

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

PT. BIO FARMA DI KAWASAN GEOPARK CILETUH

(Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Tamanjaya Kecamatan

Ciemas Kabupaten Sukabumi)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Mike Aprianti

NIM 15730016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Mike Aprianti

Nomor Induk : 15730016

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 12 Desember 2018

Yang Menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Mike Aprianti

NIM: 15730016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

UIN.02/KP 073/ PP. 09/024/2014

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Mike Aprianti**
Nim : 15730016
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. BIO FARMA DI
KAWASAN GEOPARK CILETUH
(Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten
Sukabumi)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 17 Januari 2019
Pembimbing

Diah Ajeng Purwani, M.Si
NIP : 19790720 200912 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-11/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2019

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. BIO FARMA DI KAWASAN GEOPARK CILETUH (Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MIKE APRIANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 15730016
Telah diujikan pada : Rabu, 26 Desember 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Penguji I

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

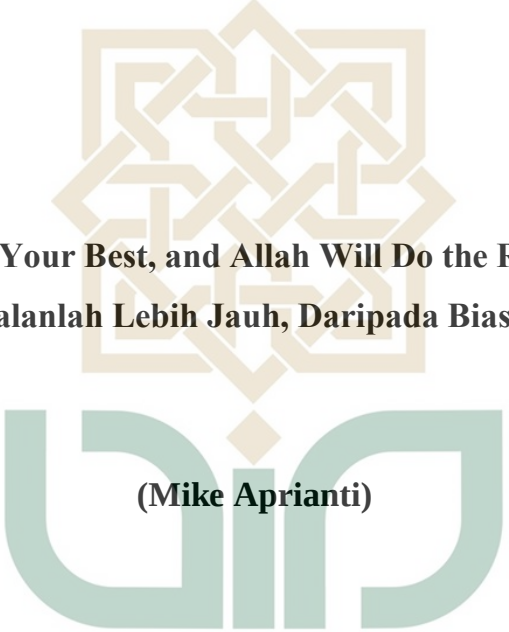
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 Desember 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. M. Samad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO



**“Do Your Best, and Allah Will Do the Rest”
“Berjalanlah Lebih Jauh, Daripada Biasanya”**

(Mike Aprianti)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk
Almamater
Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Keluarga
Ayah dan Mamah, Serta Adik
Tidak lupa rekan-rekan Ilmu Komunikasi 2015

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur marilah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya, kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan selesai, dan sebagai wujud syukur serta rasa terimakasih, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S. Sos. M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M. Si, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.- Si, Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk peneliti dan membimbing peneliti dengan sangat sabar, hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Bapak Drs. Bono Setyo, M. Si, Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah membimbing peneliti.
5. Ibu Drs. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si dan Bapak Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si, Selaku Dosen penguji sidang munaqosayah, yang sudah memberikan arahan dan masukannya sehingga tugas akhir ini lebih baik lagi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dengan peneliti, semoga ilmu yang di berikan dapat bermanfaat bagi peneliti dan menjadi jembatan amal untuk menuju surga-Nya.
7. Keluarga tercinta, Ayah dan mamah (Bapak Uhen dan Ibu Caswati), dan Adik (Fitri Liana), serta keluarga besar Raksajaya yang sudah memberikan dukungan lewat doa, semangat, moral dan materil dengan ikhlas, hingga peneliti bisa menyelesaikan kuliah dan tugas akhir ini dengan limpahan kasih sayang dari kalian.
8. Bapak Hafidz, Bapak Endang, dan Bapak Asep serta Ibu Ucu, sebagai Informan yang sudah meluangkan waktunya agar peneliti bisa mendapatkan data untuk isi skripsi ini.
9. Sdra. Muhammad Ali Taofiq dan Sdri. Saidaturohmah, sebagai rekan yang sudah banyak mensupport, meluangkan waktu dan tenaganya, membantu peneliti dalam melengkapi data untuk penelitian ini.

10. Tresna, Aulia, Ocha, keluarga pertama yang peneliti kenal di perantauan, terimakasih sudah selalu menjadi rumah untuk ku pulang.
11. Untari, Isti, Ndut, terimakasih sudah membantu mengkoreksi tulisan peneliti, hingga menjadi lebih baik lagi.
12. Wama, Ayu, Leli, Hana, Teh Suri, Kak Cut dan keluarga kos Bunena, yang sudah menjadi tempat maha luas, ketika semuanya terasa begitu sempit.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015 UIN Sunan Kalijaga, dan seluruh pihak yang berkontribusi membantu peneliti dari awal hingga akhir pembuatan skripsi ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari skripsi ini tentu masih jauh dari sempurna, dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun akan sangat membantu untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Amin

Yogyakarta, 12 Desember 2018

Penyusun,

Mike Aprianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ixx
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAC	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Telaah pustaka.....	9
F. Landasan Teori.....	14
G. Kerangka Pemikiran	26
H. Metodologi Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM	37
A. PT. Bio Farma	37
B. <i>Geopark</i> Ciletuh-Palabuhanratu	43

C. <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bio Farma (Persero) ..	50
D. Pofil Informan	56
BAB III PEMBAHASAN	58
A. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Bio Farma di Kawasan <i>Geopark</i> Ciletuh.....	58
1. Tahap Perencanaan CSR PT. Bio Farma	59
2. Tahap Pelaksanaan/ Implementasi CSR PT.Bio Farma .	69
3. Tahap Evaluasi CSR PT. Bio Farma.....	94
4. Tahap Pelaporan CSR PT.Bio Farma.....	103
BAB IV PENUTUP	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	112

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Bagan 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 1 Logo PT. Bio Farma (Persero)	42
Gambar 2 STIE MAP of Ciletuh Palabuhanratu Geopark.....	48
Bagan 2 Mitra Kerja PT. Bio Farma dan Komunitas PAPSI.....	70
Gambar 3 Kegiatan Sosialisasi	87
Gambar 4 Program CSR 3.0 PT. Bio Farma	88
Gambar 5 Grafik Kunjungan Wisata Geopark Ciletuh	90



ABSTRACT

Environmental damage is not an impossible thing to be happen, This statement reflects how important education and society knowledge on conservation. Educational conservation activities are an act which is needed to be done by the government or corporation. Corporate Social Responsibility (CSR) was created as one of the programs to answer the company's involvement in encouraging economic progress and development by considering environment. The implementation of CSR is applied as a goal to improve community welfare by developing a triple bottom line corridor that includes social, economic, and environment. This study used descriptive qualitative method, and in gathering the data the researcher used interview, observtion, and documentation with triangulation methods as a way to check the validity of the interpretation data.

As the result of the study, it can be seen that PT Bio Farma as one of the State-Owned Enterprises (BUMN) that implement a corporate social responsibility program in CiletuhGeopark area, especially in Tamanjaya Village, Ciemas District, Sukabumi Regency, by cooperating with the PAPSI community as work partners. The CSR program focuses on three aspects, namely aspects of conservation, aspects of education, and aspects of developing local values through tourism activities. The CSR program which is implemented is CSR 3.0 category. The benefits of the program can be realized by the community as well as corporations. It can be seen from community's awareness on the importance of conservation, and the society who start to change their profession from gold manner to be an active tour guide. By the existence of structured publication which is done by the public relations of PT. Bio Farma, Geopark Ciletuh area has been known by the wider community as a world-class tourism place.

Key word: Corporate Sosial Responsibility (CSR), CSR Implementation, Geopark.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah negara kesatuan yang dikenal memiliki beragam kekayaan alam, budaya, dan iklim tropis yang mengakibatkan tanahnya menjadi subur. Kekayaan alam yang kini menjadi pusat perhatian banyak orang, mampu memberikan peluang besar untuk mengembangkan pariwisata. Dengan adanya perhatian pada lingkungan sekitar diharapkan hutan-hutan yang dimiliki Indonesia mampu menjadi paru-paru dunia.

Lingkungan dapat dikatakan sebagai hal yang sangat dekat dengan kehidupan manusia, yang jika di kelola dengan baik dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mampu melihat dan mengembangkan aset tersebut untuk peningkatan kesejahteraan rakyat, akibat adanya kerusakan lingkungan. Salah satunya yang terjadi di kawasan *Geopark* Ciletuh. Kerusakan lingkungan terjadi karena adanya penambangan emas secara liar yang diakibatkan dari kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya konservasi.

Sejumlah langkah besar yang dilakukan oleh badan dunia Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) dari seharusnya bagaimana pengembangan diintegrasikan antara ekonomi, ekologi dan sosial yang didasarkan pada tata pemerintah yang baik (*good*

governance), maka perlunya menggerakkan pengembangan yang bertanggung jawab terhadap perusahaan atau korporasi dengan menghadirkan CSR yang diharapkan mampu menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dengan kesejahteraan masyarakat melalui upaya dari program-program yang ada. (Wardhani et.al, 2011: 133-136).

