

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate social responsibility merupakan sebuah tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dalam membantu meningkatkan kualitas masyarakat di lingkungan perusahaan. Perkembangan zaman yang semakin maju dan perubahan yang semakin pesat, menyebabkan perusahaan nasional atau internasional mulai melakukan penggeseran paradigma bisnis. Bisnis tidak hanya dijadikan sebagai usaha mendapatkan *profit*, namun perusahaan sudah mulai memperhatikan tanggung jawab sosial.

Seorang *Public Relations* perusahaan memegang tanggung jawab besar dalam menjalankan peran sosial kepada masyarakat. Masyarakat menjadi objek yang sangat penting bagi perusahaan dan perlu diperhatikan keberadaannya, karena masyarakat dapat dikategorikan sebagai *stakeholder* atau konsumen perusahaan. Perusahaan tidak akan bisa menjalankan bisnisnya tanpa adanya masyarakat. Keterkaitan diantara perusahaan dan masyarakat sangat erat satu sama lain. *Public Relations* menjadi jembatan penghubung diantara perusahaan dengan publiknya. Fungsi dari *Public Relations* sangat kuat dalam menciptakan motivasi dan partisipasi. Menciptakan hubungan dan kepercayaan yang baik antara perusahaan dengan publik internal maupun publik eksternal melalui kerjasama merupakan peran dasar seorang *Public Relations*.

Corporate social responsibility merupakan kegiatan sosial yang di laksanakan

oleh perusahaan secara sukarela tanpa adanya paksaan dari pihak lain, serta sebagai komitmen perusahaan. kegiatan *corporate social responsibility* di laksanakan oleh perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan dan membangun kesejahteraan masyarakat. Perusahaan ingin mencapai kesejahteraan masyarakat agar terus berkembang kearah yang lebih baik, demi keberlanjutan perusahaan juga.

Pengembangan *corporate social responsibility* di sebuah perusahaan regulasi dari pemerintah juga merupakan hal yang penting. *Corporate social responsibility* hadir di Indonesia kerap menguat, terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 yang telah disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat. Dalam UU menyatakan “PT yang bergerak pada bidang yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan (Pasal 74 ayat 1). Peraturann lain yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pada pasal 15 (b) menyatakan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

PT Mandom Indonesia Tbk tergolong perusahaan besar dan bergerak pada bidang kosmetik. Menjadi salah satu perusahaan besar di Indonesia sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Tanggungjawab sosial menjadi fokus perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Empat pilar yang diyakini oleh perusahaan sebagai kunci dalam pembangunan berkelanjutan adalah Ekonomi, Lingkungan, Manusia, dan Tata Kelola.

Perusahaan menaruh perhatian terhadap manusia salah satunya melalui pendidikan di Indonesia. Melihat fenomena yang terjadi di masa ini, banyak sekali para generasi muda yang sudah lulus dari SMA/SMK dan bahkan Universitas yang jika sudah lulus mereka tidak memiliki tujuan atau tidak tahu untuk melamar pekerjaan dimana. Tujuan perusahaan mengadakan program *factory visit* melalui kegiatan Yokoso! Mandom adalah untuk memberikan edukasi kepada para peserta untuk dapat mengenal tentang dunia pekerjaan agar setelah peserta lulus mereka dapat menentukan pekerjaan yang sesuai dengan *passion* nya

Berdasarkan data pra penelitian yang di dapat oleh peneliti melalui situs resmi perusahaan di www.mandom.co.id. PT Mandom Indonesia Tbk ingin memberikan hal positif dan bermanfaat bagi perusahaan maupun lingkungannya. Terbukti dari prinsip yang di pegang oleh PT Mandom Indonesia Tbk yaitu semangat “*Oyakudachi*” dalam menjalankan kinerja perusahaan. *Oyakudachi* yang berarti memberi manfaat bagi perusahaan maupun lingkungan sekitarnya.

Yokoso! Mandom merupakan salah satu program *factory visit* dari kegiatan *corporate social responsibility* yang diadakan oleh PT Mandom Indonesia Tbk. Program *factory visit* ini bagian dari upaya dalam membina hubungan yang harmonis dengan bidang pendidikan serta masyarakat. Arti kata dari Yokoso! Mandom adalah selamat datang. Nama ini diambil karena PT Mandom Indonesia Tbk ingin memberikan sambutan hangat kepada institusi maupun komunitas yang ingin mengetahui dan mengenal lebih dekat mengenai proses kinerja perusahaan. Hal lain yang diberikan dari program *factory visit* ini ialah pengetahuan seputar *grooming*. *Grooming* merupakan sebuah pengetahuan mengenai tata cara dalam

menjaga penampilan dengan baik. Tujuannya ialah untuk mengedukasi para peserta agar dapat menjaga dan memperhatikan penampilannya secara maksimal.

