perkeretaapian di Indonesia. Manager Humas Bapak Gatut Sutiyatmoko menyatakan bahwa tujuan program CSR yang dilakukan humas diantaranya adalah

> "Pertama ya mbak terkait dengan pencitraan, kedua untuk sosialiasi kepada masyarakat bahwa perusahaan juga melakukan tanggung jawab sosial yaitu dalam program CSR ini untuk dapat memberdayakan masyarakat. Jadi selain sebagai tanggung jawab sosial, CSR ini juga merupakan sebuah pencitraan perusahaan untuk meningkatkan reputasi."[29]

Adapun sasaran dalam program CSR ini adalah sebagai berikut

> "Kereta api juga memberikan CSR dana CSR yang diperuntukkan khususnya sebetulnya ada pasar atau sasaran yang dituju untuk diberikan CSR terutama yang ada di sekitar jalur rel kereta api. Kedua, yang disekitar walaupun itu tidak ada jalur rel kereta api tapi yang disitu ada asset lahan PT KAI itu juga bisa diberikan CSR"[30]

Implementasi corporate social responsibility dilakukan, perusahaan juga memiliki harapan kepada masyarakat. Hal ini diungkapkan sebagai berikut :

> "Dengan diberikan jasa itu otomatis orang yang diberi ya otomatis kan biasanyan ngasih timbal balik dalam artian wuhh ada hal-hal yang mencelakakan kereta api dia akan membantu. Jadi disitu diharapkan dengan adanya diberikan CSR ini akan tumbuh rasa kepedulian masyarakat yang ada di jalur rel kereta api untuk turut menjaga ketertiban dan keselamatan perjalanan kereta api."[31]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Assistant Manager Humas Eksternal Bapak Suyud Harjanto, bahwa pelaksanaan CSR dilakukan humas dapat

[29] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko,pada tanggal 12 Maret 2018
[30] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal12 Maret 2018
[31] Wawacara dengan bapak Suyud Harjanto, pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan jika memenuhi prioritas yang ada di wilayah Daop 8 Surabaya dan di area jalur rel kereta api.

> "CSR sendiri sifatnya fleksibel tergantung dari mana daerah yang mengajukan, namun sebenarnya CSR itu lebih di prioritaskan bagi masyarakat-masyarakat yang peruntukkannya adalah sebagai fasilitas yang dipakai bersama, salah satunya adalah untuk musholla, masjid, pos gardu, pos jaga keamanan, namun hal itu juga bisa disalurkan melalui sosialisasi-sosialisasi selama ini berjalan di daop 8 surabaya, misalnya kita sosialisasi keselamatan di sekolah-sekolah dan sebagainya. Itu mungkin kita bisa berikan peralatan olahraga, peralatan sekolah lainnya dan sebagainya"[32]

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya menyadari bahwa perusahaan tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa ada dukungan dari masyarakat sekitarnya.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Assistan Humas Internal Ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

> "Kalau CSR pasti sangat membantu, contoh untuk pengusaha UMKM yang ada di stasiun Gubeng Surabaya dibawah naungan binaan PT KAI. Program ini sangat membantu mereka dalam mencari nafkah"[33]

Layaknya hidup bertetangga, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya senantiasa membantu kesejahteraan masyarakat sekitarnya dan membantu yang membutuhkan bantuan. Bentuk relasi yang baik dengan masyarakat sekitar di wujudkan dengan:

---

[32] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto,pada tanggal 12 Maret 2018
[33]Wawancara dengan ibu Sovi Yanita, pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Pinjaman Kemitraan Sektor Usaha

Program kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kemampuanpara pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di wilayah PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dengan memberikan pinjaman modal usaha kepada mereka agar usaha mereka berkembang mengikuti perkembangan jaman. Sedangkan Bina Lingkungan diarahkan pada Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan, Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "PKBL itu pinjaman diperuntukkan bagi pengusaha-pengusaha yang kayak binaan kereta api. Contoh UMKM-UMKM di stasiun itu di bina oleh kereta api sekaligus diberikan kredit mereka mencicil selain itu dana itu juga dari CSR. Selain UMKM juga ada pengusaha-pengusaha batik, ada rumah-rumah makan ,dan sebagainya[34]

PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Adapun perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya memiliki langkah-langkah dalam penentuan memilih mitra binaan yang diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita Halima sebagai berikut:

[34] Wawancara dengan Bapak Suyud Harjanto pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Jadi ada seleksinya, daerah-daerah mana yang perlu berkembang, perlu support dana ya, biasanya fokusnya ya sepanjang jalur kereta api, dan istilahnya jika hal itu bisa support dan bermanfaat untuk mereka dan pada akhirnya usaha kecil tersebut dapat berkembang dari bantuan PKBL ya tapi kembalinya tetap ada tim surveinya juga. Anggaran kredit simpan pinjam untuk PKBL tersebut maksimalnya 50 juta, tapi dia harus UMKM, pengajuan proposal dulu, nanti dikirim ke kantor pusat dan akan ada tim survey untuk mengecek lokasi, karna di kantor pusat unit CSR nya. Tim support CSR adalah humas, keuangan,PAM,kesehatan.[35]

Program untuk meningkatkan usaha kecil sebagai mitra binaan agar menjadi tangguh dan mandiri sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara. Program ini dilakukan PT. Kereta Api Indonesia di wilayah Daop 8 Surabaya dengan meminjamkan dana untuk sektor usaha-usaha. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Kalo program kemitraan itu tidak dihibahkan namun peminjaman dan itu tidak termasuk dalam laba perusahaan, namun dana itu akan diputar dan diolah diberikan ke yang lain jadinya kan berkembang. Tapi dari sekian itu yang macet-macet itu banyak dan sekarang ini lebih diperketat lagi dalam hal ada agunan (jaminan).jadi kalo ada kredit macet masih ada jaminan uang itu bisa minimal kembali lah. Karna dana itu nanti akan dikembangkan lagi tidak masuk ke laba perusahaan, jadi dari laba dikurangi 4% katakanlah 10 juta nanti tiap tahun berikutnya naik menjadi 12 juta yang 12 juta gak akan masuk kesini ke perusahaan tapi dipinjamkan lagi terus dan terus itu."[36]

[35] Wawancara dengan Ibu Sovi Yanita Halima, pada tanggal 12 Maret 2018
[36]Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal yang sama diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita Halimah, bahwa peminjaman dana untuk sektor usaha-usaha. Beliau mengatakan:

> "Dana PKBL diambil dari 4% laba perusahaan nasional, dana csr tidak ada di daerah dikelola di pusat jadi dana PKBL itu semuanya harus persetujuan dari pusat. Daerah hanya membantu program-program pelaksanaannya katakanlah mensosialisasikan itu tadi. Peminjaman ini gak cuma meminjamkan saja, tapi kami juga akan memantau tiap 6 bulan sekali".[37]

Kendala dalam pinjaman sektor usaha. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut :

> "Kendala ya pasti ada ya, terutama pada mitra usaha yang meminjam dana, meski ada jaminan, terkadang mereka juga masih molor-molor, tidak teratur gitu kalo bayar. Tapi kita ya tetap pantau untk beberapa bulan jika terus terusan begitu ya konsekuensinya ya kita tidak bisa percaya lagi dan sulit jika mitra usaha tersebut mengajukan pinjaman lagi"[38]

Tahapan implementasi corporate social responsibility calon mitra binaan harus menjelaskan maksud dan tujuan kenapa harus ikut dalam proses pemberian bantuan KAI dengan pengajuan proposal, agar dapat saat pencairan dana bantuan kemitraan yang sudah diajukan pada calon mitra binaan. PT KAI sudah memiliki gambaran mengenai bantuan yang akan diberikan kepada mitra binaan. Seperti dikatakan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Cara untuk CSR keluar itu biasanya masyarakat mengajukan terlebih dahulu, melalui pengajuan proposal. Ini khusus untuk daerah-daerah yang peruntukkannya dipakai masyarakat bersama ya.. masyarakat mengajukan dilengkapi dengan foto fasilitas kereta api nampak disana sehingga itu menunjukkan bahwa yang diajukan adalah di daerah atau disekitaran fasilitaskereta api. Ada

[37] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita Halimah pada tanggal 12 Maret 2018
[38] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> pengajuan proposal, sama surat usaha dari pihak lingkungan, ya intinya sama aja kayak yang di SOP gitu, dan ada karakter si calon penerima juga[39]"

Hal yang sama juga diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita Halimah sebagai berikut:

> "Pengajuan proposal dulu, nanti dikirim ke kantor pusat dan akan ada tim survey untuk mengecek lokasi, karna di kantor pusat unit CSR nya. Tim support CSR adalah humas, keuangan,PAM,kesehatan".[40]

Proses pengajuan proposal bisa dikatakan tidak mengalami justru mempermudah masyarakat untuk mendapatkan bantuan yang diberikan PT KAI kepada mitra binaan, hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Pengajuannya sangat mudah ya ya tidak ribet-ribet banget dan bunganya juga sanagt minim tidak terlalu besar. Tapi ya tetap syarat utama untuk mendapatkan bantuan PK itu ya seperti adanya surat izin usaha, ada kartu keluarga, dan juga diwajibkan adanya jaminan seperti BPKB kendaraan bermotor, sertifikat tanah dan rumah. Jika syarat sudah terlengkapi maka berkas permohonan akan dikirim ke kantor pusat untuk dicek kebenarannya.[41]"

Tahapan selanjutnya yang dilakukan dalam implementasi CSR adalah survei lapangan. Survei lapangan merupakan tahapan untuk program kemitraan yang mana survei lapangan merupakan sebuah tahapan dimana tahapan ini untuk melihat secara jelas dan nyata calon mitra binaan dan lokasi yang memang benar membutuhkan

[39] Wawnacara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018
[40] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 13 Maret 2018
[41] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemberdayaan. Dan ini dibenarkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Jadi kalo program kemitraan usaha itu kan mereka mengajukan proposal dulu, nah sebelum kita mengacc ya kita lakukan survei lapangan dulu, dan terkadang juga kita menanyakan dengan masyarakat sekitar mengenai usaha dan melihat gambaran pendapat dia. Karena terkadang ada yang mengaku usaha tetapi kenyataan dilapangan tidak ada transaksi.[42]"

Tahapan selanjutnya yang dilakukan PT KAI adalah mengadakan rapat dengan dewan direksi PT KAI pusat untuk menentukan besaran pinjaman. Hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

> "Tahap selanjutnya, tim akan mengadakan rapat untuk menemukan besar pinjaman yang akan diberikan kepada calon mitra binaan berdasarkan hasil survey tersebut. Jadi akan ada alokasi anggaran disitu.[43]"

Tahap selanjutnya untuk merealisasikan program corporate social responsibility maka dilakukannya pencairan dana kemitraan kepada sasaran-sasaran calon mitra binaan yang telah diterima setelah melewati hasil pengajuan maupun survei lapangan. Hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut

> "Setelah calon mitra melakukan pengajuan proposal dan kita melakukan survei lapangan, baru kita merealisasikan program dana kemitraan pada lokasi-lokasi sasaran tersebut. contohnya seperti program kemitraan yah kita akan cairkan dananya jika syarat sudah terpenuhi[44]"

[42] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto,pada tanggal 13 Maret 2018
[43] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 13 Maret 2018
[44] [44] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita,pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika tahapan telah dilaksanakan, PT KAI melakukan tahapan evaluasi dan pelaporan tiap tahunnya. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Jadi kalo tahap pelaksanaan sudah selesai ya kita gak Cuma diam saja ya mbak tapi tetap kita pantau selama enak bulan sekali apakah usahanya tetap berjalan atau tidak. Dan kita juga akan membuat pelaporan tiap tahunnya untuk kita tunjukkan pada kantor pusat sebagai annual report"[45]

5. Pemeriksaan dan Pengobatan Gratis

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Daerah Operasi (Daop) 8 Surabaya mengadakan peningkatan kesehatan. PT KAI (Persero) bekerja sama dengan PMI pusat dalam rangka donor darah yang diikuti oleh karyawan PT KAI (Persero) sendiri maupun masyarakat sekitar. Donor darah juga merupakan program CSR bina lingkungan, program ini dilakukan di Stasiun Sidoarjo. Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Donor darah ini diadakan untuk umum. Selain diikuti pegawai PT KAI di Sidoarjo, pensiunan PT KAI juga diikuti oleh para calon penumpang KA melalui Stasiun Sidoarjo. Selain donor darah juga akan diisi dengan kegiatan sosialisasi mengenai kesehatan. Sasarannya itu ya penumpang, pegawai, maupun masyarakat di sekitar wilayah PT KAI"[46]

Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto bahwa tidak hanya donor darah dalam kegiatan bhakti sosial namun juga ada pemberian pengobatan gratis untuk masyarakat di sekitar wilayah Daop 8.

---

[45] Wawancara dengan bapak gatut Sutiyatmoko, pada tanggal 13 Maret 2018
[46] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Pengobatan gratis waktu itu berlokasi di Bangil untuk masyarakat yang tinggal di sekitar Stasiun Bangil. Pengobatan gratis ini dilakukan diatas kereta api yang sudah di modifikasi menjadi kereta api dan memiliki fasilitas pemeriksaan kesehatan atau biasanya kita sebut dengan Rail Clinic". Rail Clinic ini juga sebagai pelayanan kesehatan tingkat pertama, yang meliputi pemeriksaan umun, gigi, kehamilan, mata, serta pelayanan kefarmasian."[47]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko terkait fasilitas rail clinic diperuntukkan sebagai kereta kesehatan untuk masyarakat.