Kesejahteraan masyarakat dapat hadir dan tercipta dari adanya kerjasama antara pemerintah dan juga korporasi sebagai lembaga yang turut andil dalam pengembangan *community development* yang dibangun karena adanya hubungan komunikasi yang baik. Komunikasi merupakan sebuah pemikiran atau gagasan untuk saling ditukarkan sebagai bentuk penyampaian informasi (Littlejohn, 2008: 5). Implementasi program CSR adalah salah satu pilihan yang tepat, guna menciptakan pemberdayaan masyarakat sebagai katalisator kesejahteraan masyarakat dengan melihat identifikasi, perencanaan dan pengujian kerangka kerja perusahaan. Dalam hal ini komunikasi menjadi salah satu hal yang paling mendasar dalam setiap aktivitas perusahaan, kegiatan dan keberhasilan perusahaan akan bergantung pada komunikasi yang dilakukan baik dengan pihak internal dan eksternal perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu rancangan kerja yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan atau instansi terkait dengan pelaksanaannya yang berdasar pada UUPT No. 40 tahun 2007. Penjelasan yang diterangkan dalam UU tersebut yaitu tentang, adanya peranan dari setiap industri dan

korporasi, yang mampu mendorong kemajuan perkembangan ekonomi dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup.

CSR menjadi sebuah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, yang beroperasi secara legal dan memiliki kontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarga, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR ini melibatkan tanggung jawab sosial dan tanggung jawab kemitraan yang tercipta antara pemerintah, perusahaan dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis. (Anatan, 2009: 1).

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan sebuah sistem sosial yang berdasar pada cara hidup dan hubungan kemanusiaan yang terjalin antara sesama umat dimuka bumi. Konsep CSR dalam Islam lebih menjurus kepada pendekatan rohani, yang menekannya pada bagian tanggung jawab sosial. Hal tersebut disebutkan dalam Al-Quran surat *Al-Maidah* ayat 2 dan surat *At-Taubah* ayat 103 :

إِنَّ اللَّهَ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَلَا تَعَاوُنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۖ قُوۡىٰ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (*Q.S Al-Maidah* ayat 2).

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ
سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan

mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”(Q.S Taubah 9: 103).

Pada ayat di atas dijelaskan mengenai sifat tolong menolong dan pentingnya membayar zakat, dalam konteks perusahaan tolong menolong dan membayar zakat didapatkan dari pendapatan perdagangan perusahaan, hal tersebut dapat dikategorikan dengan melakukan kegiatan CSR, Program CSR dapat memperhatikan lingkungan dengan mempunyai cita yang baik dengan memberikan atau menciptakan suatu hal yang berpedoman kepada keadilan, baik keadilan yang bersifat sosial maupun keadilan yang bersifat lingkungan.

Program CSR biasanya dijadikan sebagai suatu wujud partisipasi dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar, dengan mengembangkan koridor *Triple Bottom Line* yang mencakup sosial, ekonomi dan lingkungan. Dalam penerapan program CSR agar tercipta secara efektif maka dibutuhkan strategi komunikasi yang baik yang harus dibangun oleh perusahaan. Strategi komunikasi merupakan bagian dari langkah awal yang disusun guna menciptakan hasil yang sesuai dengan tujuan demi mencapai target khalayak berdasarkan dengan kebutuhan perusahaan. Salah satu bentuk strategi komunikasi bisa dilakukan dengan adanya keterlibatan *public relations* sebagai bagian dari perusahaan yang turut andil dalam menentukan khalayak sehingga nantinya, akan disesuaikan dengan jenis pesan

atau program seperti apa yang akan di terapkan pada lingkungan dimana program CSR diterapkan.

PT. Bio Farma salah satu perusahaan BUMN produsen vaksin terbesar di Asia Tenggara, memiliki program CSR yang salah satunya dibuat untuk diterapkan pada kawasan pariwisata taman bumi atau *Geopark* Ciletuh yang ada di Kabupaten Sukabumi, berlokasi di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas. *Geopark*, *Geotourism*, *Geoconsercation* atau taman bumi adalah strategi manajemen *Geoheritage* berbasis pada ide bahwa sumber geologi memiliki nilai yang tinggi terhadap edukasi keilmuan dan pariwisata serta resiko ancaman kerusakan dari aktivitas manusia (Murray Gray, 2008: 287-298). Pengembangan *Geopark* menjadi penting, selain untuk menjaga kelestarian alam yang terdapat di kawasan ini, juga selaras dengan misi Provinsi Jawa Barat menjadi tujuan wisata dunia dan menuju *green province*.

Program CSR merupakan sebuah investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi resiko sosial, dan memiliki fungsi sebagai sebuah ajang untuk meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh PT. Bio Farma terhitung sejak tahun 2013 di kawasan *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu. Program CSR PT. Bio Farma mengacu pada ISO 26000:2010 sehingga *Guideline for Social Responsibility* (Pedoman Tanggung Jawab Sosial).

Bentuk kerjasama yang sedang dibangun oleh PT. Bio Farma dalam menjalin kerjasama berbagai pihak terkait dan masyarakat melalui pendekatan empat pilar utama yaitu program

kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan hidup. (Annisa 2015: 143). Pendekatan komunikasi persuasif dilakukan untuk mengajak dan membujuk orang lain (masyarakat) pada tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai dengan tujuan tanpa adanya unsur paksaan, hal ini yang menjadi bentuk nyata kepedulian dan kontribusi pengembangan yang diwujudkan oleh PT. Bio Farma di kawasan *Geopark* Ciletuh yang memiliki fokus pada pengembangan masyarakat.

Keberhasilan dan prestasi yang berhasil diraih oleh *Geopark* Ciletuh harus menjadi perhatian banyak pihak, agar sama-sama memiliki keinginan untuk menjaga dalam mengelola kawasan, terlebih mempertahankan prestasi yang sudah dipegang akan butuh usaha yang lebih gigih. Mengingat dibalik kesuksesannya meraih penghargaan UNESCO Global *Geoprak* (UGG). UNESCO Global *Geopark* adalah wilayah geografis tunggal dan bersatu di mana situs dan *landscape* dengan signifikansi geologi internasional di kelola dengan konsep holistik perlindungan, pendidikan dan pembangunan berkelanjutan (Sharman, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian Tim peneliti kajian awal kawasan *Geopark* Ciletuh tahun 2015, permasalahan yang pernah muncul terkait keberadaan sumber daya alam hayati di kawasan *Geopark* Ciletuh yang terancam dengan adanya kerusakan hutan, yang diakibatkan oleh adanya penambangan emas secara liar yang dilakukan oleh masyarakat setempat, dan penambangan pasir liar yang dilakukan oleh perusahaan atau oknum-oknum yang tidak

bertanggung jawab, sehingga berdampak pada kepunahan spesies prioritas juga dapat memberikan efek buruk pada kerusakan cagar alam geologi di kawasan *Geopark* dan kelestarian lingkungannya. Oleh karena itu, peneliti akan mengadakan penelitian untuk mengkaji serta membahas tentang implementasi program CSR PT. Bio Farma di kawasan *Geopark* Ciletuh yang diterapkan di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi program CSR PT. Bio Farma di kawasan *Geopark* Ciletuh dan dampak dari adanya impementasi CSR di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi?

C. Tujuan penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan program CSR PT. Bio Farma yang ada di kawasan *Geopark* Ciletuh dan dampaknya bagi masyarakat di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi ?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian dan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat akademik
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan tentang implementasi program CSR.
 - b. Penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu sosial pada umumnya dan Ilmu Komunikasi (*Public Relations*) pada khususnya.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan bagi penelitian-penelitian serupa selanjutnya dengan tema yang sama.
2. Manfaat praktis
 - a. Menjadikan bahan masukan bagi perusahaan PT. Bio Farma dalam mengevaluasi program kerja *Public Relations*.
 - b. Sebagai data bagi perusahaan PT. Bio Farma yang sifatnya aplikatif
 - c. Sebagai salah satu contoh pemberdayaan masyarakat melalui program CSR perusahaan.

E. Telaah pustaka

Setelah melakukan beberapa kajian pustaka, sudah ada beberapa penelitian yang membahas tentang kawasan *Geopark* Ciletuh, terutama penelitian di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi. Namun demikian, penelitian mengenai CSR PT. Bio Farma dalam meningkatkan sumber daya manusia sejauh penelusuran peneliti belum diangkat pada dataran penelitian. Berikut ini beberapa pustaka serta relevan dengan penelitian yang akan dilakukan diantaranya adalah:

Pertama, Jurnal manajemen *Resort dan Leisure* Vol.13, No.1 Tahun 2016, yang berjudul Pengembangan *Geopark* Ciletuh Berbasis Partisipasi Masyarakat Sebagai Kawasan Geowisata Di Kabupaten Sukabumi, jurnal yang ditulis oleh Upi Supriatna dan Ilham Mohammad Saputra, mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program studi Manajemen *Resort dan Leisure*, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode Miles & Huberman sebagai teknik data untuk memilih data yang dikumpulkan peneliti melalui informan dengan menggunakan cara *purposive sampling*.