Rangkaian kegiatan yang akan diselenggarakan dalam program Yokoso! Mandom diantaranya yaitu aktivitas belajar mengenai proses bisnis yang dijalani oleh perusahaan dan seputar dunia pekerjaan. Peserta juga diperkenalkan pada divisi yang terdapat di perusahaan, kemudian peserta diberi kesempatan untuk terjun langsung melihat bagaimana proses perusahaan dalam melakukan pengelolaan produknya di pabrik. Tidak sebatas hanya pengetahuan seputar dunia pekerjaan saja, melainkan peserta juga diberikan pengetahuan seputar *grooming* atau tata cara menjaga penampilan. Dalam kegiatan *grooming* peserta diberikan tips untuk mengatur *fashion* mereka ketika melakukan *interview* pekerjaan, dan tips *bermake-up* bagi para peserta wanita. Tujuannya adalah ketika peserta melakukan *interview* di sebuah perusahaan, mereka dapat menginterpretasikan diri mereka melalui penampilannya sebagai kesan pertama yang baik.

Terdaftar 30 institusi dan komunitas pendidikan dan tercatat lebih dari 2.459 peserta yang sudah mengikuti kegiatan *corporate social responsibility* PT Mandom melalui program Yokoso! Mandom. Peserta yang mengikuti program Yokoso! Mandom akan di berikan pembekalan ilmu seputar pengetahuan *grooming*, agar mereka dapat menjaga penampilannya dengan baik. Peserta juga akan diajak untuk mengunjungi pabrik, tujuannya adalah agar peserta dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan produk yang di lakukan oleh perusahaan.

Peserta yang mengikuti program Yokoso! Mandom tidak hanya berasal dari

luar kota melainkan dari luar negeri. Columbia University dan Ryukoku University adalah salah satu universitas asing yang mengikuti program Yokoso! Mandom. Universitas asing yang datang untuk melakukan program Yokoso! Mandom memiliki tujuan yang sama dengan universitas atau sekolah yang ada di Indonesia yaitu untuk mendapatkan pengalaman, ilmu, dan menambah wawasan seputar bisnis yang dijalankan oleh PT Mandom Indonesia Tbk dan dunia pekerjaan.

Berdasarkan hasil pra wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa peserta program Yokoso! Mandom. Menurut Ahmad, pelaksanaan program Yokoso! Mandom berjalan terstruktur dan terarahkan dengan baik. Penyampaian materi yang dibawakan oleh pemateri sangat baik dan jelas, sehingga peserta mudah memahami maksud dan tujuan pemateri mengenai bagaimana proses bisnis yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk, pengetahuan seputar dunia pekerjaan, dan pengetahuan seputar menjaga penampilan. Rundown acara tersusun secara terstruktur dan berjalan dengan baik serta para karyawan yang ramah.

Tirsa mengatakan, bahwa manfaat yang di dapat dari mengikuti program Yokoso! Mandom yaitu, pengetahuan seputar dunia pekerjaan yang dapat di jadikan bekal ketika lulus kuliah nanti. Kegiatan Yokoso! Mandom juga membantu peserta dalam menganalisa tentang prospek kerja yang sesuai dengan jurusannya. Peserta jadi mengetahui tentang seluruh divisi yang ada di PT Mandom Indonesia Tbk beserta tugasnya masing-masing.