> "Selain adanya pengobatan gratis, KAI juga memiliki rail clinic sebagai kereta kesehatan untuk masyarakat. Rail clinic ini sudah beroperasi di daop daop lainnya, dan rail clinic ini juga memfasilitasi perlengkapan kesehatan yang cukup memadai seperti alat CPR, alat monitoring pasien, alat kejut jantung, laboratorium, pemeriksaan gigi, ruang pemeriksaan ibu hamil, ruang menyusui dan masih banyak lagi. Program ini diharapkan dapat memberikan pelayanan kesehatan gratis kepada masyarakat yang masih kesulitan mengakses pelayanan kesehatan".[48]

Tahapan yang dilakukan dalam implementasi CSR dalam bentuk peningkatan kesehatan adalah survei lapangan. Survei lokasi wilayah mana saja rail clinic akan berhenti untuk melayani masyarakat khususnya daerah-daerah terpencil yang sulit untuk dijangkau. Langkah ini merupakan tahapan untuk program aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam peningkatan kesehatan yang mana survei lokasi ini merupakan sebuah tahapan dimana tahapan ini untuk melihat secara jelas dan nyata lokasi yang memang benar membutuhkan pemberdayaan. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

---

[47] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 15 Maret 2018
[48] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Pastinya tim survei CSR akan mensurvei lokasi terlebih dahulu, wilayah-wilayah mana yang pantas untuk mendapatkan bantuan peningkatan kesehatan yang ada pada rail clinic. Gak mungkin mbak kalo kita mengaktifkan rail clinic di wilayah yang masih cukup dibilang perkotaan dan banyak klinik kesehatan. Sedangkan di pedalaman-pedalaman itu masih sangat membutuhkan fasilitas pengobatan gratis. Makanya, survei lokasi area daop 8 mana yang akan menjadi sasaran itu penting."[49]

Tahap selanjutnya yaitu merealisasikan program corporate social responsibility maka dilakukannya penyaluran program berupa pemeriksaan dan pengobatan gratis kepada masyarakat yang berada di lokasi sasaran yang telah dituju setelah melewati survei lapangan. Hal ini diungkap oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Tahapannya beda ya mbak sama kemitraan, karna ini gak ada pengajuan proposal karna pure dari perusahaan sendiri. Jadi kalo survei suda menemukan lokasinya yah kita langsung realisasikan rail clinic di sekitar wilayah tersebut agar bisa dimanfaatkan oleh masyarakat."[50]

6. Berbagi Sembako dalam Bakti Sosial

Tanggung jawab korporasi dalam bidang bina lingkungan sosial yang dilakukan PT Kereta Api Persero merupakan suatu tanggung jawab perusahaan dalam memperhatikan lingkungan dan sosial di sekitarnya serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya.

Bantuan sosial kemasyarakatan yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) membagikan 60 ribu bingkisan pada momen ramadhan"BUMN Hadir untuk Negeri" untuk kaum dhuafa' melalui

[49] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 14 Maret 2018
[50] Wawancara dengan bapak gatut Sutiyatmoko pada tanggal 14 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Masjid Al-Itthad Jalan Gubeng Masjid Kecamatan Pacarkeling Surabaya. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut,

> "Waktu tahun kemarin,PT KAI Daop 8 juga melakukan bhakti sosial pada momentum bulan ramadhan. Perusahaan membagikan 60 ribu bingkisan pada moment tersebut. Tapi ini dilakukan tidak hanya di Surabaya tetapi juga Daop Semarang secara serentak ada pada 40 titik menggandeng 31 BUMN."[51]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut.

> "Kita juga berbagi sembako 1000 bingkis sembako kepada masyarakat di sekitar stasiun gubeng sini. Jadi sembako ini kita bagikan karena sebagai program bakti sosial perusahaan kepada masyarakat"[52]

Tahapan yang dilakukan dalam implementasi CSR dalam bentuk bakti sosial yaitu perencanaan. Tahap perencanaan ini dilakukan tidak hanya dalam survei lokasi namun juga menetukan rencana program dan waktu pelaksanaannya. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Kalau untuk berbagai sembako begitu kita pasti merencanakan dulu ya dengan tim, jadi misal dalam momentum ramadhan nah kita berbagi 1000 bingkisan itu. Lalu dimana lokasinya juga kita rencanakan dulu, biasanya kita prioritaskan yang didekat stasiun gubeng sini."[53]

Tahapan selanjutnya merealisasikan program CSR dalam bentuk bakti sosial dengan berbagi sembako. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

---

[51] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 13 Maret 2018
[52] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018
[53] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Setelah perencanaan dilakukan maka kita biasanya langsung realisasikan dimana lokasi dan kapan momen untuk tim bisa merealisasikan program bakti sosial tersebut.[54]"

7. Pemberian Dana kepada Panti Asuhan

Bakti sosial perusahaan dalam program CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 juga memberikan pemberian dana kepada panti asuhan dan anak yatim. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Penyuluhan dana CSR juga dilakukan dengan memberikan bantuan kepada panti asuhan, waktu itu di Nurur Rohman Sidoarjo, bantuan sosial ini diharapkan agar dapat bermanfaat untuk panti asuhan khususnya dapat membantu anak yatim piatu."[55]

Hal yang sama juga diungkapkan bahwa penyuluhan dana kepada panti-panti asuhan tiap bulannya regional di daerah operasional Daop 8 sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut

> "Penyuluhan dana kepada panti asuhan dan anak yatim dilakukan tiap bulan di seluruh panti disekitar area Daop 8. Ini juga termasuk program CSR dalam segi sosial perusahaan terhadap masyarakat. [56]

Tahapan implementasi CSR dalam pemberian dana untuk panti asuhan adalah survei lokasi panti asuhan. Survei lokasi ini ditujukan agar dapat mengetahui sasaran panti asuhan.

> "Survei lokasi juga dilakukan sebelum realisasi CSR dilakukan. Tapi disini panti tidak mengajukan proposal lagi ya karena ini

[54] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018
[55] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018
[56] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> inisiatif perusahaan. pastinya diprioritaskan lokasinya berada di daop 8 dan dekat dengan asset KAI."[57]

Tahapan selanjutnya adalah merealisasikan implementasi CSR dalam bentuk emmberikan bantuan dana kepada panti asuhan dengan mendatangi panti asuhan yang sudah disurvei terlebih dahulu. Hal ini dikatakan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

> "Setelah survei lokasi ya pasti kita langsung datangi tempat sasaran yang dituju dengan merealisasikan dana bantuan untuk panti asuhan tersebut."[58]

8. Pemberian bantuan Dana dan Barang kepada Korban Bencana Alam

Bantuan sosial kemasyarakatan yang dilakukan humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 adalah memberikan bantuan dana Rp.50.000.000 bagi korban bencana alam. Hal yang sama diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita Halimah sebagai berikut:

> "Kita juga mengadakan bantuan sosial kemasyarakatan korban bencana alam, waktu itu kita datang ke lokasi bencana alam erupsi gunung agung di Bali untuk memberikan bantuan dana dan barang yang dapat dimanfaatkan bagi korban bencana alam."[59]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh ibu Sovi bahwa pemberian bantuan kepada korban bencana alam tidak hanya berupa dana namun juga barang.

