

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial yang kini marak diterapkan oleh perusahaan diseluruh dunia termasuk Indonesia. Penggiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan implementasi dari Undang- Undang Perseroan Terbatas (UU PT) No. 40 Tahun 2007 yang mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan kegiatan tanggungjawab sosial kepada masyarakat.

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak terlepas dari Konsep Manajemen *Public Relations*, konsep Manajemen *Public Relations* merupakan penerapan dari fungsi dasar manajemen yang mengatur penyelenggaraan suatu program hingga tercapainya tujuan dari program tersebut dalam kegiatan *Public Relations*. Pada kajian Manajemen *Public Relations* dikenal suatu konsep yang menjadi acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan, yaitu *The four- step public relations process*, terkait dengan hal ini maka penanganan pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tentunya memerlukan divisi khusus.

Popularitas dan urgensi gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) membuat banyak perusahaan besar di Indonesia kini memiliki divisi khusus yang menangani masalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan saling berlomba

untuk menunjukkan eksistensi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) nya masing- masing, begitu pula dengan PT. Bio Farma (Persero).

PT. Bio Farma (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki bidang usaha dalam penelitian, pengembangan, produksi, pemasaran produk biologi, produk farmasi dan alat kesehatan, dengan produk berupa vaksin dan antisera. PT. Bio Farma (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang telah berkiprah selama 126 tahun mampu memenuhi kebutuhan vaksin dilebih dari 130 negara. PT. Bio Farma (Persero) yang notabene sebagai perusahaan yang sumber produksinya bersumber pada sumberdaya alam membuat PT. Bio Farma (Persero) wajib melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

PT. Bio Farma (Persero) sebagai satu- satunya BUMN penghasil vaksin dan antisera memiliki *branding sustainable bio- tech* atau *green company*, sebagai implementasi dari *branding* tersebut, PT. Bio Farma (Persero) memiliki konsentersasi dalam *sustainable bio-tech* dan *green company* yang dibuktikan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana dalam setiap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan semuanya adalah *sustainable*, dikutip dari *Annual Report* PT. Bio Farma (Persero) (2015), sepanjang tahun 2015 PT. Bio Farma (Persero) telah melakukan beberapa program CSR yang diklasifikasikan kedalam empat pilar CSR, yaitu Pilar Kesehatan meliputi pencegahan demam berdarah, pemeriksaan kesehatan gigi gratis, kegiatan donor darah, membuat posko lebaran dijalur mudik, bantuan alat bagi para Tuna Netra Low Vision dan pelayanan KB bagi masyarakat.

Program CSR Pilar Pendidikan meliputi berbagai pelatihan untuk mendukung program pelestarian dan pengembangan kawasan geopark ciletuh, memberikan beasiswa, juga menggelar seminar dan kegiatan masyarakat. Pada Pilar Ekonomi yaitu program pembudidayaan ayam kampung di Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Bandung, pengembangan masyarakat melalui Kelompok Batik Pakidulan di Kabupaten Sukabumi, pemberian bantuan sarana dan parasarana bagi Kelompok Mizumi Koi Farm. Terakhir, program CSR Pilar Lingkungan Hidup meliputi konservasi *mangrove* di kawasan pantai Utara Jawa Barat, Peningkatan kapasitas masyarakat di Kawasan Geopark Ciletuh, Pemuliaan Domba Garut, bantuan pembangunan Kampung Adat Baduy, dan pengolahan sampah berbasis lingkungan di kawasan Garut.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Bio Farma (Persero) yang kini mendunia dan tengah gencar dipromosikan dikancah internasional adalah Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah berjalan sekitar 3 tahun terhitung sejak 2013 ini dilakukan di Desa Taman Jaya, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Program ini merupakan fokus PT. Bio Farma pada sektor lingkungan, pendidikan, dan ekonomi, dimana tiga hal ini sesuai dengan apa yang terkandung dalam empat pilar kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimiliki oleh PT. Bio Farma (Persero) yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan.

Cita- cita besar dari program ini seperti yang dikutip dari *Annual Report* PT. Bio Farma adalah untuk memperkenalkan Kawasan Ciletuh keseluruh dunia

dan memasukannya menjadi anggota *Global Geopark Network* (GGN) UNESCO (*Annual Report* PT. Bio Farma Persero, 2013:339). Eksotisme fenomena keaneragaman biologi (*bio-diversity*), keanekaragaman geologi (*geo-diversity*) dan keanekaragaman *budaya* (*cultural-diversity*) Kawasan Ciletuh, menjadikan kawasan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai *geopark* ditingkat internasional seperti dua pendahulunya, seperti yang dilansir dari nationalgeographic.co.id yaitu Gunung Sewu *Geopark* di Jawa Tengah dan Batur *Geopark* di Bali.

Tujuan dari cita- cita besar Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh ini seperti yang dikutip dari *Annual Report* PT. Bio Farma (Persero) adalah guna mengangkat nilai-nilai lokal masyarakat Ciletuh dari berbagai aspek yang mencakup keanekaragaman hayati, geologi dan budaya secara terintegrasi (*Annual Report* PT. Bio Farma Perseo, 2013:339). Tujuan dari cita- cita besar PT. Bio Farma (Persero) atas program ini merupakan refleksi dari konsep *geopark* yang memiliki filosofi memuliakan kawasan warisan bumi.

Geopark Ciletuh sebagai *geopark* yang sudah diakui secara nasional sejak 22 Desember 2015 ini telah memenuhi kriteria *Global Geopark* yang ditetapkan oleh UNESCO yaitu memiliki keanekaragaman hayati (*Bio diversity*) berupa potensi Penyu, alam bawah laut, dan keanekaragaman hayati lainnya. Keanekaragaman geologi (*Geo diversity*) yaitu curug, hamparan mega ampiteater, dan hamparan batuan dilaut. Keanekaragaman budaya lokal yang lestari (*Culture diversity*) berupa potensi kesenian, potensi Batik Pakidulan, potensi kampung adat, dan potensi makanan tradisional.

Implementasi dari Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh dapat berpengaruh terhadap kemajuan dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Taman Jaya, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi, karena dengan dijadikannya Ciletuh sebagai *geopark* membuka peluang besar bagi Ciletuh dijadikan sebagai destinasi wisata yang kemudian memajukan sektor ekonomi masyarakat. Seperti yang dikutip dari *annual report* PT. Bio Farma (Persero), bahwa program ini telah memberikan banyak manfaat kepada masyarakat yaitu:

“Melalui kegiatan pengadaan dan pipanisasi air bersih, di tahun 2015 terdapat 40 kepala keluarga, 2 unit usaha *homestay*, dan 21 usaha kecil yang telah memperoleh manfaat kegiatan ini. Jumlah *homestay* berkembang dari hanya 2 unit di Desa Tamanjaya pada tahun 2013, di tahun 2015 menjadi 23 unit. Selain daripada itu, kegiatan ini telah menambah lapangan kerja bagi 18 orang pemandu wisata” (*Annual Report* 2015: 340).

Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh ini memiliki relevansi dengan *branding* perusahaan yakni *green company*, karena melibatkan aspek lingkungan dalam programnya. Berbeda dengan wujud *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dipahami oleh perusahaan-perusahaan lain yang sifatnya hanya filantropi semata, atau sekedar memberi bantuan yang sifatnya jangka pendek dan bukan merupakan suatu upaya pengembangan kemandirian masyarakat yang berkepanjangan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilahirkan oleh PT. Bio Farma (persero) ini memiliki tujuan jangka panjang dengan program yang dilakukan secara berlanjut dan memerlukan waktu selama bertahun-tahun, rupanya ini

merupakan implementasi dari Visi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bio Farma (Persero) sendiri.

Visi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut tertuang dalam *Annual Report* PT Bio Farma (Persero) yaitu: “*Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya kegiatan memberi bantuan jangka pendek yang tidak menyelesaikan permasalahan di masyarakat dan lingkungan, tetapi harus menjadi kegiatan yang memberi dampak jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan” (*Annual Report* PT. Bio Farma (Persero), 2013: 326)).

Dana program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Bio Farma bersumber dari sebagian laba yang diperoleh perusahaan, dalam menjalankan program- program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bio Farma (Persero) memiliki satu divisi yakni PKBL, CSR, dan EHS, yang dalam prakteknya divisi ini produktif dalam mengadakan kegiatan sosial kemasyarakatan yang berkelanjutan.

Sasaran program sosial kemasyarakatan divisi CSR, PKBL dan EHS PT. Bio Farma (Persero) terbagi menjadi tiga *ring* wilayah, *ring* 1 yaitu warga masyarakat yang tinggal di sekitar PT. Bio Farma (Persero) yaitu Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Kecamatan Cisarua, dan Kabupaten Bandung Barat; *ring* 2 yaitu warga masyarakat Jawa Barat yang tinggal di luar area atau yang tidak bersentuhan langsung dengan PT. Bio Farma (Persero); dan *ring* 3 yaitu masyarakat Indonesia.

Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri dapat diartikan sebagai tanggungjawab moral perusahaan terhadap komunitas maupun warga sekitar

tempat operasional perusahaan tersebut. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat menekankan nilai moral dan etis yaitu bagaimana perusahaan berperilaku dalam mencapai hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya, tetapi ikut berperan dalam pembangunan ekonomi, dengan memperhatikan kesejahteraan pegawai dan hubungan antara lembaga dengan kelompok masyarakat sekitar.

Titik penekanan dalam nilai moral ini juga terletak pada bagaimana kita diperlakukan oleh orang lain, merupakan cerminan bagaimana kita memperlakukan orang lain. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini bertujuan untuk memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat, karena manfaat terbesar yang diberikan juga akan dirasakan oleh perusahaan.

Sejarah mencatat lahirnya gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul dikarenakan adanya desakan dari organisasi masyarakat sipil dan jaringannya ditingkat global, desakan ini muncul sebagai akibat dari sikap korporasi yang kala itu melakukan segala cara demi tingginya laba yang diperoleh dengan semaunya dan tidak etis. Pada tahun 1980 sampai 1990 wacana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terus berkembang, kemudian pada tahun 2002 para pemimpin dunia melalui pertemuan Yohannesburg memunculkan konsep *social responsibility*, yang menyempurnakan dua konsep yang telah ada sebelumnya yaitu *economic* dan *environment sustainability*. Ketiga konsep ini kemudian menjadi dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Satu yang perlu dipahami adalah, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya menguntungkan bagi masyarakat atau target dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saja, tetapi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat menguntungkan perusahaan, opini publik yang *favorable*, dukungan dari komunitas dan masyarakat akan didapatkan oleh perusahaan, yang akhirnya bermuara pada citra yang positif.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh merupakan sebuah program yang menarik untuk diteliti karena didalamnya terdapat keunikan-keunikan, yaitu program ini digarap oleh BUMN yang bergerak dibidang produksi vaksin tetapi berhasil membawa *Geopark* Ciletuh diakui sebagai *geopark* nasional, dan sedang dalam proses dikenal didunia internasional. Keunikan selanjutnya adalah bahwa menurut sejarah PT. Bio Farma merupakan satu- satunya BUMN yang terlibat dalam pengembangan *geopark*, dan hal terakhir yang tak kalah penting program ini sesuai dengan *branding* perusahaan yaitu *green company*.

Fokus penelitian ini terletak pada Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh dengan menggunakan Konsep *The four step public relations process*. Konsep ini dipilih karena mampu mengkonstruksikan secara holistik (utuh) proses pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh yang telah berhasil memberi dampak positif kepada masyarakat disektor ekonomi, dan membawa *Geopark* Ciletuh menuju pengakuan UNESCO.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang mengungkapkan bahwa pengetahuan manusia terhadap suatu hal merupakan hasil pemaknaan dan konstruksi dirinya sendiri serta tidak dapat digeneralisasikan dengan pemikiran orang lain, dalam hal ini penulis hanya menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif mengenai kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan menyeluruh dalam bentuk kata-kata pada suatu fenomena yang terjadi secara alamiah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dimana metode ini merupakan metode yang cocok digunakan pada konteks pertanyaan penelitian yang lebih mendalam pada unsur *how* dan *why* dan metode ini sesuai dengan penelitian yang ingin penulis lakukan dimana penulis ingin mengetahui secara mendalam mengenai bagaimana dan alasan pengelolaan kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Divisi PKBL, CSR, dan EHS PT. Bio Farma (Persero).

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka fokus dari penelitian ini adalah “Bagaimana Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh?”. Guna mendukung fokus penelitian tersebut, maka penulis memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Kegiatan *Social Mapping* sebagai Bentuk Perumusan Latar Belakang Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh?
- 1.2.2 Bagaimana Kegiatan menyusun Renstra (Rencana Strategis) dan Renja (Rencana Kerja) sebagai Bentuk Perumusan Perencanaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh?
- 1.2.3 Bagaimana Kegiatan Pelaksanaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh?
- 1.2.4 Bagaimana *Monitoring* dan Evaluasi sebagai Bentuk Pengawasan dan Penilaian dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh, adapun tujuan tersebut adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui Kegiatan *Social Mapping* sebagai Bentuk Perumusan Latar Belakang Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.
- 1.3.2 Untuk mengetahui Kegiatan menyusun Renstra (Rencana Strategis) dan Renja (Rencana Kerja) sebagai Bentuk Perumusan Perencanaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.3.3 Untuk mengetahui Kegiatan Pelaksanaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.3.4 Kegiatan *Monitoring* dan Evaluasi sebagai Bentuk Pengawasan dan Penilaian dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi perkembangan Ilmu *Public Relations* khususnya pada kajian Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility*, dengan didasarkan pada metode studi kasus yang dapat menggambarkan mengenai Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* secara holistic menggunakan konsep *The four step pulic relations process*, yang dipaparkan secara deskriptif.

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberi masukan untuk selanjutnya dapat dijadikan sebagai salah satu sumber rujukan penelitian sejenis maupun studi pembanding mengenai Manajemen *Public Relations* dari suatu kegiatan kehumasan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagi praktisi dan akademisi di bidang *Public Relations* dalam merencanakan dan melaksanakan juga mengevaluasi sebuah program *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pendapat, pikiran, dan juga umpan balik kepada PT. Bio Farma (Persero) dalam pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* yang telah atau sedang dilaksanakan, selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi PT. Bio Farma (Persero) terkait pengelolaan program *Corporate Social Responsibility*.

Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menimba ilmu dan mendapatkan pengalaman khususnya pada kajian pengelolaan program *Corporate Social Responsibility*, dalam hal ini penulis dapat menganalisis suatu fenomena dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek sesungguhnya dilapangan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menghimpun dan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung serta sumber lain yang dapat dikomparasikan guna menjadikan penelitian ini lebih kaya akan rujukan dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Ochi Jayanti Tahun 2013 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Melalui Sosial Media. Studi Kasus pada Program LG *Nutri Fridge* sebagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT LG Electronics Indonesia”.

Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan paradigma konstruktivisme dengan fokus penelitian mengenai implementasi Program LG Nutri Fridge sebagai kegiatan *corporate social responsibility* PT LG Electronics Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui latar belakang lahirnya ide program LG *Nutri Fridge*, untuk mengetahui pemahaman CSR menurut PR PT LG Electronics Indonesia, dan untuk mengetahui implementasi Program LG *Nutri Fridge*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa latar belakang lahirnya ide mengenai program LG *Nutri Fridge* didasari pada tujuan LG untuk membentuk perilaku sadar gizi di masyarakat. Pemilihan Facebook sebagai media aplikasi karena insan media sosial adalah golongan menengah keatas yang lebih mudah menerima edukasi dan diharapkan dapat ikut menyebarkan informasi dan perilaku sadar gizi. Pemahaman CSR menurut PR PT. LG Electronics Indonesia adalah kontribusi dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat untuk membuat masyarakat menjadi lebih baik sesuai dengan visi perusahaan, dengan konsep keberlangsungan komunitas menolong komunitas. Implementasi program LG *Nutri Fridge* diaplikasikan kedalam sebuah *game* di fanpage facebook dan pendonasi kulkas dan *supply* makanan bernutrisi selama 6 bulan ketiga panti asuhan.

Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dimana objek penelitian penulis adalah PT. Bio Farma (Persero) dan pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini Sdri. Ochi memfokuskan penelitiannya pada latar belakang, pemahaman CSR, dan

implementasi CSR , sedangkan penulis lebih terfokus pada Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Debby Rachmadani Tahun 2014 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berjudul “Proses *Public Relations* dalam pelaksanaan program pembangunan MCK oleh *Community Engagement* PT. Chevron Pacific Indonesia, Studi Deskriptif kualitatif mengenai pembangunan MCK sebagai salah satu kegiatan *Community Engagement* di PT Chevron Pacific Indonesia Duri- Riau”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian terletak pada proses *Public Relations* dalam pelaksanaan program pembangunan Mandi Cuci Kakus (MCK) oleh *community engagement* PT. Chevron Pacific Indonesia Duri- Riau. Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui proses *Public Relations* dalam pelaksanaan program pembangunan Mandi Cuci Kakus (MCK) oleh *community engagement* PT. Chevron Pacific Indonesia Duri- Riau.

Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa pada tahap *fact finding* masyarakat Sebang yang masih kekurangan pasokan air bersih membuat tim PGPA guna mengabdikan kepada masyarakat, kemudian pada tahap *planning* program ini fokus kepada perencanaan *community engagement*, selain membuat MCK tetapi juga memberikan pembelajaran mengenai manfaat air bersih. Pada tahap *action and communicating* PR berperan cukup aktif, hal ini sangat diperlukan melihat watak masyarakat Sebang yang cukup keras, dan pada tahap evaluasi didapat data bahwa tidak ada kendala yang berarti. Perbedaan dengan

penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian yaitu PT. Bio Farma (Persero).

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Ramos Purba Tahun 2015 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berjudul “Implementasi CSR Melalui Kegiatan Pengadaan Sarana Air Bersih PT. Angkasa Pura II Bandung, studi deskriptif mengenai program bina lingkungan melalui kegiatan pengadaan sarana air bersih di PT. Angkasa Pura II Bandung”.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Kualitatif, dengan Paradigma *Post Positivistic*. Fokus dalam penelitian ini adalah pada implementasi CSR melalui Kegiatan Pengadaan Sarana Air Bersih PT. Angkasa Pura II (Persero Bandung). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisa kebutuhan masyarakat calon penerima program CSR oleh PT. Angkasa Pura II Bandung, dan untuk mengetahui bagaimana PT. Angkasa Pura II Bandung membangun kepedulian dan peran aktif masyarakat penerima program CSR.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa proses perencanaan program CSR PT. Angkasa Pura II Bandung mengacu pada *need assessment* masyarakat atau hasil dari *social mapping* masyarakat dikecamatan Andir yaitu di 6 Kelurahan sekitar bandara. Upaya yang dilakukan dinas PKBL guna mensosialisasikan program CSR ini yaitu dengan melakukan sosialisasi sebanyak 3 kali dalam sebulan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitian, dimana fokus penelitian yang hendak penulis lakukan adalah pada Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social*

Responsibility, perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian yaitu PT. Bio Farma (Persero).

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Pramita Rachman Tahun 2013 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berjudul “Implementasi Program CSR PT. Bio Farma Persero Melalui Konservasi Penyu Pangumbahan, studi deskriptif mengenai proses komunikasi dalam program CSR Konservasi Penyu Pangumbahan Sukabumi PT. Bio Farma Persero”.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Kualitatif, dengan Metode Deskriptif. Fokus penelitian ini terletak pada implementasi Program CSR PT. Bio Farma (Persero) melalui Konservasi Penyu Pangumbahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai pelaksanaan program CSR Konservasi Penyu pangumbahan, untuk mengetahui interaksi komunikasi yang dilakukan dalam program CSR Konservasi Penyu pangumbahan, dan untuk mengetahui pemaknaan tim kampanye atas program CSR Konservasi Penyu pangumbahan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Program CSR Konservasi Penyu Pangumbahan dilaksanakan berdasarkan tujuan untuk meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap keanekaragaman hayati di Jabar yang hampir punah, keterlibatan karyawan yang terkait juga tinggi dan hal ini dimaknai sebagai hal yang penting.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada subjek penelitian yaitu Program Pelestarian Dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Frianan Zuraida tahun 2014, Tahun 2013 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berjudul “Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” Sebagai Wujud CSR PT.BSD TBK.”.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Kasus dengan fokus penelitian pada pelaksanaan Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” sebagai wujud CSR PT.BSD Tbk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” sebagai wujud CSR PT.BSD Tbk.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa program CSR PT.BSD Tbk. melalui Program Festival Hijau “ Sungai Alirkan Kehidupan” memberi dampak positif bagi perusahaan dan masyarakat BSD CITY dengan terbinanya program dialektika dan hubungan kerjasama yang baik diantara kedua belah pihak. Melalui program ini juga dapat mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan bagi PT.BSD Tbk, dengan tersentuhnya pertumbuhan ekonomi, lingkungan, dan kehidupan masyarakat.

Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus dan objek penelitian, objek penelitian Sdri. Frianan Zuraida terletak pada implementasi program dengan objek Program CSR PT. BSD Tbk, sedangkan objek penelitian yang akan penulis teliti adalah mengenai Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Objek Program CSR PT. Bio Farma (Persero).