Menurut Aroffi, dari program Yokoso! Mandom peserta dapat mengetahui

bagaimana proses pembuatan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Peserta terjun langsung dalam melihat proses pembuatan produk dari tahap awal pembuatan hingga kepada tahap akhir. Rangkaian proses manufaktur dilakukan dengan sangat terstruktur, teliti, rapih dan juga bersih, sehingga kualitas dan kehygienisan dari sebuah produk sangat terjaga. Rasa kepercayaan peserta kepada produk yang diproduksi oleh perusahaan, karena peserta merasa aman menggunakan produk yang dihasilkan PT Mandom Indonesia Tbk.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana *Public Relations* PT Mandom Indonesia Tbk dalam mengimplementasikan kegiatan *corporate social responsibility* melalui program Yokoso! Mandom. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan bagaimana *Public Relations* PT Mandom Indonesia Tbk dalam mengimplementasikan kegiatan *corporate social responsibility* melalui program Yokoso! Mandom. Data yang peneliti peroleh yaitu dari website resmi PT Mandom Indonesia Tbk, berita yang beredar di media sosial, dan wawancara langsung dengan narasumber yang memiliki keterkaitan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan fenomena dari data pra penelitian yang telah di jabarkan pada bagian latar belakang penelitian, maka penulis memfokuskan penelitian mengenai “Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Mandom Indonesia Tbk Melalui Program Yokoso! Mandom” yang beralamat di Jalan MM 2100 Bekasi, Indonesia. Guna mendukung fokus dari penelitian ini, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran proses PT Mandom Indonesia Tbk dalam melakukan perencanaan program Yokoso! Mandom?
2. Bagaimana implementasi/pelaksanaan program Yokoso! Mandom yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk?
3. Bagaimana evaluasi program Yokoso! Mandom yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk?
4. Bagaimana *feedback* program Yokoso! Mandom bagi pihak perusahaan dan peserta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis dengan maksud untuk mengetahui mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Mandom Indonesia Tbk Melalui Program Yokoso! Mandom, berikut tujuan dalam penelitian ini :

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran proses PT Mandom Indonesia Tbk dalam melakukan perencanaan program Yokoso! Mandom.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi/pelaksanaan program Yokoso! Mandom yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk.
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi program Yokoso! Mandom yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk.
4. Untuk mengetahui bagaimana *feedback* program Yokoso! Mandom bagi pihak perusahaan dan peserta.

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan sedikit kontribusi ilmiah bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama prodi kehumasan dalam kajian implementasi *corporate social responsibility*. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi, sumber rujukan, atau dapat memperkaya studi mengenai implementasi *corporate social responsibility* berdasarkan metode deskriptif.

D.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan penjelasan bagi para praktisi, para akademis maupun para pembaca atau masyarakat luas dalam ilmu komunikasi terutama bidang kehumasan, kajian implementasi *corporate social responsibility* sehingga dapat di jadikan referensi bagi kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu

Kajian literatur yang terdapat disebuah penelitian merupakan suatu proses penjabaran studi terdahulu yang peneliti anggap relevan. Proses penjabaran membutuhkan beberapa studi terdahulu sebagai bahan masukan dan bahan perbandingan untuk melakukan penelitian. Tujuan dari di lakukannya kajian literatur ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan atau persamaan dari sebuah penelitian, baik dari penelitian terdahulu atau dari penelitian yang akan di laksanakan. Perbedaan atau persamaan dalam kajian literatur inilah yang akan di jadikan sebagai bahan peneliti megetahui keoriginalitas sebuah penelitian, namun adanya persamaan atau perbedaan di dalam sebuah penelitian merupakan sebuah

hal yang wajar dan dapat disinergikan dalam melengkapi penelitian.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Suci Fuji Lestari, mahasiswa Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2018). Judul penelitian yang diangkat yaitu “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Melalui Program Pemeriksaan Kesehatan dan Donor Darah”. Pendekatan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Pikiran Rakyat yaitu kegiatan pemeriksaan kesehatan dan donor darah yang melalui tiga tahapan. Pertama, tahap sosialisasi atau penyebaran informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan. Proses ini dilakukan melalui media sosial, media digital, dan media cetak. Kedua, tahap pelaksanaan. Proses pelaksanaan di mulai dari pengumpulan peserta, pembukaan program kegiatan, menginputan data diri peserta hingga kepada acara inti yaitu pemeriksaan kesehatan dan donor darah. Ketiga, tahap evaluasi. Tahap ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu, evaluasi sosialisasi program, evaluasi lokasi program, dan evaluasi jumlah peserta donor darah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ghina Dwi Novia, mahasiswa Humas Uin Sunan Gunung Djati Bandung (jurnal 2018). Judul penelitian yang diangkat yaitu “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light* (Studi Deskriptif Pada Bagian Komunikasi Koorporasi) PT Len Industri (Persero)”. Pendekatan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Len Industri (Persero) dalam bantuan