> "Selain dana yang kita berikan juga ada barang-barang seperti pakaian, sembako, selimut dan lain-lain yang bisa bermanfaat untuk mereka".

[57] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 14 Maret 2018
[58] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 14 maret 2018
[59] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita Halimah pada tanggal 14 maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahapan implementasi CSR untuk bantuan korban bencana alam adalah realisasi penyaluran dana ke lokasi. Hal ini dikarenakan peristiwa tanpa rencana karena inisiatif dari daop wilayah masing-masing. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Jadi untuk tahapan implementasi bagi korban bencana alam sudah tidak lagi dalam survei lokasi maupun perencanaan. Karena ini kejadian alam yang datangnya tiba-tiba sehingga menjadi tanggung jawab kepedulian perusahaan dari inisiatif perusahaan masing-masing untuk melakukan ini. PT KAI langsung terjun ke lokasi untuk menyerahkan dana bantuan korban bencana alam."[60]

9. Bantuan Dana Pendidikan dan Peralatan Sekolah

Program bina lingkungan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 dalam menyalurkan dan membantu masyarakat di sekitar wilayah Daop 8, PT KAI diantaranya melakukan penyaluran bantuan pendidikan yang dilakukan di sekitar wilayah Daop 8. Hal ini diungkapkan oleh ibu bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Selain CSR di bidang sosial dan lingkungan juga ada di bidang pendidikan, juga ada bantuan sarana dan prasarana umum. Kalo di bidang pendidikan, biasanya tim akan mensurvei terlebih dahulu terutama sekolah-sekolah yang berada di kawasan wilayah Daop 8 Surabaya khususnya sekolah SD atau MI yang dekat dengan rel kereta api."[61]

---

[60] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 15 Maret 2018
[61] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita Halimah pada tanggal 14 maret 2018
[61] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PT Kereta Api Indonesia tidak hanya berupa bantuan uang sebagai dibidang pendidikan namun juga humas PT KAI ini juga turut memberikan sosialisasi tentang keselematan perjalanan kereta api pada siswa-siswi sekolah-sekolah tersebut terlebih dahulu.. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut,

> " Jadi sebelum kita memberikan bantuan tersebut, terlebih dulu kita melakukan penyuluhan sosialiasi tentang keselamatan perjalanan kereta api ke para siswa-siswi terutama yang sekolahnya di dekar jalur rel kereta api."[62]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak Suyud harjanto, bahwa adanya sosialisasi ke siswa-siswi yang bersekolah di dekat jalur rel kereta api, pengungkapannya adalah sebagai berikut,

> "Biasanya kalo kita sedang melakukan program CSR di sekolah-sekolah kita pasti akan melakukan sosialisasi tentang keselamatan perjalanan kereta api di sekitar sekolah yang dekat dengan jalur rel kereta api. Setelah sosialisasi tentang keselamatan perjalanan kereta api ini selesai , kita akan memberikan pertanyaan kepada para siswa tentang sosialisasi yang sudah kami sampaikan. Dan jika mereka bisa menjawab maka juga akan mendapat reward dari kita. Jadi tidak sekolahnya saja tapi muridnya pun juga."[63]

Harapan dari kontribusi masyarakat juga menjadi keinginan dari perusahaan PT KAI Daop 8 Surabaya. Hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut :

> "CSR dilakukan ini kan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan namun perusahaan memiliki harapan lebih kepada masyarakat agar masyarakat berkontribusi turut menjaga keselamatan perjalanan kereta api seperti tidak melakukan pelemparan batu yang selama ini banyak dilakukan anak-anak SD makanya kita juga prioritaskan

[62] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 13 Maret 2018
[63] Wawamcara dengan bapak Suyud Harjanto,pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sosialisasi bidang pendidikan di sekolah-sekolah terdekat rel ataupun asset kereta api tujuannya ya untuk mensosialisasikan hal itu dan meminimalisir kejadian yang tidak diinginkan"64

Tahap implementasi CSR pada peningkatan pendidikan ini adalah survei lokasi. Untuk mengetahui data kebenaran yang jelas yang nyata maka diperlukan tim untuk mensurvei sekolah-sekolah di area daop 8. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Survei sekolah dilakukan ya sebelum penerapan CSR. Survei lokasi ini dilakukan setiap bulannya mbak karena memang program dalam peningkatan pendidikan ini dilakukan tiap bulannya mbak. Nah untuk mengetahui keberadaan sekolah-sekolah mana saja yang berarea dekat rel kereta maupun asset kereta api itu yang diprioritaskan untuk meminimalisir tindak kriminalitas seperti pelemparan batu."[65]

Tahap selanjutnya adalah realisasi CSR di sekolah-sekolah yang telah di survei oleh tim. Realisasi dalam aspek peningkatan pendidikan ini diharapkan untuk menciptakan kontribusi dari warga sekolah pula. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Tahap Realisasi ini dilakukan jika suda menemukan sekolah mana yang dituju. Jika suda ada sasaran sekolah yang dituju maka kita langsung memberikan penyuluhan tidak hanya dana pendidikan maupun fasilitas sekolah tapi juga sosialisasi terkait keselamatan perjalanan kereta api tujuannya ya untu meminimalisir tindakan para siswa-siswi dalam pelemparan batu pada kereta api."[66]

---

[64] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita, pada tanggal 13 Maret 2018
[65] Wawancara dengan bapak Gatut pada tanggal 13 Maret 2018
[66] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10. Pembangunan Masjid dan Gereja

Aspek sarana dan prasarana merupakan faktor penentu keefektifan, pengembangan sarana dan prasarana yang dilakukan oleh PT KAI Daop 8 ini juga terdapat pada sanara prasarana di wilayah kepentingan pelanggan, penumpang PT Kereta Api Indonesia. Khususnya di Stasiun-stasiun wilayah Daop 8, program CSR sarana-prasarana, fasilitas ini juga telah diterapkan untuk peningkatan citra yang lebih baik. Hal ini juga diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut,

> "Peningkatan sarana prasarana ini juga diterapkan dalam program CSR tidak hanya untuk eksternal saja, namum internal pun juga diterapkan. Seperti di stasiun Sidoarjo kemarin memenangkan stasiun terbaik karena fasilitas yang mempriotitaskan ibu-ibu yang menyusui. Stasiun tersebut menciptakan sebuah ruangan ibu menyusui yang steril dan juga terdapat alat perlengkapan lengkap, ada juga perawatnya disitu,kursi roda bagi yang membutuhkan, dan masih banyak lagi."[67]

Bantuan pengembangan sarana dan prasarana umum juga diterapkan pada bangunan-bangunan seperti tempat ibadah di sekitar wilayah Daop 8. Hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut,