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus & Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Ochi Jayanti (2013)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Melalui Sosial Media. Studi Kasus pada program LG <i>Nutri Fridge</i> sebagai kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT LG Electronics Indonesia	Pendekatan: Kualitatif Metode: Studi Kasus, Paradigma : konstruktivisme.	Fokus Penelitian: Bagaimana Implementasi Program LG <i>Nutri Fridge</i> sebagai Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT LG Electronics Indonesia? Tujuan: Untuk mengetahui Implementasi Program LG <i>Nutri Fridge</i> sebagai kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT LG Electronics Indonesia	Latar belakang ide mengenai program LG <i>Nutri Fridge</i> didasari pada Tujuan LG untuk membentuk perilaku sadar gizi di masyarakat. Pemilihan Facebook sebagai media ap <i>Corporate Social Responsibility</i> likasi karena insan media sosial adalah golongan menengah keatas yang lebih mudah menerima edukasi dan diharapkan dapat ikut menyebarkan informasi dan perilaku sadar gizi. Pemahaman CSR menurut PR PT. LG Electronics Indonesia adalah	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dimana objek penelitian penulis adalah PT. Bio Farma (Persero) dan pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini Sdri. Ochi memfokuskan penelitiannya pada latar belakang, pemahaman CSR, dan implementasi CSR, sedangkan penulis lebih terfokus pada Pengelolaan Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> .

				<p>kontribusi dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat untuk membuat masyarakat menjadi lebih baik sesuai dengan visi perusahaan, dengan konsep keberlangsungan komunitas menolong komunitas. Implementasi program LG <i>Nutri Fridge</i> diaplikasikan kedalam sebuah <i>game</i> di <i>fanpage facebook</i> dan pendonasi kulkas dan <i>supply</i> makanan bernutrisi selama 6 bulan ketiga panti asuhan.</p>	
<p>Debby Rachmadiani (2014)</p>	<p>Proses <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan program pembangunan MCK oleh <i>Community Engagement</i> PT. Chevron Pacific Indonesia,</p>	<p>Metode: deskriptif Pendekatan: Kualitatif</p>	<p>Fokus penelitian: Bagaimana <i>Proses Public Relations</i> dalam pelaksanaan program pembangunan mandi cuci kakus (MCK) oleh <i>community engagement</i> PT. Chevron Pacific Indonesia Duri-Riau? Tujuan:</p>	<p>Pada tahap <i>Fact Finding</i> masyarakat Sebang yang masih kekurangan pasokan air bersih membuat team PGPA guna mengabdikan kepada masyarakat, kemudian pada tahap <i>planning</i> program ini</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian yaitu PT. Bio Farma (Persero).</p>

	<p>Studi Deskriptif kualitatif mengenai pembangunan MCK sebagai salah satu kegiatan <i>Community Engagement</i> di PT Chevron Pacific Indonesia Duri- Riau.</p>		<p>Untuk mengetahui Bagaimana Proses <i>Public Relations</i> dalam pelaksanaan program pembangunan mandi cuci kakus (MCK) oleh <i>community engagement</i> PT. Chevron Pacific Indonesia Duri- Riau</p>	<p>fokus kepada perencanaan <i>community engagement</i>, selain membuat MCK tetapi juga memberikan pembelajaran mengenai manfaat air bersih. Pada tahap <i>action and communicating</i> PR berperan cukup aktif, hal ini sangat diperlukan melihat watak masyarakat Sebang yang cukup keras, dan pada tahap evaluasi didapat data bahwa tidak ada kendala yang berarti.</p>	
<p>Ramos Purba (2015)</p>	<p>Implementasi CSR Melalui kegiatan pengadaan sarana air bersih PT. Angkasa Pura II Bandung, studi deskriptif mengenai program bina lingkungan melalui kegiatan pengadaan sarana air</p>	<p>Pendekatan: Kualitatif Paradigma : <i>post positivistic</i></p>	<p>Fokus penelitian: Bagaimana implementasi CSR melalui kegiatan pengadaan sarana air bersih PT. Angkasa Pura II (Persero Bandung)?</p> <p>Tujuan: untuk mengetahui analisa kebutuhan masyarakat calon penerima program CSR oleh PT. Angkasa Pura II Bandung, dan untuk mengetahui bagaimana PT.</p>	<p>Proses perencanaan program CSR PT. Angkasa Pura II Bandung mengacu pada need assessment masyarakat atau hasil dari social mapping masyarakat dikecamatan Andir yaitu di 6 Kelurahan sekitar bandara. Ada beberapa upaya yang dilakukan dinas PKBL guna mensosialisasika</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitian, dimana fokus penelitian yang hendak peneliti lakukan adalah pada Pengelolaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i>, perbedaan</p>

	bersih di PT. Angkasa Pura II Bandung.		Angkasa Pura II Bandung membangun kepedulian dan peran aktif masyarakat penerima program CSR	n program CSR ini yaitu melakukan sosialisasi sebanyak 3 kali dalam sebulan.	selanjutnya terletak pada objek penelitian yaitu PT. Bio Farma (Persero).
Pramita Rachman (2013)	Implementasi Program CSR PT. Bio Farma Persero Melalui Konservasi Penyu Pangubahan, studi deskriptif mengenai proses komunikasi dalam program CSR Konservasi Penyu Pangubahan Sukabumi PT. Bio Farma Persero	Pendekatan: Kualitatif Metode: Deskriptif.	Fokus Penelitian: Bagaimana Implementasi Program CSR PT. Bio Farma (Persero) Melalui Konservasi Penyu Pangubahan?" Tujuan: Untuk mengetahui mengenai pelaksanaan program CSR Konservasi Penyu pangubahan, untuk mengetahui interaksi komunikasi yang dilakukan dalam program CSR Konservasi Penyu pangubahan, dan untuk mengetahui pemaknaan tim kampanye atas program CSR Konservasi Penyu pangubahan.	Program CSR Konservasi Penyu Pangubahan dilaksanakan berdasarkan tujuan untuk meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap keanekaragaman hayati di Jabar yang hampir punah, keterlibatan karyawan yang terkait juga tinggi dan hal ini dimaknai sebagai hal yang penting.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada subjek penelitian dimana subjek penelitian penulis yaitu Program Pelestarian Dan Pengembangan Kawasan Geopark Ciletuh

<p>Frianan Zuraida (2014)</p>	<p>Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” Sebagai Wujud CSR PT BSD TBK.</p>	<p>Pendekatan: Kualitatif Pendekatan: Studi Kasus.</p>	<p>Fokus Penelitian: Bagaimana pelaksanaan Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” Sebagai Wujud CSR PT BSD TBK? Tujuan: untuk mengetahui pelaksanaan Program Festival Hijau BSD CITY “ Sungai Alirkan Kehidupan” sebagai wujud CSR PT.BSD Tbk.</p>	<p>Dari penelitian yang dilakukan pada program CAR PT BSD Tbk. Melalui program Festival Hijau “ Sungai Alirkan Kehidupan” memberi dampak positif bagi perusahaan dan masyarakat dan masyarakat BSF CITY yaitu terbinanya program dialektika dan hubungan kerjasama yang baik diantara kedua belah pihak. Melalui program ini juga dapat mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan bagi PT. BSD Tbk. Dengan tersentuhnya pertumbuhan ekonomi, lingkungan, dan kehidupan masyarakat.</p>	<p>Perbedaan dengan Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus dan objek penelitian, fokus penelitian Sdri. Frianan Zuraida terletak pada implementasi program dengan objek Program CSR PT. BSD Tbk, sedangkan fokus penelitian yang akan penulis teliti adalah mengenai Proses <i>Public Relations</i> pada Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan Objek Program CSR PT. Bio Farma (Persero).</p>
-------------------------------	--	--	---	--	---

Sumber:
Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Pemikiran

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus, dengan menggunakan konsep *corporate social responsibility*, Manajemen *public relations* dan *The four step public relations process* atau yang lebih dikenal dengan proses *public relations*, untuk meneliti Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.5.2.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep yang tengah *trend* baik secara global maupun nasional. Lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasari oleh mobilisasi pergerakan industrialisasi yang sedikit banyak membawa pengaruh terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan sosial masyarakat.