Solar Tree Light melalui tiga tahapan dalam pelaksanaannya. Pertama, perencanaan. Proses ini mengadakan rapat yang dilakukan secara internal, menetapkan tujuan program *Corporate Social Responsibility*, menjalankan operasional proposal, sosialisasi, dan survey. Kedua, implementasi. Proses ini pelaksanaan pemasangan *Solar Tree Light*, serah terima *Solar Tree Light* dan *sharing knowledge*. Ketiga, evaluasi. Proses ini terdiri dari dua tahapan yaitu, monitoring dan evaluasi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Januwardin, mahasiswa Universitas Telkom (jurnal tahun 2015). Judul penelitian yang diangkat yaitu “Peran *Public Relations* dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa”. Pendekatan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran *public relations* di dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* PT Semen Tonasa sangat penting. Komunikasi yang terjalin saat melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* juga dapat mewujudkan visi dan misi dari PT Semen Tonasa. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Semen Tonasa terus dilakukan setiap tahun demi kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Ayu Eka Pertiwi, mahasiswa Universitas Brawijaya Malang (jurnal tahun 2013). Judul penelitian yang diangkat yaitu “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan Budaya Tri Hita Karana”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* terpadu merupakan sebuah usaha perusahaan dalam menjalankan bisnisnya secara

terintegrasi, tujuan perusahaan, keharmonisan dengan masyarakat dan alam, serta tuhan. Sinergi implementasi yang dihasilkan dari *corporate social responsibility* terpadu yaitu implementasi di perusahaan, masyarakat, alam serta hal yang berkaitan dengan ketuhanan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Syifa Saatu Amelia, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung (skripsi 2019). Judul penelitian yang diangkat yaitu “Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PLN Pada Program Bina Lingkungan Bank Sampah Di Kota Bandung: Studi Kasus Pada Humas PT. PLN Persero Unit Induk Distribusi Jawa Barat Dan Banten”. Pendekatan yang digunakan studi kasus kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu pengelolaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT PLN dalam melaksanakan program bank sampah menggunakan empat tahapan diantaranya: pertama, menganalisis situasi, melakukan analisis terhadap lingkungan serta survei lapangan dan sharing dengan beberapa masyarakat. Kedua, perencanaan, pada tahap ini memperkenalkan program bank sampah, menetapkan sistematika dari prosedur bank sampah, menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap, serta membuat sebuah unit bank sampah. Ketiga, implementasi, proses pengimplementasian berdasarkan perencanaan yang telah dibuat. Keempat, evaluasi, mengaudit pelaporan dan mengikuti forum Tanggung Jawab Sosial Lingkungan

E.2 Landasan Teoritis

1) Tahapan Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Hadi (2018:233) menerangkan bahwa tahapan dalam pengimplementasian

corporate social responsibility dengan melalui tiga tahapan sebagai berikut:

(1) Perencanaan

Perencanaan sebagai salah satu langkah awal dalam melaksanakan rencana tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan nilai-nilai inti atau nilai-nilai yang terkandung dalam perusahaan, maka perlu ditetapkan visi, misi, tujuan, sasaran dan strategi dengan memperhatikan kebijakan perusahaan. Apabila perusahaan telah mempertimbangkan semuanya, baru lah masuk pada tahap perencanaan program sebenarnya. Perusahaan perlu merancang sebuah program, membuat sebuah struktur organisasi, menyesuaikan sumber daya manusia ke dalam struktur organisasi berdasarkan kemampuannya, dan menyiapkan dana untuk mendukung keberlangsungan program.

(2) Implementasi

Implementasi merupakan tahap pengaplikasian program yang telah dirumuskan pada perencanaan. Proses pengimplementasian program dilakukan dengan tiga strategi sebagai berikut:

- a. Program sentralisasi, yaitu perencanaan terpusat bahwa rencana tersebut direncanakan dan dilaksanakan oleh perusahaan itu sendiri. Namun dalam proses implementasinya, selama visi dan misi tersebut sama dengan rencana perusahaan, dapat dilaksanakan secara kolaborasi dengan pihak eksternal diantaranya pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan *event organizer*.

- b. Program desentralisasi, yaitu perusahaan berperan sebagai pendukung program, misalnya sebagai donatur dan fasilitator.
- c. *Mixed type*, yaitu perusahaan berkolaborasi dengan pihak eksternal, yang di mana perusahaan dan pihak eksternal berada di dalam setiap proses pelaksanaan program, sehingga pelaksanaan program dapat disebut sebagai partisipatoris.