> "Penyaluran bantuan juga ada pada sarana dan prasarana, seperti pembangunan masjid di sekitar wilayah Daop 8. Tapi itu juga harus mengikuti survei terlebih dulu sebelum pembangunan dilakukan. CSR dalam pembangunan masjid juga dapat bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Tidak hanya masjid ya tapi gereja juga kita berikan dana untuk pembangunan.".[68]

[67] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 13 Maret 2018
[68] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 14 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bantuan penyaluran sarana ibadah yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 merupakan program jangka panjang yang dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Adapun prosedur dalam penerapan program CSR bantuan sarana ibadah. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Jadi untuk program bina lingkungan bidang sarana ibadah ini merupakan program jangka panjang yang sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Biasanya masyarakat di area wilayah jalur rel kereta api mengajukan proposal untuk pembangunan masjid jadi tetap akan kita survei dulu lokasinya dimana, ada ngga lokasinya, jangan sampai ngga ada jangan sampai fiktif. Kemudian apakah lokasinya di area dekat jalur kereta api atau tidak? Karena kita juga membutuhkan kontribusi dari masyarakat. Nah untuk program yang sudah terealisasi di tahun 2017 menyalurkan dana untuk sarana ibadah sekitar enam puluh jutaan".[69]

Tahapan implementasi corporate social responsibility calon mitra bina lingkungan dalam aspek pemberdayaan harus menjelaskan maksud dan tujuan kenapa harus ikut dalam proses pemberian bantuan KAI dengan pengajuan proposal, agar dapat saat pencairan dana bantuan bina lingkungan yang sudah diajukan pada calon mitra. PT KAI sudah memiliki gambaran mengenai bantuan yang akan diberikan kepada calon penerima dana. Seperti dikatakan oleh bapak ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

> "Pengajuan proposal dilakukan oleh calon mitra dengan menjelaskan secara detail apa yang mereka butuhkan. Untuk pembangunan sarana ibadah pun juga harus lengkap data pengajuannya bisa disertakan dengan foto pula ya. Hal ini untuk membantu dalam persetujuan

[69] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyatmoko pada tanggal 15 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk pencairan dana dan ketika dirapatkan dengan tim CSR pusat punya bukti dan data yang jelas."[70]

Tahapan selanjutnya yang dilakukan dalam implementasi CSR adalah survei lapangan. Survei lokasi merupakan tahapan untuk program CSR bina lingkungan yang mana survei lokasi ini merupakan sebuah tahapan dimana tahapan ini untuk melihat secara jelas dan nyata calon penerima dana dan lokasi yang memang benar membutuhkan pembangunan. Dan ini dibenarkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

"Setelah pengajuan proposal, kita juga akan memverifikasi kebenaran yang telah diungkapkan pada proposal. Apakah ada asset sarana ibadah yang akan dibangun ada atau tidak. Bisa jadi kita juga akan menanyakan pada masyarakat sekitar untuk mencari data kebenarannya sehingga untuk mencairkan dana pun akan mudah.[71]

Tahap selanjutnya untuk merealisasikan program corporate social responsibility maka dilakukannya pencairan dana pembangunan sarana ibadah kepada sasaran-sasaran calon penerima bantuan yang telah diterima setelah melewati hasil pengajuan maupun survei lapangan. Hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita sebagai berikut:

"Nah kalo sudah melakukan pengajuan proposal maupun survei lokasi dengan data-data yang dapat membantu dan memudahkan persetujuan maka dana untuk pembangunan baru akan dicairkan langsung. Tim CSR akan mendatangi lokasi untuk memberikan dana tersebut secara langsung.[72]

[70] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 15 Maret 2018
[71] Wawancara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggal 15 Maret 2018
[72] Wawancara denga ibu Sovi Yanita pada tanggal 15 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11. Penanaman Pohon Sawo

Program Bina lingkungan diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dengan melakukan penanaman pohon sawo. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut Sutiyatmoko sebagai berikut:

> "Pelaksanaan pelestarian lingkungan yaitu reboisasi dengan cara penanaman pohon sawo dari berbagai jenis juga dilakukan di area Daop 8. Kegiatan ini dilakukan sehingga ditanami tanaman yang bermanfaat."[73]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Penanaman pohon sawo di sekitar area stasiun wilayah sepanjang Daop 8 dilakukan untuk melestarikan lingkungan. Kalo' dalam aspek CSR kan juga ada aspek lingkungan. Selain untuk penghijauan untuk lingkungan juga dapat dimanfaatkan.[74]

Tahapan yang dilakukan dalam implementasi CSR dalam bentuk pelestarian lingkungan yaitu perencanaan. Tahap perencanaan ini dilakukan untuk menetukan rencana program dalam melestarikan lingkungan sebagai kepedulian peusahaan terhadap lingkungan. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Perencanaan untuk penenaman pohon sawo ini juga sebagai rencana program yang dapat bersifat jangka panjang yang kita pikirkan dalam pelestarian lingkungan. Perencanaan ini juga kita pikirkan dimana harus kita lakukan penanaman pohon sawo. Ini juga bukti KAI dalam pengurangan dampak lingkungan."[75]

[73] Wawancara denga ibu Sovi Yanita pada tanggal 15 Maret 2018
[74] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 14 Maret 2018
[75] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 14 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahap selanjutnya untuk merealisasikan program corporate social responsibility maka dilakukannya realisasi pelestarian lingkungan dengan cara penanaman pohon sawo. Hal ini diungkapkan oleh ibu bapak Suyud Harjanto sebagai berikut:

> "Setelah ada rencana dalam program jangka panjang maka tim CSR langsung merealisasikan penghijauan dengan cara penanaman pohon sawo di stasiun-stasiun yang berarea daop 8 untuk mengurangi Amdal dan polusi udara juga ya."[76]

12. Publikasi Program Corporate Social Responsibility pada Media

Dalam membangun komunikasi bagi sebuah perusahaan, akan lebih baik lagi jika dilengkapi adanya relasi dengan media. Lebih-lebih lagi untuk kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan CSR. Tidak dapat dipungkiri, humas PT KAI mengundang media dalam setiap kegiatan. Hal ini diungkapkan oleh bapak Gatut sebagai berikut:

> "Pelaksanaan kegiatan CSR ini terkadang media turut hadir dalam meliput agenda ini. Mereka kan juga butuh namanya berita. Ya kebutuhan mereka untuk mendapatkan berita terkait kereta api, kami juga akan memberikan berita tersebut entah ketika sedang berada saat penyuluhan program CSR, entah saat KAI mengadakan event-event, ataupun KAI sedang mengadakan event promo tiket."[77]

Penyuluhan program CSR juga dipublikasikan pada pers KAI, hal ini diungkapkan oleh ibu Sovi Yanita Halimah sebagai berikut:

> "Tiap semua kegiatan baik itu penyuluhan CSR, event, meeting atau apapun humas selalu bertugas dalam meliput, mendokumentasikan, dan merelease berita lalu di kirim ke kantor pusat sebagai pers kereta

[76] Wawancara dengan bapak Suyud Harjanto pada tanggal 14 Maret 2018
[77] Wawancara dengan bapak Gatut Sutiyamoko, pada tanggal 15 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

api. Tujuannya ya ini sebagai laporan setiap aktivitas yang ada di Daop 8"[78]

[78] Wawanacara dengan ibu Sovi Yanita pada tanggan 14 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Dalam penelitian deskriptif kualitatif analisis data merupakan sebuah tahapan yang sangat bermanfaat untuk menelaah data yang telah diperoleh dari beberapa informan yang telah peneliti pilih selama penelitian berlangsung. Maka dari itu, disini peneliti menerapkan hasil penelitian ketika melakukan penelitian melalui berbagai metode, baik wawancara, observasi lapangan, catatan lapangan maupun dokumentasi. Selain itu analisis dan juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran dari penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian mengenai "Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya."