Dampak mobilisasi pergerakan industrialisasi yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersifat negatif baik kepada lingkungan fisik maupun sosial membawa perusahaan untuk memiliki kewajiban bersikap etis dan mempertanggungjawabkannya demi menjaga kestabilan kondisi lingkungan baik sosial maupun alam.

Corporate Social Responsibility (CSR) secara sederhana dipahami sebagai suatu program derma, namun pada dasarnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukanlah suatu kegiatan sederhana yang hanya bersifat filantropi semata, lebih dari itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan

suatu konsep program keberlanjutan yang berperan dalam kemandirian masyarakat dengan salah satu tujuan mencapai stabilitas ekonomi.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjelaskan mengenai upaya korporasi guna membina hubungan harmonis terhadap lingkungan sosial dan alam dengan Prinsip *Golden Rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Mengacu pada Prinsip *Golden Rules*, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip tersebut akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh Lord Holme and Richard Watts yaitu: “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*” Hadi (2014: 46)

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Holme and Richard Watts tersebut dalam Bahasa Indonesia adalah “Komitmen berkelanjutan dari perusahaan bisnis untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas kehidupan para pekerja dan keluarganya juga komunitas dan masyarakat pada umumnya.”

1. Sejarah Perkembangan *Social Responsibility*

Sejarah mencatat lahirnya gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul dikarenakan adanya desakan dari organisasi masyarakat sipil dan jaringannya ditingkat global, desakan ini muncul sebagai akibat dari sikap korporasi yang kala itu melakukan segala cara demi tingginya laba yang

diperoleh dengan semaunya dan tidak etis. “*Social responsibility* salah satunya muncul dari tuntutan *stakeholders*, sebagai akibat bagian dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan” (Hadi, 2014: 48).

Pada awal kemunculannya tanggungjawab sosial dipahami sebagai konsep yang sangat sederhana yaitu hanya berupa program belas kasih dari instansi kepada masyarakat dilingkungan sekitar operasional instansi tersebut saja, hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Hadi bahwa:

“*Social responsibility* pada perkembangan awal tahun 1950 dipahami sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Gema tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dimulai sejak tahun 1960-an saat dimana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari *excess* Perang Dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan” (Hadi, 2014: 49).

Lebih lanjut, Hadi menggambarkan sejarah CSR diawal kemunculannya sebagai berikut:

Pada tahun 1960-an praktik tanggungjawab sosial perusahaan belum didasarkan kepada *community based* dan *tampak negative externalities* yang ditimbulkan. Tanggungjawab sosial (*social responsibility*) lebih didudukan sebagai amal sholeh pemodal, yang muatan dan esensinya lebih karena itikad baik pemodal berkala. Pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi muncul dalam “*The future capitalism*” yang ditulis oleh lester Thurow pada 1966. Tulisan tersebut sesungguhnya merupakan babak awal pergeseran tanggungjawab perusahaan secara lebih maju. Hal itu, ditunjukan dengan orientasi perusahaan ke arah *stakeholders perspective* dan dimasuki pemikiran kedepan tentang pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pra pelaku bisnis (*businessman*) telah secara sadar dan terencana berpikir bagaimana seharusnya melakukan eksploitasi sumberdaya alam dilakukan dengan tetap mempertimbangkan kaidah keselarasan, keserasian dan keseimbangan. Meskipun, hal itu masih dilihat dari perspektif kepentingan pemodal (perusahaan) (Hadi, 2014: 52).

Torms dalam Hadi (2014: 53-54) menjelaskan bahwa seiring dengan berjalannya waktu, *social responsibility* semakin dipahami dan

diimplementasikan tetapi masih dalam konsep *philanthropy* dan juga *Community Development* (CD), pada tahun 1970an, terjadi pergeseran penekanan tanggungjawab sosial dari sektor- sektor produktif kearah sektor- sektor sosial. Oleh karena itu, pada kurun dekade terakhir ini, tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) menjadi bagian penting dan perlu mendapat perhatian khusus.

Lambat laun kesadaran akan implementasi konsep *social responsibility* yang jauh lebih baik kian meningkat, ini dibuktikan karena pada tahun 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dari yang sifatnya hanya *philanthropy* yaitu pemberian bantuan semata menuju *social responsibility* yang bersifat *community development* (CD) dan memiliki fokus terhadap pemberdayaan masyarakat. “Perkembangan *social responsibility* era tahun 1990-an hingga sekarang pada praktiknya diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti: pendekatan integral, pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan *civil society*” (Hadi, 2014: 55).

Hadi (2014: 56) dalam buku *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa satu terobosan besar perkembangan gema tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah dikemukakanya Konsep “ *The Triple Button Line*” oleh Jhon Elkington (1997) yang dimuat dalam buku “ *Canibalts with Forks, the Triple Button Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika suatu perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*.

2. Prinsip- Prinsip *Social Responsibility*

Crowther David mengurai prinsip- prinsip tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*) menjadi tiga, yaitu “(1); *sustainability*; (2) *accountability*; dan (3) *transparency*” (Hadi, 2014: 59)

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Makna yang terkandung dalam penjelasan yang dikemukakan oleh Crowther David ini adalah bawa setiap korporasi tetap harus memperhatikan dan memprediksikan jumlah ketersediaan bahan baku dialam dan juga kondisi alam baik fisik maupun sosial apabila dilakukan eksploitasi berlebihan, hal ini dikarenakan bahaya yang ditimbulkan dari eksploitasi yang dilakukan bukan hanya merugikan masyarakat saja tetapi juga terhadap korporasi. Pada dasarnya *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa depan.

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat digunakan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

Kasali menunjukan bahwa keterbukaan perusahaan atas aktivitas tanggungjawab sosial menentukan respon masyarakat bagi perusahaan.

Crowther david (2008) menyatakan akuntabilitas dan keterbukaan (*disclosure*) memiliki kemanfaatan secara sosial dan ekonomi. Lebih lanjut dinyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan. Agar informasi dan laporan perusahaan sebagai wujud dari akuntabilitas memenuhi kualifikasi, maka akuntabilitas seharusnya mencerminkan karakteristik, antara lain: (1) *understand ability to all parties concerned*; (2) *relevance to the users of the information provided*; (3) *reliability and term of accuracy of measurement, representation of impact and freedom from bias*; and (4) *comparability, wich implies consistency, both over time and between different organisations* (Hadi, 2014: 60).

Transparency hukumnya adalah wajib untuk dilakukan apabila korporasi tidak ingin dicurigai oleh publik eksternal, dengan keterbukaan informasi yang difasilitasi oleh korporasi maka akan meminimalisir isu- isu negatif yang mungkin akan berkembang dimasyarakat. “*Transparency* merupakan suatu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan” (Hadi, 2014:61) .