(3) Evaluasi

Evaluasi rencana sangat penting untuk pencegahan jika terjadi kesalahan atau penyimpangan dalam program, ketidaksesuaian dan ketidakefisienan dalam rencana yang sedang dilaksanakan. Perlu diketahui bahwa, dalam praktiknya banyak kendala dalam melaksanakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Evaluasi sebagai usaha preventif perusahaan dalam meminimalisir kesalahan atau hal yang tidak diinginkan.

Hadi (2011:147) menyatakan bahwa evaluasi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memperoleh hasil masukan bagi perencanaan rencana atau kegiatan yang sedang berjalan, memperoleh berbagai pertimbangan untuk mendukung pengambilan keputusan, apakah rencana tersebut layak untuk dilanjutkan, dan memperoleh hasil survei sebagai masukan untuk perbaikan rencana yang sedang dilaksanakan, Mendapatkan kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan rencana, memperoleh temuan untuk perbaikan, dan mendapatkan saran dan laporan kepada penyandang dana.

2) Teori Kontrak Sosial

Hadi (2018:148) menjelaskan teori ini pertama kali dikemukakan oleh Thomas Hobbes dan John Locke. Teori ini lahir karena adanya hubungan timbal balik dalam kehidupan bermasyarakat, yang menjadikan lingkungan hidup serasi, serasi dan seimbang. Perusahaan atau organisasi adalah sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama dan bekerja sama untuk mencapai tujuan tersebut sebagai bagian dari komunitas yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, perusahaan dan masyarakat saling mempengaruhi. Oleh karena itu, untuk mencapai kesetaraan, kontrak sosial harus di tanda tangani secara terstruktur, tersurat maupun tersirat, untuk mencapai kesepakatan untuk melindungi kepentingan satu sama lain.

Hubungan diantara konsep tahapan implementasi *corporate social responsibility* dengan teori kontrak sosial yaitu, jika di dalam tahapan implementasi *corporate social responsibility* membahas mengenai proses pelaksanaan kegiatan dari awal hingga akhir. Namun, di dalam teori kontrak sosial membahas mengenai efek yang dihasilkan dari kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

E.3 Kerangka Konseptual

1) Implementasi

Implementasi merupakan proses pengaplikasian sebuah program yang sebelumnya telah dirumuskan pada bagian perencanaan. Tahap ini mejadi wujud nyata perusahaan dalam pelaksanaan program. Perlunya kerjasama yang baik untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif agar pelaksanaan program dapat berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Usman (2002:70) menyatakan bahwa implementasi merupakan sebuah tindakan atau aktivitas. Pengimplementasian seluruh tindakan atau aktivitas yang sebelumnya sudah terlebih dahulu dirumuskan, sehingga akan menimbulkan pengaruh terhadap objek selanjutnya dalam meraih sebuah tujuan yang telah ditentukan sebelumnya secara bersama.

2) *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan sebuah wujud dari pertanggung jawaban perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab ini dilakukan demi memberikan kesejahteraan bagi masyarakat, menjaga kelestarian lingkungan, serta mengembangkan pembangunan berkelanjutan. Komitmen dan kontribusi perusahaan dalam lingkungan baik itu lingkup internal maupun eksternal dapat dinilai melalui *corporate social responsibility*.

Crowther David dalam Hadi (2018:79) menerangkan *corporate social responsibility* merupakan salah satu usaha perusahaan dalam menciptakan dan membangun operasi bisnis agar mendapatkan legitimasi masyarakat secara sosial. Tindakan yang dilakukan perusahaan dengan meminimalisir dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan tanpa mengurangi kesuksesan *financial* perusahaan. Tanggung jawab sosial memiliki tiga prinsip sebagai berikut:

- (1) *Sustainability*, prinsip ini menjelaskan perusahaan harus fokus dalam memperhatikan dan memperhitungkan pembangunan berkelanjutan dengan menggunakan secukupnya. Tujuannya agar sumber daya yang digunakan tidak cepat punah dan dapat dipergunakan di masa yang akan datang.
- (2) *Accountability*, prinsip ini menjelaskan perusahaan harus membuat laporan

terkait segala aktivitas atau aksi yang telah dilakukan. Seluruh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tanpa disadari dipengaruhi oleh lingkungan eksternal. Perusahaan perlu membuat laporan mengenai kegiatannya secara jelas dan dapat dipahami oleh masyarakat, kemudian perusahaan juga perlu menggunakan media yang familiar agar mudah diakses oleh masyarakat. Laporan yang dibuat oleh perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

- (3) *Transparancy*, prinsip ini menjelaskan perusahaan harus bersifat terbuka terhadap seluruh informasi. Keterbukaan perusahaan dapat berguna dalam mengurangi kesalahpahaman masyarakat terhadap perusahaan, terutama dalam proses produksi produk.