Fokus penelitian ada pada pengembangan kawasan yang berdasar pada partisipasi masyarakat dikawasan *Geopark* Ciletuh dan juga perkembangan tiap potensi wisata, selain itu dalam penelitian ini diterangkan pengembangan dan pengelolaan geowisata di kawasan wisata yang dijalankan oleh masyarakat atau *community Based Tourism (CBT)* memiliki 5 aspek yang

berjalan diantaranya ekonomi, sosial, budaya, lingkungan dan politik.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Upi Supriatna dan Ilham Mohammad Saputra yaitu kurangnya kerja sama antara masyarakat dan pemerintah daerah sebagai pemangku kebijakan yang bergerak kurang cepat dalam pengembangan kawasan, selain itu zonasi kawasan yang belum tersedia menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan kawasan, selain salah satu syarat adanya *Geopark* adalah tersedianya zona untuk pengembangan yang menunjang perekonomian masyarakat secara langsung menjadi kunci pelaksanaan dan pengelolaan dikawasan *Geopark* Ciletuh. (Supriatna, Upi, 2016)

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Upi Supriatna dan Ilham Mohammad Saputra dengan penelitian yang akan diteliti, terletak pada subjek penelitian yaitu sama-sama membahas kawasan *Geopark* Ciletuh Sukabumi, dengan metode yang sama yaitu deskriptif kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada fokus tulisan dimana yang dibahas pada penelitian ini berfokus pada pengembangan kawasannya yang berdasar pada partisipasi masyarakat sedangkan yang akan diteliti yaitu berfokus pada implementasi CSR PT. Bio Farma dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Kedua, jurnal Sosiotekonologi Vol.14, No.2 Tahun 2015, yang berjudul *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility Di Desa Sukamulya Kabupaten Sukabumi*. Jurnal yang ditulis oleh Annisa Nurbaetya, Rina Ratnasih dan Hikmat

Ramdan, mahasiswa Sekolah Ilmu dan Teknologi Hayati (SITH), Institut Teknologi Bandung, Fakultas Studi Biomanajemen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode kerja dalam penelitiannya yaitu dibagi ke dalam dua tahap, yaitu tahap evaluasi menggunakan kerangka konseptual dengan analisis deskriptif serta rekomendasi teknis dan tahap penyusunan rekomendasi strategi menggunakan analisis SWOT. Fokus dan tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis program CSR PT. Bio Farma berdasarkan observasi di lapangan dan merekomendasikan strategi yang tepat sasaran dan tujuan dalam mengimplementasikan CSR di Desa Sukamulya Sukabumi.

Hasil dari penelitian ini berdasar pada kerangka konseptual 12 dari 17 kriteria telah dipenuhi dengan hasil yang memuaskan. Berdasarkan hasil tersebut strategi pengembangan yang dapat diterapkan yaitu, mengembangkan pertanian yang terintegritas dengan budidaya ikan koi, meningkatkan produktivitas budidaya ikan koi dan membuka lapangan kerja baru berdasarkan potensi desa yang ada dibidang pertanian dan perikanan (Annisa Nurbaetya et.al, 2015: 141-143).

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Annisa Nurbaetya dkk, dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sama-sama membahas implementasi dari program CSR PT. Bio Farma dengan metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Akan tetapi perbedaan dari penelitian ini terletak pada subjek penelitian dimana pada penelitian yang diteliti oleh Annisa

Nurbaetya dkk berfokus pada budi daya ikan di Desa Sukamulya Kabupaten Sukabumi. Sedangkan subjek penelitian yang akan peneliti teliti adalah tentang pengembangan sumber daya manusia di kawasan *geoprak* Ciletuh Sukabumi.

Ketiga, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.11, No.1 2014, yang berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Jurnal yang ditulis oleh Dian Rhesa Rahmayanti, mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Penelitian yang telah ditulis oleh peneliti Dian Rhesa Rahmayanti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara mendalam (*in-deph interview*), observasi atau pengamatan langsung, dokumentasi dan studi pustaka. Fokus lokasi penelitian adalah Kantor Daerah operasional (Daop) 6 Yogyakarta yang berada di Jl. Lempuyangan No. 1 Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini mengetahui implementasi program CSR oleh PT KAI (persero). Jenis penelitian tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan tetapi lebih mengutamakan gambaran dan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi tertentu bisa terjadi. Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT KAI bervariasi dan responsif terutama untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Secara konseptual implementasi CSR PT KAI persero masih menggunakan konsep

responsibility atau mengutamakan nilai etika dan moral. (Rahmayanti, 2015)

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Dian Rhesa Rahmayanti dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama membahas implementasi *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan studi deskriptif kualitatif dan metode penelitian yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dian Rhesa berfokus pada program CSR PT KAI di Doap 6 Yogyakarta, sedangkan objek penelitian yang akan diteliti adalah program CSR PT. Bio Farma di Kawasan *Geopark* Ciletuh Sukabumi.

Keempat, Skripsi yang berjudul Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina Terminal BBM Rewulu Di Kelompok Jamu Dusun Watu, Desa Argomulyo, Sedayu, Bantul, Yogyakarta. Skripsi yang ditulis oleh Halimah Tusa'diah yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian yang dilakukan oleh Halimah Tusa'diah adalah penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menggunakan pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil daripada penelitian ini adalah bahwa implementasi program CSR yang diterapkan oleh PT Pertamina Terminal BBM Rewulu dilaksanakan melalui tiga tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi yang

mengacu pada strategi *community development* yang menjelaskan bahwa adanya program CSR ini memberikan dampak positif pada pendapatan anggota kelompok jamu JHM. (Haliman, 2017).

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Halimah Tusa'diah dengan penelitian yang akan diteliti adalah terletak pada objek penelitian yang sama-sama membahas tentang Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*, dengan menggunakan metode deskripsif kualitatif. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian dimana pada penelitian yang diteliti oleh Halimah Tusa'diah adalah program CSR PT Pertamina Terminal di Dusun Watu Desa Argomulyo, Kecamatan Sedaya Bantul Yogyakarta, sedangkan penelitian yang diteliti adalah program CSR PT. Bio Farma di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi Jawa Barat.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa inggris *communications* berasal dari kata latin *communicare/catio* yang bermakna membagi suatu dengan orang lain, artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sedangkan secara terminologi para ahli memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing diantaranya Danil Vardiansyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara

istilah yang dikemukakan para ahli menurut Jenis & Kelly, yang menyebutkan bahwa komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak). (Verdiansayh, 2008: 25-26)

Selain itu Deddy Mulyana juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli anantara lain :

- a. Theodore M.Newcomb, komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber kepada penerima.
- b. Carl.I.Hovland, komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).
- c. Evertt M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (*human communications*) orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1)

membangun hubungan antar sesama manusia, (2) melalui pertukaran informasi, (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Hafied, 2011: 18-19).

2. *Public relations*

Perkembangan *Public relations* di Indonesia saat ini sudah sampai bukan hanya pada ranah bisnis saja, akan tetapi pada sektor politik, sosial maupun budaya. sejarah perkembangan ini tentu dipengaruhi oleh banyak faktor, dan bahkan tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga diberbagai negara.

Faktor-faktor yang sering mempengaruhi praktik *Public relations* adalah yang memiliki kaitannya dengan ideologi politik, sistem ekonomi atau tahap perkembangan pembangunan ekonomi, tingkat aktivitas penduduk, budaya masyarakat dan sistem budaya media di suatu negara.

Elizabeth Toth (1992) telah membagi pendekatan dalam studi *Public Relations*, dimana terdapat tiga bagian yaitu pendekatan retorik (*rhetorical approach*), pendekatan sistem (*system approaches*), serta pendekatan kritisal (*critical approach*). pada pendekatan *rhetoric* ini, posisi *Public relations* sebagai alat atau mekanisme yang dapat dipergunakan oleh organisasi atau instansi untuk membujuk atau mempersuasi pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dengan perusahaan (publik). Fokus

perhatiannya terletak pada penggunaan wacana (*discourse*) untuk membujuk kalangan pihak berkepentingan (*stakeholders*).

Public relations merupakan kegiatan komunikasi dengan publik. Selain seorang *Public relations* harus memiliki nilai seni berkomunikasi yang tinggi, dan kemampuan untuk membuat keputusan dengan memperhatikan cara sebaik mungkin. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalah pahaman yang mengakibatkan kerugian oleh semua pihak. Berdasarkan pengertiannya, Frank Jefnis memberikan pemahaman tentang *Public relations* yaitu :

“sebagai suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkns, 1992:9)”.

Berdasarkan definisi tersebut kegiatan yang dilakukan oleh praktisi *Public relations* antara lain untuk :

- a. Memperkenalkan perusahaan atau organisasi kepada khalayak luas melalui kerja sama yang dilakukan dengan media massa (Perss).
- b. Menciptakan hubungan yang baik dengan semua pihak internal maupun pihak eksternal melalui komunikasi yang mereka lakukan.

- c. Meyakinkan khalayak bahwa perusahaan atau organisasi layak untuk dipercaya karena kemampuan perusahaan atau organisasi dalam menghadapi permasalahan atau krisis.

Sehingga secara spesifik tujuan dari pekerjaan praktisi *Public relations* tersebut adalah untuk membangun reputasi dan citra perusahaan, serta untuk menjembatani hubungan komunikasi antara organisasi dengan lingkungannya dan *manual benefit relationship*, yaitu *Public relations* harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan melalui tanggung jawab sosial dan diaplikasikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara perusahaan dan publiknya (Budi, 2005:4).

3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kemunculan inteleransi antara perusahaan dan masyarakat berkembang sejalan dengan adanya tanggung jawab sosial, yang timbul akibat adanya dampak dari perkembangan dan peradaban masyarakat. *Coprorate Socal Responsibility* (CSR) adalah kebutuhan perusahaan yang secara tidak langsung harus mampu diimplementasikan untuk kesejahteraan masyarakat, baik masyarakat di sekitar perusahaan berada maupun masyarakat pada umumnya. Bowen (1953), Frederick (1960) dan McGuire (1963) mendefinisikan CSR sebagai :

Kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat, tanggung jawab sosial yang bertujuan mengawasi harus mampu memenuhi harapan publik, dengan adanya peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi secara keseluruhan disamping untuk menjadikan setiap korporasi yang bertanggung jawab secara hukum, dan juga memiliki tanggung jawab tertentu kepada masyarakat.