1.5.2.2 Manajemen Public Relations

Manajemen *Public Relations* merupakan penerapan dari fungsi dasar manajemen yang mengatur penyelenggaraan suatu program hingga tercapainya tujuan dari program tersebut dalam kegiatan *Public Relations*. Mc Elreath mendefinisikan Manajemen PR sebagai berikut:

Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meetings to international satellite link press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house to grassroots political campaigns, from public services announcement to crisis management (Ruslan, 2014: 31).

Definisi Manajemen PR tersebut dalam Bahasa Indonesia berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara *open house* hingga kampanye politik; dan pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

Definisi yang dikemukakan oleh Mc Elreath menggambarkan bahwa Manajemen *Public Relations* memiliki urgensi yang sangat tinggi untuk dipahami dan juga diaplikasikan dalam suatu program komunikasi yang disponsori oleh perusahaan, karena keberhasilan suatu program komunikasi ditentukan oleh berhasil atau tidaknya implementasi Konsep Manajemen *Public Relations* yang dilakukan.

1.5.2.3 The Four Step Public Relations Process

Jenis kegiatan kehumasan yang beragam menjadi tantangan tersendiri bagi para praktisi PR, karena dalam pelaksanaannya akan sering sekali ditemui kendala, praktisi PR dalam hal ini dituntut untuk profesional dan handal juga harus memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah.

Pelaksanakan suatu program kehumasan yang beragam tadi memerlukan suatu acuan yang berfungsi sebagai pedoman atau landasan.

Scott M Cutlip, Allen H. Center mengemukakan bahwa acuan tersebut dinamakan “ proses empat tahapan atau langkah- langkah pokok”. Empat tahapan tersebut adalah “(1.) *Defining Public Realtions Problem*; (2.) *Planning and Programing*; (3.) *Taking Action and Communicating*; (4.) *Evaluating the Program*” (Cutlip, Center, and Broom, 2005: 269).

Mendefinisikan masalah (atau peluang). Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku mereka yang peduli dan terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi . langkah ini memberi landasan bagi semua langkah proses pemecahan masalah lainnya dengan menentukan, “Apa yang sedang terjadi saat ini?”.

Membuat rencana atau program. Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang publik program, tujuan, tindakan, serta strategi, taktik dan tujuan komunikasi. Untuk itu penemuan dari langkah pertama harus dijadikan faktor kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua dari proses ini menjawab pertanyaan “apa yang dapat kita kerjakan?”.

Bertindak dan berkomunikasi. Langkah ketiga mencakup pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik demi mencapai tujuan program. Pertanyaan dalam

langkah ini adalah, “ siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, serta kapan, dimana, dan bagaimana?”.

Mengevaluasi program. Langkah terakhir dari proses ini mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan, dan hasil program. Saat program sedang dilaksanakan, dibuat penyesuaian berdasarkan evaluasi umpan balik tentang bagaimana program berjalan atau tidak berjalan. Program diteruskan atau dihentikan setelah mempelajari “bagaimana kita sekarang, atau dulu?”.

Setiap tahapan yang ada dalam konsep ini sama pentingnya dan tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, karena tiap tahap memiliki hubungan keberlanjutan, oleh karena itu, tahap pertama tidak dapat lompat kepada tahap ketiga tanpa melalui tahap kedua, begitu pula seterusnya.

1.5.2.4 *Community Development*

Community development merupakan suatu program pembangunan yang berkesinambungan yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan masyarakat untuk kualitas hidup yang lebih baik dengan melalui suatu kegiatan pemberdayaan dari potensi yang dimiliki masyarakat guna mencapai kemandirian masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Dunham bahwa:

Organied efforts to improvethethe conditions of community life, and the capacity of the community integration and self directions. Community development seek to work primarity through the enlistment and organization of self- help and coprative efforts on the part of the residents of the community, but usually with technical assistance from government or voluntary organiations (Dunham, 1958: 3).

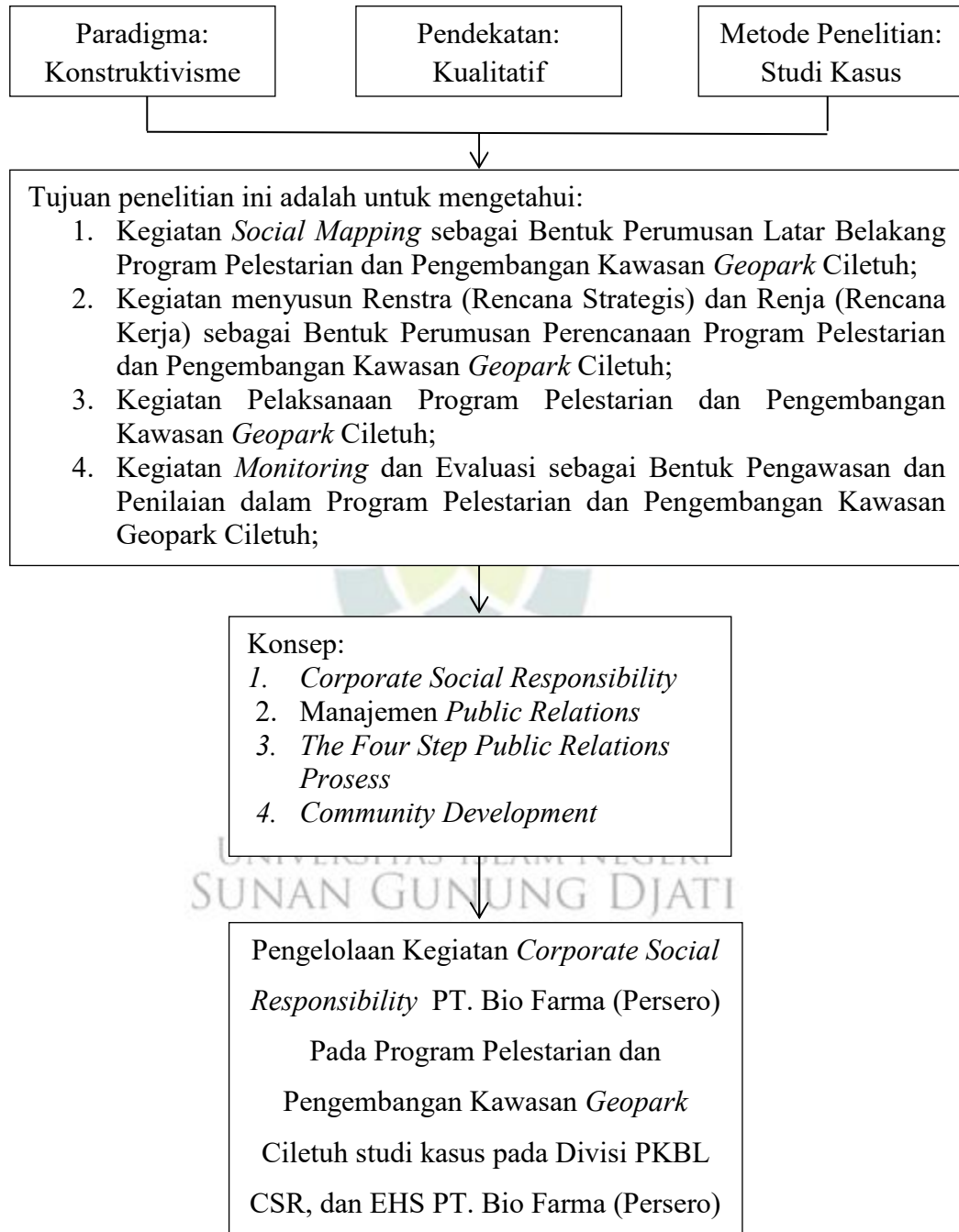
Definisi tersebut berarti pembangunan masyarakat merupakan usaha- usaha yang terorganisasi yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat,

dan memberdayakan masyarakat untuk mampu bersatu dan mengarahkan diri sendiri. Pembangunan masyarakat bekerja terutama melalui peningkatan dari organisasi- organisasi swadaya dan usaha bersama dari individu- individu di dalam masyarakat, akan tetapi biasanya dengan bantuan teknis baik dari pemerintahan maupun organisasi- organisasi sukarela.