F. Langkah-Langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT Mandom yang berada di Indonesia, beralamat di Kawasan Industri MM 2100 Blok PP, Jalan Irian, Jatiwangi, Cikarang Barat, Jatiwangi, Kec. Cikarang Barat, Bekasi, Jawa Barat. Penulis memilih lokasi penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana implementasi *corporat social responsibility* yang dilakukan PT Mandom Indonesia Tbk melalui program Yokoso! Mandom.

F.2 Paradigma dan Pendekatan

1) Paradigma

Peneliti memilih dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang bahwa konstruksi sosial adalah hasil yang didapatkan dari suatu

kebenaran realitas sosial yang sifatnya relatif. Paradigma ini juga melihat bahwa setiap individu memiliki fenomena atau pengalaman yang unik, dan cara individu dalam memandang dunia adalah valid serta perlu di hargai.

Paradigma konstruktivisme di pilih dan digunakan karena peneliti ingin mengetahui tentang pemahaman dari informan dalam membantu proses interpretasi pada *implementasi corporate social responsibility* melalui program Yokoso! Mandom. Peneliti melakukan ini sebagai upaya dalam memperoleh data dan informasi yang relevan dengan penelitian ini.

2) Pendekatan

Penelitian ini memilih dan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang berusaha menjelaskan fenomena dengan pemahaman mendalam yang dari sejumlah orang berasal dari masalah sosial. pendekatan kualitatif juga dijadikan sebagai arahan peneliti supaya fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada.

Peneliti akan menjelaskan fenomena dari hasil penelitian dengan mengeksplorasi serta memahami sebuah makna yang dari beberapa orang dianggap berasal dari masalah sosial. Peneliti juga akan menjelaskannya dengan pemahaman mendalam menggunakan kata-kata dan bukan menggunakan angka. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan *implementasi corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT Mandom Indonesia Tbk melalui program Yokoso! Mandom.

F.3 Metode Penelitian

Peneliti memilih dan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis

deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang diteliti sesuai dengan data dan kejadian di lapangan, yang kemudian diolah dan ditarik kesimpulan. Metode analisis deskriptif menginterpretasikan fenomena yang peneliti temukan di lapangan secara apa adanya.

Peneliti memilih dan menggunakan metode ini karena ingin memusatkan perhatian terhadap fenomena yang akan diteliti yaitu tentang implementasi *corporate social responsibility* PT Mandom Indonesia Tbk melalui program Yokoso! mandom, dengan mendeskripsikan fenomena tersebut sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasilnya kemudian diolah dan dianalisis untuk ditarik kesimpulannya.

F.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Data kualitatif dipilih dan digunakan dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi, analisis dokumen, pengambilan foto atau gambar, wawancara, dan lain sebagainya. Berikut data yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini:

- (1) Data dari PT Mandom Indonesia Tbk terkait gambaran proses dalam melakukan perencanaan program Yokoso! Mandom.
- (2) Data dari PT Mandom Indonesia Tbk terkait pelaksanaan program Yokoso! Mandom.
- (3) Data dari PT Mandom Indonesia Tbk terkait evaluasi program Yokoso!

Mandom.

- (4) Data dari PT Mandom dan peserta mengenai *feedback* yang di dapat dari program Yokoso! Mandom?

2) Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder diantaranya:

- (1) Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari PT Mandom Indonesia Tbk beserta pegawai yang berkaitan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility* melalui program Yokoso! Mandom.
- (2) Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain di luar PT Mandom Indonesia Tbk yang mendukung dan berkaitan dengan pelaksanaan program *corporate social responsibility* Yokoso! mandom seperti, artikel, majalah, kliping, dokumen resmi, buletin, buku kehumasan, arsip, dan lain sebagainya.

F.5 Teknik Pemilihan Informan

1) Informan dan Unit Analisis

Peneliti menentukan dan memilih beberapa informan untuk di wawancarai secara mendalam. Informan yang dipilih merupakan seseorang yang peneliti anggap sebagai yang paling tahu dan terjun langsung dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility* Yokoso! Mandom. Peneliti memilih informan untuk mengetahui mengenai bagaimana implementasi *corporate social responsibility* Yokoso! mandom.

2) Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menentukan dan memilih beberapa informan yang peneliti yakini sebagai yang paling tahu dan ikut serta secara langsung dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility* Yokoso! mandom. Peneliti juga menentukan kriteria informan dalam penelitian ini yakni, *corporate secretary* PT Mandom Indonesia Tbk dan peserta dari penerima program yang memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai program *corporate social responsibility* Yokoso! mandom. Peneliti memilih satu orang *corporate secretary* dan dua orang peserta Yokoso! mandom sebagai informan dalam penelitian. Ketiga informan tersebut dirasa cukup untuk melengkapi data dan informasi dalam penelitian.

F.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara Mendalam

Sugiyono (2012:138) menjelaskan wawancara mendalam dilakukan karena untuk melengkapi beberapa data dan informasi yang tidak didapat pada tahap observasi. Wawancara menjadi bagian dari metode penelitian kualitatif. Wawancara juga dapat dijadikan alat untuk mengecek sebuah informasi yang sudah didapatkan sebelumnya. Tujuan dilakukannya wawancara mendalam demi memperoleh sebuah data yang konkret.

Peneliti akan melakukan wawancara dengan *corporate secretary* dan beberapa pihak yang memiliki keterkaitan dengan program *corporate social responsibility* Yokoso! mandom. Informan yang terpilih akan dibrikan beberapa pertanyaan seputar pelaksanaan program *corporate social responsibility* Yokoso! mandom yang telah disiapkan oleh peneliti. Tujuan dari dilakukannya wawancara

ini adalah untuk mendapatkan informasi yang konkret dan detail. Sebelum melakukan wawancara mendalam dengan para informan terpilih, peneliti akan menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu. Pertanyaan yang diajukan peneliti tidak hanya terfokus pada yang telah disusun, namun dapat juga berkembang sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

Wawancara dengan pihak PT Mandom Indonesia Tbk melalui *corporate secretary* dilakukan secara tertulis menggunakan dokumen yang dikirim lewat email. Sedangkan wawancara dengan peserta Yokoso! mandom melalui *video call* via *whatsapp*. Peneliti tidak bisa melakukan wawancara secara langsung di karenakan kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan untuk bertemu.

2) Observasi

Observasi partisipan pasif dapat melihat lebih dekat dan lebih jauh mengenai bagaimana kinerja informan sebagai sumber data di lapangan. Peneliti memilih observasi partisipan pasif dalam penelitian alasannya adalah penelitian yang sedang dilakukan peneliti tidak berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Peneliti hanya mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan PT Mandom Indonesia Tbk.

Peneliti menggunakan observasi partisipan pasif karna aktivitas yang berlangsung hanya dilakukan oleh praktisi *public relations* PT Mandom Indonesia Tbk dan beberapa peserta terkait. Observasi partisipan pasif diharapkan dapat mengetahui bagaimana implementasi program *corporate social responsibility* Yokoso mandom. Alasan lain yang memperkuat peneliti menggunakan observasi partisipan pasif yaitu di masa pandemi covid-19 terjadinya.

F.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mencari, mengumpulkan dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan bahan lainnya yang dapat memudahkan peneliti dalam memberikan informasi kepada orang lain. Mengorganisir data, membuat sintesa, memilih mana yang penting, dan menarik sebuah kesimpulan merupakan fungsi dari analisis data (Sugiyono, 2010:334).

Penelitian menggunakan model Miles dan Huberman karena peneliti merasa model ini tepat sebagai teknik menganalisis data, terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data yaitu :

- 1) Reduksi data, merupakan tahap menyederhanakan data yang telah didapat dari penelitian lapangan. Tahap ini dilakukan agar data dapat menggambarkan tujuan penelitian dengan jelas dan mudah dipahami.
- 2) Penyajian data, merupakan tahap pengelolaan data yang nantinya diubah menjadi data terstruktur dalam bentuk kata-kata sehingga akan mudah untuk ditarik kesimpulan.
- 3) Simpulan, merupakan tahap terakhir yang hanya bisa dilakukan apabila kedua tahap sebelumnya sudah terpenuhi. Kesimpulan yang peneliti sampaikan dalam penelitian ini sifatnya sementara hingga terdapat penelitian yang sifatnya lebih kuat dari penelitian ini (Miles dan Huberman, 2009:16-21).