Dari definisi di atas singkatnya dapat dijelaskan bahwa dalam tanggung jawab sosial harus mengakui adanya keintiman hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dan menyadari bahwa hubungan tersebut terkait dengan adanya tujuan-tujuan. Dalam hubungan ini setiap korporasi harus mampu memaksimalkan dua sisi yang berbeda yaitu keuntungan dan juga utilitas, yang secara tidak langsung menyatakan bahwa, korporasi memiliki tanggung jawab terhadap ekonomi, hukum dan juga tanggung jawab sosial kepada masyarakatnya. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan. (Mardikanto, 2014: 127)

Dalam setiap perusahaan perencanaan program menjadi penting karena dapat dijadikan sebagai perencanaan, implementasi pelaksanaan program

(Wibisono, 2007). Ada beberapa strategi perencanaan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Menetapkan visi, visi dianggap landasan filosofis operasional suatu entitas dengan tidak memandang jenis entitasnya.
 - b. Menetapkan misi, misi disini merupakan penjabaran secara lebih operasional dari visi sehingga, misi tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dijadikan sebagai jembatan informasi tentang misi perusahaan, dan menjadi pijakan untuk dapat merumuskan tanggung jawab sosial (*social responsibility*).
 - c. Menetapkan tujuan, tujuan merupakan *scope* atau hasil akhir (*result*) yang dicapai perusahaan sebagaimana tertuang dalam perencanaan.
 - d. Menetapkan target, keberadaan target dijadikan sebagai acuan dari bagaian pengawasan dan evaluasi secara melekat dari tindakan jangka waktu yang lebih lama.
 - e. Mempertimbangkan kebijakan.
4. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi berasal dari bahasan latin yaitu *to Implement* yang memiliki arti mengimplementasikan. Implementasi adalah memahami apa yang terjadi secara nyata, setelah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan, baik yang mencakup usaha-usaha untuk

mengadministrasikan maupun yang menimbulkan dampak nyata bagi masyarakat (Widodo, 2001: 192).

Implementasi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) merupakan tahapan dari aplikasi program *social responsibility* yang telah direncanakan sebelumnya. Dengan memunculkan motivasi dan komitmen yang kuat didukung dengan penerapan tanggung jawab sosial yang saling percaya.

Wibisono (2007 dalam Rosyida, 2011) mengemukakan ada 4 tahapan dalam mengkaji penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diantaranya:

- a. Tahap Perencanaan, pada tahapan ini mencakup tiga proses langkah utama yang dapat dilakukan, yaitu *Awareness Building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran perusahaan mengenai arti penting CSR terhadap komitmen manajemen, upaya ini biasanya dilakukan melalui lokakarya, seminar dan lainnya. CSR *Assesment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dalam mengidentifikasi aspek apa saja yang perlu diprioritaskan dan langkah-langkah yang tepat untuk mewujudkan penerapan CSR yang efektif
- b. Tahap Implementasi, pada tahapan ini terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan seperti pengorganisasian sumber daya, penyusunan

untuk menempatkan sesuatu berdasarkan jenis tugas yang sudah ditentukan, hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan.

- c. Tahap Evaluasi, tahapan evaluasi biasanya dilakukan secara konsisten di waktu tertentu, sesuai dengan kesepakatan yang dibuat untuk melakukan evaluasi. Dalam tahapan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dari penerapan CSR sehingga menjadi bahan masukan untuk perbaikan program-program yang perlu berdasarkan rekomendasi.
- d. Pelaporan, bagian ini perlu dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

5. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori yang dikembangkan oleh Edward Freeman pada 1984, dengan menawarkan pendekatan pragmatis untuk mendorong organisasi memahami *Stakeholder*. Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat dan bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan, dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi

membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat. Teori ini menjelaskan bagaimana membangun hubungan relasi yang baik melalui organisasi dengan para aktor disekitar yang memiliki keterkaitan operasional dengan organisasi sehari-hari. Permis dasar teori menurut Mainardes dkk, yaitu hakikat hubungan dan menjadi fokus teori ini adalah hubungan yang terkait dengan proses dan akibatnya yang melibatkan organisasi dan *stakeholder* (Kriyantono, 2014: 57).

Stakeholder adalah semua pihak yang terlibat baik dari pihak internal maupun eksternal yang mempunyai hubungan atau keterkaitan dengan perusahaan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung atau tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa bagian dari *stakeholder* adalah pemerintah, masyarakat, perusahaan pesaing, lingkungan, dan yang keberadaannya mampu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Dari penjelasan tersebut dapat terlihat letak batasan *stakeholder* yang seharusnya diperhatikan oleh perusahaan dengan sebaik mungkin selain melihat kepentingan perusahaan namun *stakeholder* memiliki pengaruh atas segala bentuk aktivitas dan segala kebijakan yang dikeluarkan perusahaan, dengan

berdasar pada asumsi dasar teori ini, perusahaan tidak mampu berdiri sendiri, terutama perusahaan tidak mampu melepaskan diri dari lingkungan sosial sekitarnya. Agar terciptanya stabilitas usaha perusahaan harus mampu mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan. Hal ini yang menjadikan esensi teori *stakeholder* dimana perusahaan harus mampu memperhitungkan berbagai macam faktor terutama faktor sosial yang berwujud pada kepeduliannya terhadap permasalahan yang terjadi di lingkungan sosial masyarakat (*stakeholder orientation*).

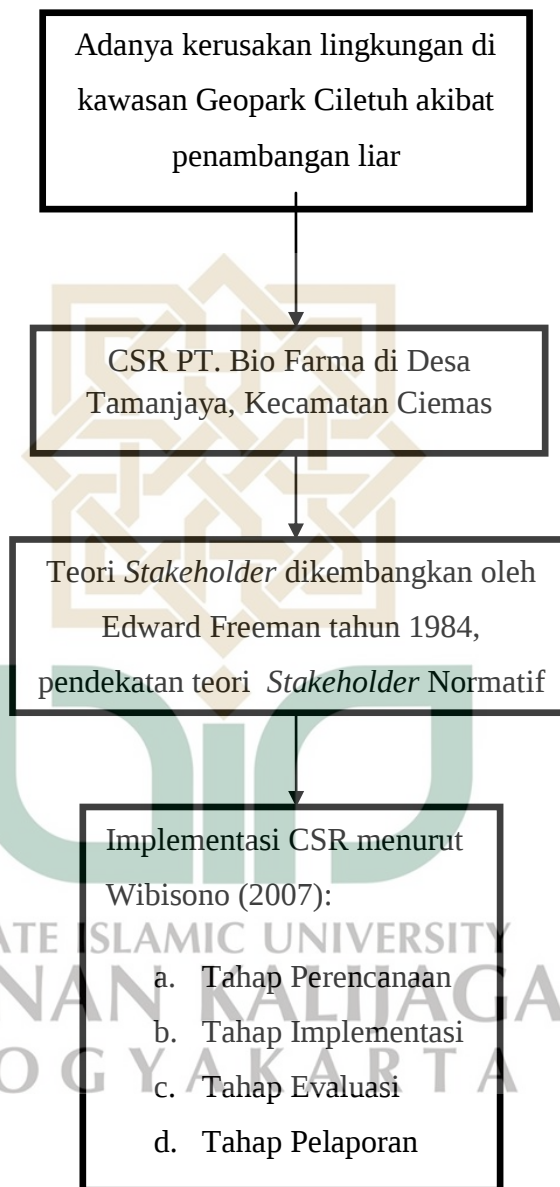
Dari perspektif *public relations*, mengutip Bussy (2008: 4816), Minardes, dkk. (2011: 233), Heath (2005: 809), dan Pesqueux & Demak-Ayadi (2005: 9), teori *Stakeholder* ini sering digunakan dalam tiga pendekatan teori:

- a. Teori *Stakeholder* deskriptif, yaitu untuk mendeskripsikan karakteristik dan perilaku atau aktivitas aktual yang dikerjakan organisasi.
- b. Teori *Stakeholder* instrumental, yaitu memahami cara mencapai tujuan organisasi diartikan sebagai keterkaitan antara strategi manajemen *Stakeholder* dan pencapaian tujuan organisasi seperti meningkatkan keuntungan, menghindari tuntutan hukum dan mencapai pertumbuhan.

- c. Teori *Stakeholder* normatif, yaitu untuk merancang suatu regulasi tata cara membangun relasi dengan didasarkan pada landasan etis dan prinsip filosofis organisasi seperti mengembangkan tanggung jawab sosial organisasi.

Sebagai seorang praktisi *public relations* kemampuan untuk mempersempit kategori *stakeholder* dengan mengacu pada potensi yang dimiliki oleh masing-masing *stakeholder* dengan melihat pada *stakeholder* yang benar-benar potensial dan memberikan prioritas kepada *stakeholder* kunci. Ada banyak penjabaran model-model strategi identifikasi yang dapat digunakan untuk melihat fenomena yang terjadi dilingkup *stakeholder*, salah satunya adalah model jaring-jaring segmentasi. Pada model ini sasaran program menjadi pertimbangan untuk melihat ada atau tidaknya keterkaitan antara program *public relation* dan kebutuhan publik. Segmentasi ini nantinya berupa kategori atau daftar kelompok *stakeholder* dan publik. Daftar ini dibangun berdasar indikator tentang bagaimana dampak perilaku seseorang atau kelompok bagi organisasi dengan mengkaitkan tiga hal di antaranya potensi untuk merespon (verbal atau nonverbal) program secara positif atau negatif (menentang), potensi untuk dapat mempengaruhi individu yang lain dan juga pola atau perilaku komunikasinya.