Secara sistematika pembahasan pada bab ini akan dibagi menjadi beberapa sub bab yang akan menjadi poin pembahasan sebagai analisis dari temuan data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya. Adapun pada bab pembahasan ini akan peneliti jelaskan bagaimana implementasi corporate social responsibility dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero). Dimana program dan tahapan CSR kepada masyarakat merupakan salah satu bukti adanya implementasi corporate social responsibility yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dalam mempertahankan citra perusahaanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada bab ini akan menyajikan pembahasan dalam bingkai teori tripple bottom line yang dikemukakan oleh John Elkington yang menjadi landasan berpikir dalam penelitian. Penelitian ini akan melihat bagaimana penerapan dan tahapan CSR yang dilakukan PT Kereta Api Indoneisa (Persero) Daop 8 Surabaya dapat mempertahankan citra perusahaannya di mata publik.

Dari hasil observasi dan wawancara yang berkaitan dengan Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. **Sistem Kemitraan sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Peningkatan Perekonomian**

Ketika PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya melakukan penerapan corporate social responsibility dan tahapan-tahapannya dalam menerapkan pinjaman kemitraan kepada calon mitra binaan, dengan demikian PT KAI telah memberdayakan perekonomian masyarakat sekitarnya.

Program kemitraan yang dilakukan PT KAI ini merupakan pembangunan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi. PT KAI mencoba memaksimalkan potensi dengan tujuan mampu membantu masyarakat untuk berkembang di dunia usahanya dari modal pinjaman yang diberikan oleh PT KAI.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses pengajuan bantuan dalam bentuk proposal merupakan sebuah tahapan awal untuk mendapatkan bantuan dari PT KAI dimana pada proses ini semua calon mitra harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Kemudian adanya proses pengenalan program kemitraan ini juga dilakukan hingga masyarakat tau akan keberadaan program mitra binaan juga melalui proses promosi atau pemberian informasi kepada masyaraka yang ingin menjadi mitra binaan pada program kemitraan ini. Proses survei lokasi pun juga dilakukan oleh PT KAI sebagai penunjang pernyataan bukti untuk memudahkan calon mitra binaan dalam mendapatkan pencairan dana. Proses selanjutnya yaitu pencairan dana untuk calon mitra binaan, PT KAI akan merealisasikan pencairan pinjaman kemitraan jika tahapan tersebut sudah terlaksana. PT KAI menerapkan tahapan evaluasi dan pelaporan untuk memonitoring hasil mitra usaha tiap tahunnya.

Dengan implementasi dan tahapan seperti ini dapat mempermudah PT KAI dalam merealisasikan CSR dalam bentuk program kemitraan. Selain itu, PT KAI tidak hanya memikirkan profit perusahaan saja tetapi juga memperdulikan kesenjangan ekonomi masyarakat sehingga diberdayakan peningkatan ekonomi masyarakat tersebut. pemberdayaan yang berkelanjutan inilah yang dapat mempertahankan citra PT KAI hingga saat ini masih terbilang baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Sosial Masyarakat

Penguatan sosial yang dilakukan PT Kereta Api (Persero) Daop 8 Surabaya agar masyarakat tadinya lemah, baik dalam bidang sosial maka PT KAI membangkitkan kesadaran masyarakat tersebut dan meningkatkan potensi. Pada tahap pertama dalam pengimplementasian program CSR PT KAI melakukan pengumpulan fakta. Pada tahap ini PT KAI dituntut peka terhadap keadaan lingkungan kemasyarakatan yang berada di sekitar wilayah operasional PT KAI. PT KAI mengumpulkan fakta apa yang menjadi kebutuhan masyarakat di wilayah operasional.

Tahap kedua adalah mensurvei lokasi sasaran yang akan dituju sebagai lokasi sasaran yang akan menjadi tempat pemberdayaan sosial kemasyarakatan. PT KAI mendatangi lokasi-lokasi yang akan menjadi sasaran untuk CSR. Tahapan ini untuk memastikan kebenaran data agar memudahkan PT KAI saat realisasi program CSR.

Tahap akhir adalah pengimplementasian program CSR sebagai wujud kepedulian PT KAI terhadap sosial kemasyarakatan. Penerapan CSR ini dilakukan jika tahap perencanaan yang telah dilakukan PT KAI sudah dilakukan. Adapun bentuk pengimplementasian CSR dalam aspek pemberdayaan sosial kemasyarakatan adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tanggung jawab perusahaan dalam peningkatan kesehatan masyarakat oleh PT KAI. PT KAI memperhatikan kesehatan dan lingkungan sosial dengan bentuk sosialisasi mengenai kesehatan. Adanya penerapan CSR dalam bentuk peningkatan kesehatan dan pemeriksaan gratis ini juga turut mengajak masyarakat untuk berkontribusi memanfaatkan fasilitas kesehatan yang diberikan oleh PT KAI dan hal ini dapat mempengaruhi persepsi citra positif masyarakat terhadap PT KAI.
b. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam peningkatan aspek sosial. Pelaksanaan dalam peningkatan aspek sosial merupakan salah satu upaya PT KAI dalam mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat. CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya mengadakan program bantuan sosial kemasyarakatan. Hal ini diharapkan dapat dinikmati kemanfaatannya oleh masyarakat. Kegiatan kemanfaatan direct effect ini bersifat current expenditure dan bersifat karitatif (philantropic) yang didasarkan social motive murni yang menunjukkan bahwa aktivitas pelaksanaannya memiliki kemanfaatan yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh masyarakat.
c. Sosialisasi pendidikan untuk mengurangi tindak kriminalitas. Implementasi dalam bentuk peningkatan pendidikan yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentuk bantuan pendidikan ini berbasis corporate charity dimaksudkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab ini bermotif pemberian sosial atau amal, upaya polesan bahwa perusahaan juga memiliki perhatian terhadap masalah pendidikan. Penyuluhan ini tidak hanya memberikan dana, namun juga memberikan sosialisasi terkait masalah yang banyak terjadi yaitu pelemparan batu pada kereta api yang sering dilakukan oleh masyarakat yang berada di area kawasan dekat rel kereta api. Sasaran penyuluhan pendidikan ini adalah sekolah-sekolah dasar (SD) karena dalam pemantauan sejauh ini, keterlibatan siswa-siswi sekolah dasar berpengaruh atas pelemparan batu yang sering terjadi pada kereta api. Humas pun mengambil tindakan untuk melakukan sosialisasi terkait keselamatan perjalanan kereta api.

Dengan demikian, tanggung jawab sosial tersebut didudukkan sebagai kebutuhan dalam mendukung going concern dan merupakan investasi jangka panjang sehingga dapat yang dapat mendukung keunggulan citra perusahaan.

d. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Sarana, Komitmen PT KAI untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk mencapai satu tujuan dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Program bina lingkungan dalam aspek sosial terkait pengembangan prasarana dan sarana ibadah untuk masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga dilakukan dalam program corporate social responsibility (CSR)..

Penyaluran dana untuk pembangunan masjid dan gereja ini dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia dengan tujuan selain menjadi tempat beribadah, juga dapat dipergunakan sebagai sarana pendidikan serta tempat silaturahmi antar umat islam. Tidak hanya pembangunan masjid , penyaluran dana sarana juga disalurkan kepada sarana pembangunan gereja. Maka hal ini dapat mewujdukan citra PT KAI semakin baik di mata masyarakat sebagai perusahaan BUMN yang besar.

3. Penghijauan Lingkungan Daerah Operasional sebagai Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Pelestarian Lingkungan

Pembangunan berwawasan lingkungan hidup yang dilakukan oleh PT KAI mengandung pengertian bahwa peningkatan kesejahteraan dan mutu hidup masyarakat dilakukan sekaligus dengan melestarikan kemampuan lingkungan hidup agar dapat menunjang pembangunan secara berkesinambungan. Hal ini berarti bahwa PT KAI melaksanakan suatu kegiatan wajib diikuti dengan upaya mencegah dan menanggulangi pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup. Sehingga PT KAI tidak hanya memfokuskan pada aspek ekonomi dan sosial saja, namun sudah menjadi kewajiban dari sebuah perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan dan keberlanjutan keragaman hayati.

Untuk mendukung dan menjamin tercapainya tujuan pelaksanaan CSR dan mencapai keseimbangan yang efektif antara lingkungan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembangunan diperlukan pengaturan.PT KAI Daop 8 turut mengelola lingkungan hidup terpadu dalam pemanfaatan,penataan,pengembangan lingkungan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 telah melakukan program corporate social responsibility dalam aspek lingkungan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 melakukan cara menanam pohon sawo di sekitar area stasiun wilayah Daop 8 ini dilakukan bertujuan selain mengurangi polusi udara dan sebagai keindahan lingkungan juga dapat menghasilkan manfaat bagi makhluk hidup lainnya.

4. Soliditas Citra Perusahaan melalui Media Massa

Media massa menjadi kekuatan baru dalam mendukung kegiatan kehumasan khususnya corporate social responsibility yang dilakukan PT KAI sebagai sebuah media berkomunikasi. Peran PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dalam konteks ini masih diwarnai oleh aktivitas humas melalui hubungan dengan media. Untuk terwujudnya tupoksi PT KAI diantaranya mempertahankan citra positif saling pengertian antara publik dan organisasi, maka banyak kegiatan PT KAI yang dipublikasikan oleh media. Dengan publik yang tersebar, bukan saja secara geografis tetapi juga secara demografis, maka kegiatan komunikasi akan sulit dilakukan bila tidak memanfaatkan media massa. Tidak dapat dipungkiri, bahwa peran media sangat penting dalam publisitas dan pencitraan PT KAI di mata publik. Peran ini dilakukan oleh humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dalam menjalin relasi dengan media. Pemanfaatan media sosial maupun media massa oleh PT

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya juga dilakukan untuk mempublikasi setiap kegiatan CSR.

Strategi by a establishing a reputations for reliability yang dilakukan humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya adalah upaya untuk menegakkan reputasi perusahaan supaya perusahaan tersebut tetap dapat dipercaya. Membuat release berita dan dipublikasikan pada media KAI, mengundang media dan menyajikan berita kepada pers dalam setiap kegitan terkait PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya dapat menjadi penunjang dalam mempertahankan maupun dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Temuan-temuan penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya akan dikonfirmasikan dengan teori dan dalam penelitian ini menggunakan teori tripple bottom line. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Menurut Elkington mengimplikasikan bahwa perusahaan masa kini tidak bisa sekedar hanya memperhatikan profit lagi tetapi pilar kesuksesan perusahaan dapat diukur nilai kesuksesannya dengan menerapkan tiga pilar yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan.

Fakta menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya mengutamakan kepentingan stakeholder (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan), selain itu jika PT Kereta Api Indonesia (Persero) ingin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertahankan keberlangsungan hidupnya, maka PT KAI harus memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan (social responsibility), memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga image dan strategi perusahaan. Ketika sebuah PT KAI dapat membangun budaya berbasis nilai bagi stakeholder internal maupun eksternal (masyarakat) dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik bagi perusahaan maupun para pemangku kepentingan yang terkait. Implementasi corporate social responsibility juga dapat menjadi praktik bisnis PT KAI dalam pembentukan reputasi atau citra perusahaan dan juga dapat meningkatkan profit perusahaan. Rata-rata pelanggan menyukai sebuah produk dari perusahaan yang mempunyai reputasi atau citra yang baik.

Hal tersebut sesuai dengan hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara langsung dengan informan yang memfokuskan bahwa sistem kemitraan sebagai peningkatan perekonomian masyarakat dengan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh PT KAI untuk mewujudkan pemberdayaan calon mitra usaha dengan memberikan dana pinjaman kemitraan, program pemberdayaan sosial masyarakat PT KAI sebagai implementasi CSR dalam sosial kemasyarakatan dengan memberikan program yang didasarkan social motive murni yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukkan bahwa aktivitas pelaksanaannya memiliki kemanfaatan yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh masyarakat, sosialisasi pendidikan untuk mengurangi tindak kriminalitas yang dilakukan oleh PT KAI dengan memberikan bantuan pendidikan, pembangunan sarana ibadah oleh PT KAI sebagai tanggung jawab sosial didudukkan sebagai kebutuhan dalam mendukung going concern dan merupakan investasi jangka panjang yang dapat mendukung keunggulan PT KAI, penghijauan lingkungan yang dilakukan PT KAI guna untuk melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan. Teori tripple bottom line yang dikemukakan oleh John Elkington dibingkai dalam asumsi sebagai berikut:

1. Teori Ekonomi (profit)

   Dalam asumsi pertama sebagai perusahaan BUMN selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan ekonomi masyarakat. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya menerapkan community empowering yang merupakan strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat terutama mitra usaha untuk menunjang kemandiriannya. Peningkatan ekonomi masyarakat ini dapat mempertahankan citra PT KAI sehingga mendapatkan banyak prestasi, penghargaan serta peningkatan angkutan penumpang selalu meningkat tiap tahunnya dan PT KAI juga mendapatkan profit yang menguntungkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Teori Sosial

Dalam asumsi yang kedua sebagai perusahaan sebaiknya menunjukkan berbagai aktivitas sosial sebagai suatu upaya perusahaan untuk bersinergi dapat melanjutkan kelangsungan hidupnya. PT KAI telah menerapkan CSR dalam aspek sosial pada masyarakat yang berarea di Daop 8 sehingga hal ini dapat mempertahankan citra PT KAI dikenal baik dan menghasilkan peningkatan penumpang tiap tahunnya yang meningkat.

3. Teori Lingkungan

Dalam asumsi ketiga sebagai perusahaan yang ingin keberlangsungan hidupnya bertahan baik maka maka PT KAI menerapkan bentuk CSR pelestarian lingkungan. PT KAI melakukan penanaman pohon sawo, pembangunan masjid dan gereja sebagai pembangunan yang bersifat jangka panjang dalam pemanfaatannya. Sosialisasi pendidikan pun dilakukan untuk mengurangi tindak kriminalitas. Upaya PT KAI dalam melestarikan lingkungan, masyarakat akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kenyamanan dan ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya. Implementasi ini mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungan sehingga akan berdampak pada citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya yang baik pula.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan konfirmasi teori penjelasan tentang rumusan masalah yang peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain implementasi corporate social responsibility humas dalam sangatlah penting dalam mempertahankan citra perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Melalui program kemitraan dan bina lingkungan diantaranya adalah sebagai berikut:

Implementasi program-program CSR yang dilakukan oleh PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya sangat variatif dan responsif dalam menanggapi kebutuhan lingkungannya, walaupun program-program CSR yang dilaksanakan PT.KAI (Persero) masi dalam ranah karitas dan pelayanan, serta belum mengarah pada perwujudan investasi sosial.

Secara konseptual, implementasi CSR PT KAI (Persero) masih menggunakan konsep responsibility atau mengutamakan nilai etika dan mora. Berbagai implementasi CSR PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya terealisasi dalam bentuk donasi dan philanthropy atau kedermawanan sosial perusahaan. Kebijakan yang diambil perusahaan pun tidak jauh-jauh dari nilai itu, yakni penyaluran dana untuk korban bencana alam,panti asuhan, dan program lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Program-program CSR PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya mengutamakan masyarakat yang berada di sekitar rel atau aset perusahaan. strategi yang digunakan PT KAI (Persero) Daop 8 Surabaya, yakni aktif mennyaluran dana dan mensosialisasikan program-program CSR dengan memberikan bantuan kepada masyarakat baik itu kemitraan maupun bina lingkungan kepada masyarakat sekitar rel sesuai dengan kebutuhan mereka. Sikap aktif ini merupakan wujud responsivitas perusahaan melihat kenyataan di lingkungannya. Hal ini bertujuan membentuk ikatan emosional dengan masyarakat agar mereka turut merasa memiliki, menjaga dan memelihara aset-aset perusahaan.

Dalam mengimplementasikan CSR, PT KAI juga dapat mempertahankan citra perusahaannya sebagaimana dengan adanya prestasi-prestasi yang diraih tiap tahunnya dan peningkatan penumpang tiap tahunnya, selain melakukan tanggung jawab sosial perusahaan, PT KAI menjalin relasi dengan media dan mempublikasikan setiap kegiatan-kegiatan maupun program CSR kepada media juga sebagai penunjang untuk mempertahankan ataupun meningkatkan citra perusahaan

B. Saran

Setelah menyelesaikan proses penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi dari peneliti sebagai masukan yang mungkin bisa dijadikan bahan beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Para Akademisi

Peneliti merasa bahwa penulisan penelitian ini masih belum sempurna oleh karena itu, penulis berharap kepada para akademisi atau para peneliti selanjutnya untuk dapat lebih menyempurnakan hasil dari penelitian ini

2. Pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dengan adanya penelitian yang berjudul " Implementasi Corporate Social Responsibility" Humas dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya" dapat menambah referensi bagi pihak fakultas sebagai kontribusi yang berarti bagi pengembangan dunia keilmuan selanjutnya.

3. Pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya tetap terus melaksanakan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat karena hal tersebut dapat membantu masyrakat sekitar namun juga dapat membantu meningkatnya image citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdullah,Ma'ruf. 2015. Manajemen Komunikasi Korporasi, Banjarmasin: Aswaja

Azheri,Busyra. 2012. Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory,Jakarta: Rajawali Pers

Arif Budimanta. 2008. Corporate Social Responsibility ,Indonesia Center for Sustainable Development, Jakarta: Rajawali Pers

Basrowi dan Suwandi, 2008. Memahami Penelitian Kualitatif, Jakarta: Rineka Cipta

Bungin,Burhan. 2001. Metodologi Penelitian Sosial, Surabaya: Airlangga

Eklington,Jhon. 2007. Penerapan Corporate Social Responsibility, Jakarta: Salemba

Gassing,Syarifuddin.2016. Public Relations,Yogyakarta: Penerbit Andi

Irwan,Soehatono. 1999. Metode Penelitian Sosial, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Ismail,Solihin. 2011. Corporate Social Responsibility,Jakarta: Salemba Empat

Jalaludin,Rahmat. 2000. Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

John,Simandjuntak. 2003. Public Relations, Yogyakarta: Graha Ilmu

Kasali,Rhenaldi. 1994. Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Keith,Butterick. 2012. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

Koencoroningrat. 1981. Metode-metode Penelitian Masyrakat, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama

Kriyantono,Rahmat. 2009. Teknis Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana

Lattimore,dkk. 2010. Public Relations: Profesi dan Praktik edisi ke-3,Jakarta: Salemba

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Liliweri,Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna,Jakarta: Prenada Media Group

Mulyana,Dedy. 2002. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

Nurdin,Usman. 2002.Guru Professional dan Implementasi Kurikulum, Jakarta: Ciputat Pers

Rusdianto,Ujang. 2013. CSR Communications A Framework for PR Practitioners, Yogyakarta:Graha Ilmu

Ruslan,Rosady. 2006. Metode Public Relation dan Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sudarmawan,Danim. 2003. Menjadi Peneliti Kualitatif, Jakarta : Bumi Aksara

Sugiono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta

Wibisono,Yusuf.2007.Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility, Gresik: Fascho Publishing

WEBSITE

Ferriansyah,Firdaus. 2014.Implementasi Program Corporate Social Responsibility Used Motorcycle Departmen Dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finance. publikasi.mercubuana.ac.id/index. php/viskom/article/download/17/01/1309

www.kereta-api.co.id diakses pada tanggal 1 Maret 2018 pukul 20.00 wib

kip.kereta-api.co.id diakses pada tanggal 17 Maret 2018 pukul 19.30 wib

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id