1.5.3 Skema Penelitian

Bagan 1.1
Skema Penelitian



Sumber:
Hasil Olahan Peneliti

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bio Farma (Persero) yang berlokasi di Jl. Pasteur No. 28, Bandung 4016. Lokasi penelitian ini dipilih karena di lokasi ini data- data yang dibutuhkan dalam penelitian baik data primer maupun data sekunder dapat penulis peroleh guna menjelaskan bagaimana Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.6.2 Paradigma Penelitian

Paradigma secara sederhana dapat didefinisikan sebagai sudut pandang penelitian yang digunakan untuk memahami kenyataan yang sifatnya rumit dan menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari. Patton mengemukakan bahwa :

Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisnya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif menunjukkan eksistensial atau epistemologis yang panjang, akan tetapi, menurut Patton aspek paradigma inilah yang sekaligus merupakan kekuatan dan kelemahannya (Mulyana, 2001:9).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Paradigma Konstruktivisme. “Konstruktivisme adalah salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri” (Ardianto, 2007:154).

Paradigma konstruktivisme mempunyai pandangan bahwa realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua pemikiran manusia. Max Weber menilai perilaku manusia pada paradigma ini secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia merupakan agen yang mengkonstruksi realitas sosialnya baik melalui

pemberian makna, stimulus yang didapatkan ataupun pemahaman perilaku di lingkungan mereka sendiri (Ardianto, 2007:154).

Makna dari penjelasan yang dikemukakan oleh Ardianto diatas adalah bahwa pemahaman dari suatu fenomena, kejadian, peristiwa dan lain sebagainya pada dasarnya akan dimaknai berbeda oleh setiap orang hal ini berdasarkan hasil dari konstruksi yang dilakukan oleh diri mereka masing- masing, dimana kita tidak dapat menganggap interpretasi dan konstruksi diri kita terhadap suatu fenomena sama dengan orang lain, hal ini dikarenakan perbedaan stimulus dan juga kondisi lingkungan sosial yang dimiliki setiap orang. Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mencapai pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi.

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Fokus Permasalahan yang dikaji oleh peneliti adalah pada bagaimana Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh, peneliti ingin mengetahui bagaimana cara pengelolaan program tersebut yang masuk kedalam kajian Manajemen *Public Relations* dimana data yang ingin penulis peroleh sifatnya berupa eksplanasi yang bersumber dari informan dan bentuknya berupa kata/ gambar dan tidak menekankan pada angka. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus

yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6).

Pendekatan Kualitatif mengharuskan seorang peneliti memiliki kemampuan menganalisa yang tajam dan mendalam, tujuannya agar penelitian yang dilakukan menghasilkan data yang bersifat holistik dan komprehensif, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Ardianto bahwa:

Dalam pendekatan kualitatif analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistika tetapi menggunakan rumus 5W + 1H (*who, What, When, Where, Why, How*) yang paling penting dicermati dalam analisis penelitian kualitatif adalah *why* (analisis lebih dalam atau penafsiran interpretasi lebih dalam ada apa dibalik fakta dan data hasil penelitian itu mengapa bisa menjadi seperti itu) Ardianto (2010:58).

Danim menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif memiliki karakteristik:

(a) ilmu- ilmu lunak; (b) fokus penelitian; kompleks dan luas; (c) holistik dan menyeluruh; (d) subjek dan perspektif emik; (e) penalaran: dialiktik-induktif; (f) basis pengetahuan: makna dan temuan; (g) mengembangkan/membangun teori; (h) sumbangsih tafsiran; (i) komunikasi dan observasi; (j) elemen dasar analisis: kata- kata; (k) interpretasi individu; (l) keuinikan (Ardianto, 2010: 59).

Karakteristik dari pendekatan kualitatif ini pada dasarnya memberikan gambaran bagi para peneliti untuk dapat membedakannya dengan jenis penelitian lain.

1.6.4 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus dipilih karena penulis ingin mengetahui secara menyeluruh mengenai Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Melalui Program Pelestarian Dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh yang lebih mengarah pada pertanyaan *why* (mengapa) dan *how*

(bagaimana), hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Creswell.

Creswell terkait metode penelitian studi kasus mengemukakan bahwa:

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* and *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa- peristiwa yang akan diselidiki, dan bila mana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata. Selain itu, penelitian studi kasus dibagi menjadi tiga tipe yaitu eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif (Creswell, 1998: 36-37).

Mulyana (2001:201) mengungkapkan bahwa metode studi kasus adalah pemaparan komprehensif mengenai berbagai aspek terkait fenomena yang menjadi objek penelitian dari subjek penelitian. Peneliti studi kasus senantiasa berusaha mencari sebanyak mungkin data mengenai objek dari subjek yang diteliti. Metode yang sering digunakan dalam penelitian studi kasus adalah metode wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) survey, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terperinci. Peneliti secara seksama dan dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus khusus.

Proses pengumpulan data yang penulis gunakan seperti yang dikemukakan oleh Mulyana diatas adalah metode wawancara mendalam kepada informan, selain itu penulis juga melakukan pengamatan langsung tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Creswell mengemukakan beberapa karakteristik dari suatu studi kasus diantaranya:

1. Mengidentifikasi “kasus” untuk suatu studi.
2. Kasus tersebut merupakan sebuah “ sistem yang terikat” oleh waktu dan tempat.

3. Studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya untuk memberikan gambaran secara terinci dan mendalam tentang respons dari suatu peristiwa.
4. Menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan “menghabiskan waktu” dalam menggambarkan konteks atau *setting* untuk suatu kasus (Creswell, 1998: 36-37).

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif dengan metode studi kasus ini adalah dari proses wawancara yang penulis lakukan kepada sejumlah informan yang dirasa kredibel dan berkontribusi pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh, artinya data- data lain seperti data statistik, dokumen, arsip, maupun laporan sifatnya hanya sebagai data pendukung tapi tetap memiliki pengaruh yang cukup besar dalam penelitian yang penulis lakukan, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Mulyana.

Pengamatan dan wawancara merupakan metode yang paling utama dalam penelitian studi kasus, data- data lainnya yang didapat pada proses penelitian hanya bersifat data pendukung semata, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Mulyana dalam Buku Metode Penelitian Kualitatif bahwa “Dalam studi kasus, metode terpenting tetap saja bersifat kualitatif, misalnya pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan. Meskipun peneliti juga menggunakan data statistik, data tersebut peneliti gunakan tidak lebih sebagai pelengkap” (Mulyana, 2001: 204).

1.6.4.1 Teknik Pemilihan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. “*Purposive sample* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2009:85).