G. Kerangka Pemikiran



Sumber : Oleh Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu data yang akan diperoleh, dikumpulkan dan diwujudkan secara langsung dalam bentuk deskriptif yaitu dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian yang dapat berupa cerita mengenai keadaan objek secara menyeluruh dan apa adanya. (Hadi, 2011). Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memberikan gambaran agar mampu memahami fenomena yang terjadi yaitu sesuatu yang dialami oleh subjek penelitian, misal data kasus dan tindakan individu.

Penelitian tentang ***“Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bio Farma di Kawasan Geopark Ciletuh”*** menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Alasan menggunakan pendekatan ini adalah pertama, karena penelitian ini akan bersifat deskriptif sehingga nantinya akan mudah dalam melalui alur cerita.

Kedua, pendekatan ini akan lebih membantu memudahkan peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang berkaitan, yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi dari adanya program CSR PT. Bio Farma di kawasan Geopark Ciletuh. Ketiga, dengan pendekatan deskriptif kualitatif peneliti akan lebih mudah untuk memasuki dan berinteraksi langsung dengan subjek-subjek

yang akan menjadi sasaran penelitian guna untuk mencari fakta-fakta yang akan dibutuhkan penulis dilapangan untuk mengembangkan teori yang sudah ada.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber informasi dan data yang dapat menjawab masalah yang akan diteliti. Hal ini dimasukkan agar selama proses penelitian, peneliti tidak mengalami kesulitan untuk mencari data-data yang dibutuhkan untuk penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah masyarakat Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas, ketua Komunitas Paguyuban Pakidulan Alam Sukabumi (PAPSI), serta Fasilitator dari CSR PT. Bio Farma.

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah objek yang akan menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut yang nantinya akan dipecahkan mengenai permasalahannya menggunakan teori-teori yang nantinya akan membahas mengenai substansi atau materi yang diteliti berdasar pada penelitian. Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yang akan menjadi objek pada penelitian ini adalah implementasi, bagaimana penerapan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan melalui program CSR PT. Bio Farma di kawasan *Geopark* Ciletuh,

khususnya di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Berdasarkan buku asas-asas kurikulum S.Nasution menerangkan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. (Nasution, 1994: 43) Sumber data yang dipakai terdapat dari kata-kata yang diperoleh saat mewawancarai atau mengamati pada saat dilapangan. Peneliti menggunakan data ini untuk mengetahui sejauh mana implementasi program CSR PT. Bio Farma di kawasan *Geoprak* Ciletuh di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi, pengambilan data ini diambil dengan cara wawancara langsung kepada bagian humas Bio Farma yang menjadi Fasilitator dalam pelaksanaan program CSR di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya. Seperti surat-surat pribadi, dokumen resmi dan lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi

yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan humas PT. Bio Farma.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti menggunakan jenis teknik dalam pengumpulan data yaitu melalui cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berikut metode yang akan dipakai oleh peneliti :

1) Wawancara

Wawancara adalah sebuah metode yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan yang diwawancarai untuk mendapatkan data. (Sugiyono, 2015: 138) wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dimana individu terlibat secara langsung dalam kehidupan sosial di lokasi penelitian. (Burhan Bugin, 2007: 108).

Pada penelitian ini, orang-orang yang akan diwawancara adalah sebagai berikut :

- a) *Public Relations* atau Humas PT. Bio Farma Persero yang menjadi Fasilitator dalam kegiatan CSR di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas.
- b) Ketua Komunitas Paguyuban Pakidulan Alam Sukabumi (PAPSI)
- c) Masyarakat Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas.

Agar tujuan wawancara dapat tercapai dengan betul-betul, akan dibantu oleh beberapa media pendukung yang akan digunakan dalam wawancara ini, yaitu buku catatan, *tape recorder*, *hand phone*, dan *interview guide*.

2) Observasi

Metode observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dari peneliti menggunakan alat indera baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. (Juliansyah, 2011) pada penelitian yang akan diteliti, menggunakan observasi partisipasi. Observasi partisipasi yang dimaksud adalah jenis observasi dengan mengumpulkan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan langsung mengikuti aktivitas kehidupan objek pengamatan. (Bugin, 2007: 116)

Dengan metode ini peneliti secara langsung akan mengamati aktivitas yang berkaitan dengan implementasi program CSR PT. Bio Farma di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas, Sukabumi yang termasuk kedalam kawasan Geopark Ciletuh. Media yang digunakan pada metode penelitian ini diantaranya *handphone*, *blokenote*, *tape recorder*, dan alat tulis untuk mencatat aktivitas di lapangan.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sejenis metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis dari objek penelitian. (Bugin, 2007: 122).

Metode ini juga yang nantinya akan menghasilkan catatan-catatan penting yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan ditemukan data yang lengkap yang tidak berdasar pada pemikiran. (Basrowi, 2008: 158)

Data yang tidak berdasar pada pemikiran ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data sebagai pelengkap data yang telah diperoleh dari keterangan yang telah dikutip dari dokumen yang ada. Dalam hal ini peneliti mengambil data yang ada pada Komunitas PAPSI sebagai tonggak utama dari adanya pelaksanaan program CSR PT. Bio Farma.

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan pada data dokumentasi yang telah dilakukan sebelumnya, dan kemudian mencatat data tersebut. Data itu bisa berupa biografi lembaga, dokumentasi kegiatan CSR, serta dokumentasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Adapun media pendukung yang digunakan peneliti adalah buku catatan, alat tulis, *handphone*, *tape recorder*.

4. Metode Analisis data

Menurut Bodgan dalam buku Sugiono, terdapat penjelasan mengenai analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara. Catatan lapangan, dan bahan-bahan lain

sehingga dari hasil penelitian dapat dengan mudah dipahami. (Sugiyono, 2015: 244)

Pada praktiknya, teknik analisis data berjalan bersamaan dengan pengumpulan data, artinya analisis data dikerjakan bersamaan dengan pengumpulan data, untuk kemudian dilanjutkan setelah proses pengumpulan data selesai dikerjakan.

Berdasarkan Penelitian kualitatif, Miles & Huberman (1992) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data kualitatif, yaitu reduksi data (*data reduction*); paparan data (*data display*); serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*) (Gunawan, Imam, 2016: 210).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data merupakan kegiatan pemilihan data, merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal-hal yang penting dan mencari tema serta pola. Data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.

b. Paparan data (*Data Display*)

Paparan data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, Miles & Huberman 1992, Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan

sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. (Gunawan, 2005)

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan adalah hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan akan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

5. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal yang penting dalam sebuah penelitian. Selain sebagai fungsi dalam tahap pemeriksaan data dan penentu valid atau tidaknya sebuah penelitian. Artinya data yang didapat harus melalui tahap pengecekan untuk mendapat data yang valid dan dapat digunakan sebagai bahan analisis penelitian.

Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti melakukan pengecekan data dengan menggunakan metode triangulasi sebagai alat untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. (Sugiyono, 2015: 273). ada beberapa jenis triangulasi diantaranya triangulasi sumber, metode, penyidik dan teori. (Moleong, 2010: 332)

Jenis triangulasi yang akan dipakai pada penelitian ini adalah triangulasi metode dan triangulasi teori. Sebagai alat untuk menguji validitas data yang akurat untuk

menganalisis dalam mengolah dan menyajikan suatu data yang didapat di lapangan.

Triangulasi metode ini dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan menggunakan metode yang berbeda, yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi. untuk mengecek keabsahan atau kebenaran data menggunakan triangulasi metode, dimana data diambil berdasarkan metode yang berbeda yaitu teknik wawancara yang dipakai dengan cara berbeda. Pertama pada tanggal 21 Juni 2018, peneliti mewawancarai narasumber dengan teknik wawancara terstruktur yang dilaksanakan di dalam kantor museum konservasi, sedangkan untuk menguji kebenarannya peneliti melakukan wawancara kembali pada tanggal 02 Nopember 2018 dengan teknik wawancara bebas/santai yang dilaksanakan di warung kopi yang ada di Desa Tamanjaya.

Untuk memperoleh kebenaran informasi dan gambaran yang utuh mengenai informasi. Peneliti menggunakan data dokumentasi yang didapatkan baik dari PT. Bio Farma dan komunitas PAPSI, serta melakukan observasi di lokasi yaitu di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi. Obervasi atau pengamatan dilakukan untuk mengecek kebenaran dari data yang sudah didapatkan sebelumnya, apakah data dokumentasi dan hasil wawancara sesuai dengan yang ada di lapangan, terkait

dengan penerapan program CSR yang sudah berjalan dan melihat dampaknya secara lebih dekat. Selain itu, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

Kedua, triangulasi dengan teori menurut *Linclon* dan *Guba* (1981: 307 dalam Moleong, 2006: 331) diartikan berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat di periksa derajat kepercayaannya dengan suatu atau lebih teori. Dalam hal ini triangulasi teori dilakukan dengan menguraikan pola hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembandingan.

Melalui metode di atas akan didapatkan jawaban yang menjadi tujuan penelitian melalui cara-cara ilmiah yang dituntun oleh logika, sehingga hasil yang diperolehpun dapat diterima secara ilmiah dan logis. Apabila jika ditemukan perbedaan hasil yang didapatkan maka peneliti akan melakukan diskusi lanjut dengan sumber untuk mengecek data mana yang dianggap paling akurat.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa implementasi program CSR PT. Bio Farma (Persero) di Desa Tamanjaya dilakukan dengan baik dan terstruktur mulai dari tahap perencanaan, implementasi, evaluasi hingga tahap pelaporan. Dalam menerapkan program CSR PT. Bio Farma menyeleksi program sebagai pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat sebagai khalayak utama penerima program dengan melihat pada kegiatan yang memiliki pengaruh terhadap pengembangan kualitas sumber daya manusia dan pengembangan perekonomiannya. Dengan berfokus pada 3 aspek utama yaitu aspek konservasi, aspek edukasi, dan aspek pengembangan nilai lokal melalui kegiatan pariwisata.

Program sosialisasi dan edukasi akan pentingnya konservasi bagi masyarakat yang secara keseluruhan merupakan kegiatan utama yang bekerjasama dengan komunitas PAPSI untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang konsep geowisata, hal ini menjadi pesan penting yang disampaikan kepada masyarakat sebagai konten utama. Pemilihan dan penyampaian pesan melalui kegiatan sosialisasi menjadi bagian dari kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mengubah sikap, opini dan tingkah lakunya untuk melakukan

tindakan atau kegiatan tertentu. Dengan adanya forum sosialisasi ini menjadi langkah yang cukup signifikan, dengan cara sosialisasi setiap *stakeholder* atau masyarakat dapat belajar untuk bisa tau apa pentingnya menjaga kekayaan alam di lingkungannya dan bagaimana cara memanfaatkan lingkungan dengan baik tanpa harus merusak ekosistem yang ada di kawasan *Geopark*.

Kerjasama yang dibangun PT. Bio Farma dengan para stakeholdernya sangat baik, dimana misi yang dibangun sudah sesuai dengan konsep CSR 3.0 yaitu memberikan kontribusi kepada masyarakat dan juga penerima manfaatnya adalah masyarakat dan perusahaan. Terbukti dengan adanya dampak perkembangan di berbagai sisi baik dari segi, *geodiversity*, *biodiversity*, *cultural diversity* serta dari segi pariwisata yang sudah mulai diketahui oleh masyarakat luas akibat adanya publikasi terstruktur yang sudah dilakukan oleh tim *public relations* sebagai *support* pada kegiatan CSR. Keberhasilan ini mampu membawa kawasan *Geopark* Ciletuh pada pengakuan dari UNESCO Global *Geopark* atau *Geopark* Internasional, dan dengan keberhasilan mencapai pengakuan UNESCO Bio Farma berhasil mendapat apresiasi sebagai perusahaan BUMN Pertama yang ikut terlibat secara penuh dalam pembentukan *Geopark*..

B. Saran

Adapun saran atau masukan yang peneliti dapatkan dilapangan dan bisa menjadi penting untuk ditindak lanjuti adalah sebagai berikut:

1. PT. Bio Farma (Persero)

Hubungan komunikasi merupakan hal penting untuk bisa mendekatkan diri dengan masyarakat dan lingkungan. Dalam menerapkan program CSR hendaknya PT. Bio Farma bisa melakukan pendekatan secara menyeluruh dan merata kepada masyarakat sebagai *stakeholder* utama, karena sejauh ini masih banyak masyarakat terutama di kawasan *Geopark* Ciletuh yang tidak mengetahui apa itu Bio Farma, dengan peran utamanya yang luar biasa membawa kemajuan untuk suatu desa tertinggal.

2. Komunitas PAPS I

Keberhasilan mencapai UGG adalah prestasi besar yang dimiliki *Geopark* Ciletuh di Kabupaten Sukabumi, kiranya komunitas lokal atau PAPS I lebih gencar untuk banyak menggandeng dan melibatkan anak muda dalam membantu proses publikasi serta pembaharuan informasi pada setiap media yang digunakan. Karena keberhasilan publikasi dalam penyampaian informasi inilah yang sifatnya akan terus menerus, dan bisa dijadikan jalan untuk menjangkau publik lebih jauh lagi, untuk memberitahukan tentang kawasan dengan kekayaan alam dan warisan bumi.

3. Masyarakat Desa Tamanjaya

Kepada masyarakat, untuk lebih bisa terbuka dengan hal-hal dan pemikiran yang baru, dan turut terlibat secara aktif dalam pengelolaan kawasan *Geopark* dengan cara berperan serta dalam menjaga ekosistem yang ada di kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adim, Fauzan. (2011) Corporate Social Responsibility dan Etika Bisnis (Perspektif Immanuel Kant). *Jurnal Modernisasi*. Volume 7, 112-124
- Ajeng, D. P. (2014). Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Community Development. *Acta Diurna*, 10(1), 10.
- Alfitri. (2011). *Community Development: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.
- Al-Quran dan Terjemah. (2007). Bandung: PT. Indah Kilat Plup & Paper TBK
- Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR) : Tinjauan Teoritis dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Manajemen*, Volume 8, 1.
- Annisa Nurbaetya, Rina Ranaasih, H. R. (2015a). Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT Bio Farma Di Desa Sukamulya Kabupaten Sukabumi. *Jurnal of Sosioteknologi*, Volume 14, 143.
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bugin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif* (Jakarta). Kencana.
- Cangara Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Chairunnisa, H. (2009). *Manajemen Komunikasi Program CSR (Corporate Sosial Responsibility) CCFI (Coca-Cola Foundation Indoneisa) Rumah Belajar di Jogja Studi Center (JSC) Yogyakarta.*
- Dewantara, Caesar. (2005). Analisis Dampak Penggunaan Situs Bukalapak.com Terhadap Perilaku Pembelian Pada Komunitas Samarinda Photografer. *eJournal Ilmu Komunikasi*. Volume 3, 2. 491. Retrieved from eJournal.ilkom.fisif-unmul.ac.id
- Gunawan, I. (2005). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Teori dan Peraktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Reponsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haliman, T. (2017). *Implementasi Program Corpoarte Sosial Responsibility PT. Pertamina Terminal BB, Rewulu di Kelompok Jamu Dusun Watu, Desa Argomulyo, Sedayu Bantul, Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Harjanti, R. (2012). Analaisis Musim Penangkapan dan Tingkat Pemanfaatan Layur (*Trichirus sp*) di Perairan Palabuhanratu Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 1(1), 59.
- Juliansyah Noor. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Pesrfektif Barat & Lokal*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri.

- Lettimore, dkk. (2007). *Public Relations: The Profession and the Practic*. New York: McGraw-Hill
- Littlejohn W Stephen. (2008). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, M. . (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murray, G. (2008). Geodiversity: Developing The Paradigm. *Geologist Association, Volume 119*(3–4), 287–298.
- Nasution, M. . (1964). *Azaz-azaz Kurikulum*. Bandung: Penerbit Terate.
- Novrizia Widya. (2017). Pelaksanaan CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT. Riau Andalan PULP and Paper Dalam Penyuksesan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kabupaten Kampar. *Jurnal FISIP*, 4(2), 5.
- PAPSI, K. (2017). Peran Masyarakat Dalam Pengembangan Kawasan Geopark.
- Rahmayanti, D. R. (2015). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 11*, 104.
- Rini, K. N. (2015). Manajemen Agribisnis Beras Hitam Guna Mengembangkan Komunitas Lokal Di Kawasan Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi. In *Kajian Awal Kawasan*

Geopark Ciletuh (p. 91).

Rosana, F. M. (2017a). *Ciletuh Palabuhanratu Geopark Towards UNESCO Global Geopark* (cetakan ke). Bandung: UNPAD Press.

Rosana, F. M. (2017b). Geological Heritage. In *Ciletuh-Palabuhanratu Geopark* (p. 25).

Setyadi, Dhika. (2012). Studi Komparasi Pengelolaan Geopark di Dunia untuk Pengembangan Pengelolaan Kawasan Cagar Alam Geologi Karangsambung. *Jurnal Pembangunan Wilayah. Volume 8, (4).* 392-402 Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id>

Sharman, K. (2017). UNESCO Global Geopark. Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>

Sugiyono. (2015). *Metodeologi Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriatna, Upi, I. M. (2016). Pengembangan Geopark Ciletuh Berbasis Partisipasi Masyarakat Sebagai Kawasan Geowisata di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure, Volume 13*, 59–60.

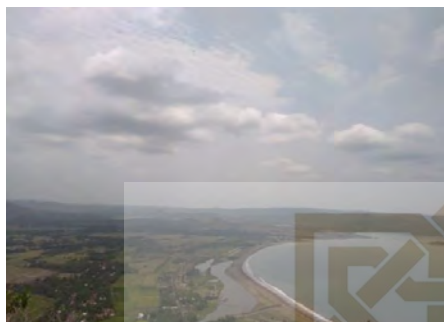
Susanto, A. (2009). *Reputation-Driven Corporate Sosial Responsibility Pendekatan Strategic Management Dalam CSR*. Jakarta: Esensi Erlangga.

Tim Penyusun Laporan, T. (2017). *Change and Acceleration Towards a Leading Lifescience Company*.

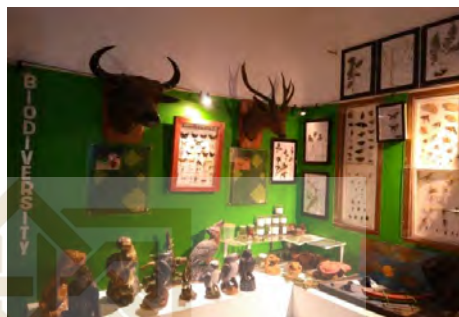
- Verdiansayh Dani. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT.Indeks.
- Wardhani Diah, Ishak Aswad, D. dkk. (2011). *Public Relations dan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Mata Padi Prassindo.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Facho Publishing.
- Widodo, J. (2001). *Implementasi Kebijakan*. Bandung: Pusaka Pelajar.
- Young, C. (2014). *Peran Inovasi Sosial Perusahaan (Dari CSR 1.0 to CSR 3.0)*. Retrieved from <https://www.intel.cn/content/dam/www/program/education/cn/zh/documents/intel-csr-white-paper-en-3.0-revised.pdf>
- Zulian Reza. (2017). *Membangun CSR Yang Berkelanjutan*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/pelaksana/5a0be0c363b2485aee056ab3/membangun-csr-yang-berkelanjutan>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN



(Destinasi wisata Geopark)



(Koleksi museum Konservasi)



(Koleksi batuan
museum konservasi)



(Museum Konservasi
Geopark Ciletuh)



(zona area ciletuh)



(Kegiatan sosialisasi)



(Dokumentasi PAPSI, Krgiatan pembibitan pohon dan sosialisasi)



(kegiatan penghijauan)

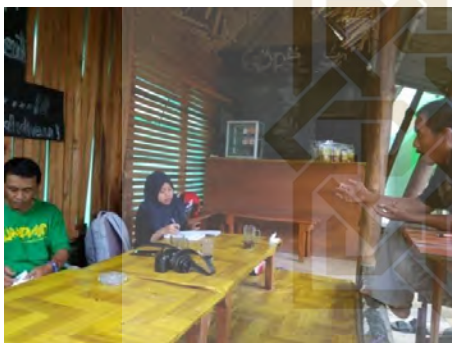
(koleksi museum bentuk
CSR Bio Farma)



(Homestay, dan elatihan *guide* bentuk CSR PT. Bio Farma)



(Sesi Wawancara dengan Bapak Asep dan Ibu Ucu)



(Sesi wawancara dengan Bapak Asep Supiatna)



**DAFTAR HOMESTAY
DESA TAMANJAYA
PAGUYUBAN ALAM PAKIDULAN SUKABUMI
PAPSI - 2018**

NO	NAMA PEMILIK/ HOMESTAY	BENTUK SEWA	FASILITAS				KETERANGAN	
			Kamar/ Wc	Qt/org	Ruang/ Lain2	ALAMAT	STATUS	**
1	Vein Homestay / Taufik	Rumah	5	20	1	Cigaok	Kosong	Rumah Panggung
2	Hj. Ipah	Rumah	2	8	1	Tamanjaya	Penghuni	
3	Ade Jubaedah	Rumah	2	8	1	Tamanjaya	Penghuni	
4	Marsonah	Rumah	2	6	1	Tamanjaya	Penghuni	
5	Guay Homestay / Boyo	Rumah	3	10	1	Tamanjaya	Penghuni	Rumah Panggung
6	Hj. A.N Sukirni	Rumah	2	4	1	Tamanjaya	Penghuni	
7	Yusup Sukandi	Rumah	3	10	1	Tamanjaya	Penghuni	
8	Yayam	Rumah	2	8	1	Tamanjaya	Penghuni	Rumah Panggung
9	H. Ujang	Rumah	3	10	1	Tamanjaya	Kosong	
10	H. Engkos	Rumah	5	20	2	Jaya Baru	Penghuni	
11	Alwa Homestay / Ucu	Rumah	2	10	1	Cigaok	penghuni	Rumah Panggung
12	Apih Atu	Rumah	2	8	1	Kaum	penghuni	
13	Eli	Rumah	2	15	1	Kaum	penghuni	
14	Nety Nurhayati	Rumah	1	4		Jayabaru	Penghuni	
15	Olipah	Rumah	2	10	1	Tamanjaya	Penghuni	

16	Homestay Adela - Panenjoan/Ade Stiawan	Kamar	6	6	12				Panenjoan	Kamar Kamar Kamar	View Amfiteater Ciletuh
17	Al-Zahra Homestay / Utis Sutisna	Kamar	5	5	10				Panenjoan	Kamar	Area Panenjoan
18	Gun Gun	Rumah	3	1	15	1			Tamanjaya	Penghuni	
19	Elim	Rumah	2	1	8	1			Cigaok	KOSONGi	
20	Ajis Nasrudin	Rumah	3	1	15	1			Jayabaru	Penghuni	
21	Agus Supriono	Rumah	3	3	15	1			Kaum	Penghuni	
22	Jaya	Rumah	1	1	10	1			Tamanjaya	Penghuni	
23	Vira Homestay	Kamar	7	3	14	1			Panenjoan	Kosong	Bentuk Rumah
24	H. Solihin	Kamar	4	2	8	1			Panenjoan	vila	Area Panenjoan
25	Sodin	Rumah	3	3	15	1			Panenjoan	Kosong	Area Panenjoan
26	Umi Isah	Rumah	2	1	15	2			Cigaok	Penghuni	
27	Matla	Rumah	2	2	8	1			Tamanjaya	Penghuni	
28	Suryadin	Rumah	2	1	15	2			Tamanjaya	Penghuni	Papsi lama
29	Aa	Rumah	3	1	10	1			Cigaok	Kosong	
30	Iwan Robet	Rumah	1	1	10	1			Tamanjaya		
		Rumah	4	1	20	1			Jayabaru	Kosong	
JUMLAH			93	55	365						

**DAFTAR SEKOLAH YANG TELAH MELAKUKAN SOSIALISASI GEOPARK CILETUH
PALABUHAN RATU**

NO	NO SURAT	TANGGAL	NAMA SEKOLAH	JUMLAH PESERTA
1	006/KOMISARIAT/2017	2/9/2017	KOMISASARIAT KEPALA SEKOLAH CICURUG	58
2	024.02.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	2/25/2017	SMPN2 SIMPENAN	109
3	029.02.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	2/26/2017	SMPN1 CIDAHU	40
4	030.02.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	2/28/2017	SMPN1 SURADE	40
5	001.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	01/13/2017	SDN CIKERSEK	25
6	031.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/1/2017	SDN1 SURADE	50
7	033.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/1/2017	SDN CIMULEK	36
8	035.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/2/2017	SDN CIKANGKUNG	90
9	036.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/2/2017	SMPN2 SIMPENAN	144
10	002.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/3/2017	SDN 1 CITANGLAR	36
11	039.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/3/2017	SDN2 JAMPANG KULON	40
12	037.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/3/2017	TK BAYU KENCANA	30
13	038.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/3/2017	KB BAYU KENCANA	30
14	003.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN4 PASIRIPIS	40
15	004.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN PANGKALAN	29
16	044.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN CIJAMBE	40
17	051.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN4 CITANGLAR	42
18	040.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN3 SURADE	40
19	005.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN MINAJAYA	25
20	006.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN CIBAREHONG	56
21	007.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN SUKATANI	54
22	051.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/4/2017	SDN1 CISAAT SURADE	46

23	038.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/5/2017	SDN 1 JAMPANG KULON	40
24	065.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/5/2017	SDN2 SITUHYANG JPK	80
25	066.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/5/2017	SDN CITARITIH U GNTNG	35
26	062.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/6/2017	SDN SUKARATA SRDE	40
27	051.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/6/2017	SDN BOJONG LOA	47
28	061.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/6/2017	SMPN2 CI BITUNG	64
29	060.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/6/2017	SMPN2 JMPG KULON	130
30	067.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/7/2017	SDN LINGGAJAYA SURADE	27
31	068.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/7/2017	SMPN2 WALURAN	50
32	069.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/7/2017	SDN3 CITANGLAR	80
33	070.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/7/2017	SDN JAGAMUKTI SRDE	60
34	0082.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/8/2017	SDN CIPICUNG	39
35	0010.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/8/2017	SDN CIGADUNG	54
36	071.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/9/2017	SDN1 GUNUNGBATU CRCP	72
37	072.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/9/2017	SDN CIPAKU	88
38	073.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/9/2017	SDN JARINGAO	63
39	074.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/9/2017	SMPN2 SURADE	100
40	075.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/10/2017	SDN KEBONWARU	74
41	076.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/10/2017	SDN CIBEUNTEUR	51
42	077.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/10/2017	SDN SALENGGANG	42
43	078.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/10/2017	SDN2 CIPEUNDEUY	50
44	079.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/10/2017	SDN2 CIRACAP	67
45	080.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN CIBITUNG	80
46	081.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN 1 CIEMAS	70
47	082.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SMPN 5 CIEMAS	90
48	083.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN1 BOJONG GENTENG	45

49	084.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN PUNCAK SUJI	64
50	085.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SMPN 2 KALIBUNDER	130
51	086.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN RATU MANDALA	30
52	087.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/11/2017	SDN CIHAUR KUNING	22
53	088.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/12/2017	SDN BAGASIH	15
54	089.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/12/2017	SDN CIPEUNDEUY	35
55	090.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/12/2017	SDN CIDAHU	65
56	0100.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/12/2017	SMPN 6 CIEMAS	78
57	0103.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/14/2017	SMPN5 CIRACAP	167
58	0101.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/15/2017	SMPN1 WALURAN	150
59	0111.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/16/2017	SDN3 PASIRIPIS	43
60	0112.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/16/2017	SDN5 PASIRIPIS	80
61	0110.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/16/2017	SMPN1 CIBITUNG	90
62	0120.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/18/2017	SDN MARGA BAKTI	35
63	0121.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/18/2017	SDN TEGAL PANJANG	65
64	020.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/18/2017	SMPN2 CISOLOK	20
65	021.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/19/2017	SDN SIMPANGSARI	60
66	0019.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/18/2017	SDN PASEKON	30
67	0197.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/25/2017	SDN TAMANJAYA	150
68	0121.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/25/2017	MI NUR SAADAH	24
69	021.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/25/2017	SMPN1 CIRACAP	120
70	0199.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/25/2017	SMPN2 SIMPENAN	112
71	0198.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/25/2017	SDN CIKONDANG	30
72	0200.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/27/2017	SMPN3 SURADE	200
73	0201.03.17 / SOS.EXT.PAPSI/2017	3/28/2017	SMPN1 TGL BULEUD	80
TOTAL				4533

INTERVIEW GUIDE (5W+1H)

1. Bagaimana proses implementasi CSR PT. Bio Farma di Kawasan Geopark Ciletuh ?
 - a. Tahap Perencanaan
 - 1) langkah awal apa saja yang dilakukan Bio Farma dalam menerapkan program CSR ?
 - 2) Hal apa saja yang menjadi prioritas utama Bio Farma dalam perencanaan program CSR?
 - 3) Hal dasar apa saja yang dijadikan dasar dalam penyusunan perencanaan csr ?
 - 4) Adakah kegiatan yang melibatkan para ahli yang berkaitan dengan program csr ?
 - b. Tahap pelaksanaan
 - 1) Siapa saja orang atau sumber daya yang menjalankan program CSR ?
 - 2) Apa saja yang harus dilakukan dalam pelaksanaan program CSR Bio Farma ?
 - 3) Bagaimana cara melakukan program tersebut dan hal-hal (alat) apa saja yang diperlukan ?
 - 4) Bagaimana pengawasan yang dilakukan Bio Farma dalam pelaksanaan program CSR ?
 - c. Tahap Evaluasi
 - 1) Bagaimana tingkat pencapaian tujuan yang didapatkan dari adanya implementasi program CSR ?
 - 2) Evaluasi seperti apa yang di lakukan Bio Farma untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR?

- 3) Siapa saja yang terlibat dalam tahapan evaluasi ?
- 4) Bentuk evaluasi seperti apa yang dilakukan Bio Farma dalam penerapan CSR?

d. Tahap Pelaporan

- 1) Bagaimana sistem pelaporan program dari implementasi CSR Bio Farma ?
- 2) Bentuk pelaporan seperti yang dilakukan Bio Farma dalam rangka menginformasikan bahwa telah dilakukannya implementasi CSR di kawasan Geopark Ciletuh ?

1. PT. BIO FARMA

- 1) Kapan pertama kalinya PT. Bio Farma Menerapkan program CSR di kawasan Geopark Ciletuh ?
- 2) Apa yang menjadikan PT. Bio Farma tertarik untuk menerapkan program CSR berbentuk pengembangan Geowisata di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas di kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu Sukabumi ?
- 3) Program CSR apa saja yang dibuat untuk membantu mengembangkan Desa Tamanjaya dan kawasan Geopark ?
- 4) Asep apa saja yang menjadi keunggulan dari program CSR PT. Bio Farma ?
- 5) Kendala apa saja yang ditemukan dalam menjalankan program dari masing-masing asepnya ?
- 6) Apakah kendala tersebut memiliki pengaruh yang besar dalam pelaksanaan program CSR ?
- 5) Bagaimana strategi dalam menerapkan program CSR tersebut ?
- 6) Siapa saja stakeholder yang ikut terlibat dalam pelaksanaan program CSR PT. Bio Farma ?

- 7) Bagaimana partisipasi *stakholder* terlibat, baik dari rencana implementasi hingga monitoring dan evaluasi?
- 7) Apa peran PR PT. Bio Farma dalam pelaksanaan program CSR di Kawasan Geopark Ciletuh ?
- 8) Bagaimana cara kerja PR PT. Bio Farma dalam mewujudkan program CSR tersebut ?
- 9) Apakah peran tersebut memiliki pengaruh yang besar dalam menjalankan dan mewujudkan program CSR ?
- 8) Bagaimana peran PR PT. Bio Farma dalam mewujudkan *community development* di kawasan Geopark Ciletuh?

2. KOMUNITAS LOKAL (PAPSI)

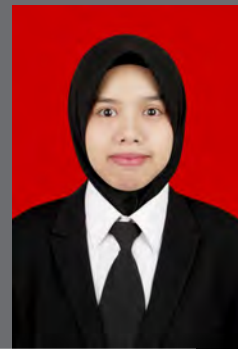
- 1) Bagaimana hubungan PAPSI dan PT. Bio Farma?
- 2) Pola Komunikasi seperti apa yang coba dibangun antara komunitas dengan PT. Bio Farma ?
- 3) Apa peran komunitas PAPSI dalam pelaksanaan program CSR PT. Bio Farma?
- 4) Bagaimana cara kerja PAPSI dalam menjalankan program CSR ?
- 5) Adakah program lain yang dibuat oleh komunitas dan coba disinergikan dengan program CSR dari PT. Bio Farma ?
- 6) Apa yang menjadi tantangan dari komunitas PAPSI selama melaksanakan program yang sudah dibuat ?
- 7) Apa yang menjadi hambatan dalam melaksanakan program ?
- 8) Apa yang dilakukan oleh komunitas PAPSI dalam menyelesaikan permasalahan yang menjadi kendala tersebut dan bagaimana bentuk evaluasinya ?
- 9) Apa saran yang ingin disampaikan komunitas kepada PT. Bio Farma selaku perusahaan yang menjalankan program CSR dan

juga Kepada masyarakat yang menjadi sasaran program tersebut?

3. MASYARAKAT

- 1) Apa saja yang masyarakat rasakan atau dapatkan dari adanya implementasi program CSR ?
- 2) Apakah masyarakat dapat merasakan perbedaan dari sebelum adanya geopark dan setelah menjadi geopark ?
- 3) Apakah dengan adanya program CSR ini mampu memberikan kontribusi untuk meningkatkan kualitas SDM di Desa Tamanjaya Kecamatan Ciemas?
 - a. Kontribusi dalam bidang apa saja yang dapat dirasakan oleh masyarakat terkait dengan adanya penerapan CSR ?
 - b. Apakah program CSR ini dapat dirasakan secara menyeluruh oleh masyarakat di Desa Tamanjaya ?
- 4) Keberhasilan dalam bidang atau aspek apa saja yang sudah dapat dirasakan hasilnya ?
- 5) Bagaimana Cara Masyarakat menyikapi program-program CSR yang dikeluarkan oleh PT. Bio Farma ?
- 6) Bagaimana cara masyarakat membangun hubungan komunikasi dengan Bio Farma dan juga Komunitas PAPSI ?
- 7) Apa yang menjadi kendala selama program CSR berjalan?

CURRICULUM VITAE



Data Diri Riwayat Pendidikan

Nama Lengkap:	Mike Apianti	2003-2009	SDN Buniwangi, Pelabuhanratu, Sukabumi
Tempat, Tanggal, Lahir:	Sukabumi, 01 April 1997	2009-2012	MTs Nurul Huda, Pelabuhanratu, Sukabumi
Jenis Kelamin:	Perempuan	2012-2015	MAN Pelabuhanratu, Pelabuhanratu, Sukabumi
Status:	Single	2015-2018	Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Tinggi/ berat badan:
160 cm/50 Kg

Motto:

Berjalanlah lebih jauh daripada biasanya

Pession & Hobby:

Menulis, membaca dan bertualang

Alamat email:

apriantimike97@gmail.com

Alamat rumah:

Jl. Kusuma Gendeng GK IV/722 Kel.
Baciro Kec. Gondokusuman Yogyakarta

Nomor Telepon:

082327951203/08575866743114

Pengalaman Organisasi

2015- 2017	Ketua Komunitas Menulis Idekata Yogyakarta
2015- Sekarang	Anggota Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Jawa Barat Yogyakarta
2015- Sekarang	Anggota Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Yogyakarta
2015- Sekarang	Anggota Forum Komunitas Komunikasi Yogyakarta
2015- Sekarang	Sekretaris Ikatan Alumni MAN Pelabuhanratu Yogyakarta

Prestasi dan Kegiatan

2014	Juara satu lomba debat sewilayah IV Kabupaten Sukabumi
2015- 2017	Pemimpin Redaksi Tim Akademia Joglosemar
2017	Best abstrak nominasi YEEES 'Turkey'
2018	Tim Branding Syariah PTKIN
2018	Tim Jogja journey

2015- Sekarang	Anggota Ikatan Pelajar Mahasiswa Sukabumi Yogyakarta
2018- Sekarang	Admin Kita dan Ransel Tour Yogyakarta
2017- Sekarang	Anggota Bingkai Fotografi Yogyakarta