Pertimbangan disini maksudnya adalah peneliti mempertimbangkan kredibilitas dan keterkaitan individu dengan fokus penelitian yang dimiliki. Informan yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang memiliki kontribusi dalam pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh, yaitu Staf Divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero) dengan kriteria:

- a. Informan adalah seluruh anggota Divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero) yang terlibat secara langsung mulai dari proses awal hingga proses akhir pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.
- b. Informan adalah seluruh anggota Divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero) yang memiliki pemahaman mengenai Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh

1.6.4.2 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan demikian maka jenis data yang digunakan adalah data deskriptif hasil wawancara dan juga observasi dengan narasumber/ informan. Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu:

1. Data mengenai proses pengumpulan fakta dan perumusan masalah yang dilakukan PT. Bio Farma (Persero) dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh

2. Data mengenai proses perencanaan dan pemrograman yang dilakukan PT. Bio Farma (Persero) dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh
3. Data mengenai proses tindakan dan komunikasi yang dilakukan PT. Bio Farma (Persero) dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh
4. Data mengenai proses evaluasi yang dilakukan PT. Bio Farma (Persero) dari penyelenggaraan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.6.4.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data Primer

“Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan” (Bungin, 2001:129). Sumber data primer dalam penelitian ini yang utama adalah Staf Divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero) yang terlibat dalam Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

2. Data Sekunder

“Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder. Data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan pembanding” (Bungin, 2001: 129).

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber pada literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu *Annual Report*,

buku-buku, makalah, berita, penelitian terkait yang relevan dan memiliki kolerasi dengan karya ilmiah ini.

1.6.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Esterberg mendefinisikan wawancara sebagai “suatu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. respon yang ditunjukkan informan, baik dari mimik wajah maupun *gesture* tubuh” (Sugiyono, 2009: 231).

Lincoln dan *Guba* dalam Sanipah Faisal, mengemukakan 7 langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara
- d. Melangsungkan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- f. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Sugiyono, 2009: 235)

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. “Wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan bertatap muka langsung dengan

informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Ardianto, 2010:178).

Teknik wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh informasi secara holistik dari setiap informan hingga datanya menjadi jenuh atau hingga tidak ada lagi hal yang dapat ditanyakan dan informasi dirasa cukup untuk menggambarkan proses pengelolaan yang sebenarnya terjadi secara deskriptif.

2. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan yang menjadi pondasi dari segala ilmu pengetahuan, Nasution menjelaskan urgensi dari observasi yaitu:

Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data pun dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas (Sugiono, 2009: 226).

Observasi (pengamatan) secara langsung di lapangan diterapkan oleh peneliti dalam rangka memperoleh data dan fakta yang ada di lapangan. Peneliti mengamati pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh yang dilakukan oleh Staff divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero).

Jenis observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipatori pasif, yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan guna memperoleh informasi berupa data dan fakta tetapi tidak terjun langsung dalam pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh. Observasi partisipatori pasif dipilih karena kondisi peneliti yang tidak memungkinkan

untuk turut serta dalam pengelolaan program, hal ini dikarenakan struktur organisasi pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh yang sudah terbentuk dan memiliki *ploting* yang jelas. Alasan lain yang mendasari pemilihan observasi partisipatori pasif ini dikarenakan peneliti ingin mendapatkan data dan fakta yang asli dan sesungguhnya sesuai dengan informasi yang bersumber dari pengalaman yang diperoleh objek penelitian yaitu Staff divisi PKBL, CSR dan EHS PT. Bio Farma (Persero).

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan analisis terhadap dokumen- dokumen mengenai subjek penelitian atau yang dibuat sendiri oleh sumber penelitian, Sugiyono mengungkapkan bahwa “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seseorang” (Sugiyono, 2009: 240).

Dokumen yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah *annual report*, dokumentasi kegiatan, foto- foto kegiatan, dan juga literasi terkait masalah yang peneliti angkat, hal ini dilakukan agar data yang penulis himpun dapat membantu penulis dalam mengkonstruksikan makna dari pengelolaan Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

1.6.4.5 Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak awal proses pengumpulan data, saat pelaksanaan pengumpulan data hingga akhir

pengumpulan data, oleh karena itu analisis terhadap data dilakukan secara terus menerus. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel dan dirasa cukup untuk kemudian dianalisis dan dipaparkan dalam hasil penelitian. Model analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles and Huberman . “Aktivitas dalam analisis data berdasarkan Model Miles and Huberman, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification*” (Sugiyono, 2009:246).

1. *Data Reduction*

Data reduction (reduksi data), mereduksi data berarti merangkum, memilih hal- hal yang pokok, memfokuskan kepada hal- hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2009: 247).

Reduksi data yang penulis lakukan adalah dengan cara merangkum data yang telah penulis himpun yang bersumber dari informan maupun data pendukung lainnya seperti berita, laporan, arsip, *annual report* dan lain sebagainya. Data yang telah dirangkum tersebut kemudian dikelompokan sesuai dengan fokus penelitian yaitu Program *corporate social responsibility* Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh.

Data yang telah dirangkum tersebut kemudian dikelompokan sesuai dengan fokus penelitian yaitu Data tersebut kemudian dipahami dan ditelaah, apabila masih terdapat kekurangan, maka penulis harus menghimpun atau mengumpulkan data tambahan yang dapat melengkapi kekurangan data

sebelumnya, tetapi apabila data dirasa telah dapat memenuhi kebutuhan, maka peneliti beralih untuk mencari data selanjutnya yang berkenaan dengan fokus penelitian penulis.

2. *Data Display*

Data Display (Penyajian Data). Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya, yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Data yang sebelumnya telah penulis rangkum, dan kelompokkan sesuai dengan fokus penelitan, selanjutnya dibuat pola- pola tertentu dalam bentuk tabel, bagan, dan sejenisnya agar dapat terlihat korelasi atau hubungan dari tiap data yang telah didapat. Selanjutnya data tersebut yang telah disajikan dalam bentuk tabel, bagan, ataupun sejenisnya diberikan penjelasan yang bersifat naratif, hal tersebut dilakukan agar dapat dipahami hasil dari penelitian yang dilakukan.

3. *Conclusion Drawing*

Conclusion Drawing/ Verification. Adalah proses penarikan kesimpulan, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti- bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Analisis data pada penelitian kualitatif telah dilakukan sejak pada awal dan saat pengumpulan data yang bersumber dari informan maupun data sekunder lainnya, setelah berhasil menemukan pola yang terstruktur dan dapat

dipahami, penulis dapat menarik suatu kesimpulan sementara dari focus penelitian yang penulis lakukan.

Fokus penelitian dikatakan sementara karena sebelum data bersifat jenuh maka penulis masih tetap mencari dan menghimpun data, data- data baru yang mungkin penulis temukan dalam penelitian kemudian membuka potensi adanya perubahan kesimpulan, apabila data telah bersifat jenuh maka penulis sudah dapat menarik kesimpulan final.

1.6.4.6 Jadwal Penelitian

Penelitian Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh ini diawali dengan melakukan penghimpunan data terkait dengan objek penelitian tersebut, membuat proposal dan melakukan konsultasi juga bimbingan dengan dosen pembimbing, yang telah dilakukan sejak Bulan September hingga Desember 2016, proses selanjutnya adalah melaksanakan seminar usulan penelitian, melakukan penyusunan skripsi dan melaksanakan sidang skripsi, yang waktunya telah diproyeksikan didalam tabel berikut ini:

