

**LANGKAH-LANGKAH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
DALAM MEMPENGARUHI PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul  
Tbk Pada CSR Operasi Katarak Di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Ditujukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memproleh**

**Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Anna Hanifah**

**12730079**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2016**



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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama** : Anna Hanifah  
**NIM** : 12730079  
**Prodi** : 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, 14 Juni 2016

**Yang menyatakan,**



**Anna Hanifah**  
**NIM. 12730079**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : Un.02/DSH/PP.00.9/191/2016

Tugas Akhir dengan judul : LANGKAH-LANGKAH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM  
MEMPENGARUHI PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Deskriptif  
Kualitatif di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Pada CSR Operasi Katarak  
Di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANNA HANIFAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730079  
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Juni 2016  
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

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A  
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji I

Mokhammad Mahfud, S.Sos., I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji II

Drs Siantari Rihartono, M.Si  
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 21 Juni 2016  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. H. Kamsi, M.A.  
NIP. 19570207 198703 1 003



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**  
**FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

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

*Assalamu 'alaikumWr. Wb*

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

Nama : Anna Hanifah  
NIM : 12730079  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**LANGKAH-LANGKAH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM  
MEMPENGARUHI PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Deskriptif Kualitatif di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk  
Pada CSR Operasi Katarak di Yogyakarta)**

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 segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 14 Juni 2016

Pembimbing

**Rika Lusri Virga, M.A**  
**NIP : 19850914 201101 2 014**



HALAMAN MOTTO

*Lakukan yang terbaik untuk segala hal yang ingin dicapai, karena proses tidak akan mengkhianati hasil.*

**-Anna Hanifah-**



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Skripsi ini saya persembahkan untuk:*

*Allah SWT, Karena segala kemurahan-NYA saya dapat menikmati  
indahny mencari ilmu*

*Nabi Muhammad SAW, karena perjuangan Beliau sekarang saya  
dapat menikmati zaman yang begitu indah*

*Bapak, Ibu, Kakak, Keluarga, Sahabat, dan teman-temman, karena  
kalianlah saya selalu ingin berusaha menjadi lebih baik*

*Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat dan pertolongannya. Sholawat serta salam senantiasa peneliti curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk pengikutnya yang mendapat syafaat di *Yaumul kiyamah* kelak. Amin..

Tekad dan semangat yang kuat adalah modal utama dalam terselesaikannya penelitian ini. Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat mengetahui bagaimana langkah-langkah CSR operasi katarak oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk untuk mempengaruhi pembentkan citra. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr. H. Kamsi, M. A selaku dekan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Bono Setyo, M.Si Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bunda Rika Lusri Virga selaku Dosen Pembimbing Akademik serta Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Mokhamad Mahfud, S.Sos. I. M.Si selaku dosen penguji 1 dan Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku dosen penguji 2 ujian akhir peneliti.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang bergitu berjasa memberikan ilmunya kepada peneliti.

6. Ibu Nanik R. Sunarso selaku Senior PR Manager PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang selalu bermurah hati memberikan saya banyak ilmu dan membimbing peneliti dalam proses skripsi serta Kuliah Kerja Komunikasi. Seluruh jajaran direksi dan karyawan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang berbaik hati membagi ilmu dan pengalamannya.
7. Kak Rida Anita Yunikawati, seluruh Dokter, dan seluruh karyawan RSA UGM Yogyakarta yang bermurah hati mendukung penelitian ini, dengan bersedia menjadi informan penelitian. Serta seluruh pasien CSR operasi katarak yang menjadi informan penelitian.
8. Bapak, Ibu yang tercinta (Arief Kodari dan Sukamtiyah), yang tak pernah henti mendukung dan mendoakan peneliti. Sekuat tenaga kelak peneliti akan membahagianmu Ibu, Bapak.
9. Mbak Alfi Marifah, Mbak Atik Latifah, Mas Doni, kalian adalah kakak-kakak terbaik yang selalu mendukung peneliti dan mendoakan peneliti agar skripsi ini lancar, serta keponakan-keponakan tersayang Dek Aldo, Dek Fatchi kalian adalah penghibur peneliti yang sangat menggemaskan.
10. Seluruh keluarga besar Iman Ma'ruf dan Abdullah Usman yang senantiasa mendoakan dan mendukung peneliti.
11. Sahabat-sahabat serta teman peneliti yang sangat peneliti sayangi Choiruddin, Siti Mahmudah (Imil), Zulfiyah Pramudyandari (Julpi), Luknia Sari Putri, Oki Titi Saputri (Mimi), Ghaniya Ni'mah (Oma), Faruq Alhasbi (Pipi), Nirma Dwi KS, Bernadheta Agustin Amalia, kalian adalah penyemangat dan pendukung peneliti yang sangat luas biasa.
12. Teman-teman Ikom Bee 2012 seperjuangan dalam merangkai masa depan, serta temen temen KKN 86 Klidon yang sangat menyenangkan.
13. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses perkuliahan dan penelitian demi skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan, semoga Allah SWT membalas dengan segala kenikmatan dunia akhirat yang barokah serta luar biasa.  
Peneliti menyadari, meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak



terimakasih apabila ada kritik dan saran yang dapat menyempurnakan hasil karya skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga hasil dari Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak yang berkepentingan. Semoga Allah memberikan keberkahan bagi kita semuanya. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Juli 2016

Peneliti,



**Anna Hanifah**

NIM. 12730079

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
ABSTRSCT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Telaah Pustaka .....	12

F. Landasan Teori .....	15
G. Kerangka Pemikiran .....	42
H. Metode Penelitian .....	43
 BAB II GAMBARAN UMUM .....	 53
A. Sejarah Perusahaan Industri Jamu Yang Bermanfaat Bagi Masyarakat dan Lingkungan .....	53
B. Logo PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	58
C. Visi PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	58
D. Misi PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	58
E. Produk PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	59
F. Stuktur Organisasi PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	61
G. Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	63
H. Program <i>Corporate Social Responsibility</i> yang telah dijalankan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.....	68
I. Dokter yang terlibat dalam pelaksanaan CSR operasi katarak yang dijalankan di RSA UGM pada 14-15 Mei 2015 .....	78
J. Susunan acara CSR operasi katarak di RSA UGM pada 15 Mei 2016 .....	79

BAB III PEMBAHASAN .....	80
A. Langkah-langkah <i>Corporate social responsibility</i> di PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Pada Oprasi Katarak .....	83
B. Citra PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang Didasarkan Pada Langkah-langkah Pelaksanaan CSR yang sesuai .....	118
C. Terbentuklah Citra PT Industri Jamu dan farmasi Sido Muncul Tbk Berdasarkan 5 Langkah Pelaksanaan CSR .....	129
BAB IV PENUTUP .....	135
A. Kesimpulan .....	135
B. Saran .....	137
DAFTAR PUSTAKA .....	139
LAMPIRAN .....	142



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.....	58
Gambar 2: Kegiatan CSR operasi katarak kerjasama RSA UGM, PERDAMI, Sido Muncul dan Pemkab Sleman.....	93
Gambar 3: Proses wawancara dengan Dirut RSA UGM oleh wartawan Indosiar guna publikasi kegiatan CSR operasi katarak.....	106
Gambar 4: Sambutan dari ketua 2 panitia HUT Kabupaten Sleman ke-100 Drs.Mardiyana, M.Si.....	108
Gambar 5: Sambutan dari Dirut RSA UGM Prof. Dr. Arif Faisal, Sp. Rad(K).DHSM.....	108
Gambar 6: Proses <i>screaning</i> mata.....	111
Gambar 7: Proses cek kesehatan dan pengisian <i>inform consent</i> .....	112
Gambar 8 : Proses Biometri dan cukur bulu mata.....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Nama Informan untuk Triangulasi Sumber Data.....	51
Tabel 2: Kronologi PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	57
Tabel 3: SOP Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	67
Tabel 4: Daftar Perdami yang Bekerjasama dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	76
Tabel 5: Jumlah CSR Operasi Katarak Kerjasama PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dengan PERDAMI Cabang D.I. Yogyakarta.....	77
Tabel 6: Nama Dokter Pelaksana CSR Operasi Katarak Kerjasama RSA UGM, Pemerintah Kabupaten Sleman, dan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, 14-15 Mei 2016.....	78
Tabel 7: Susunan Acara Bakti Sosial Operasi katarak dalam Rangka HUT Kabupaten Sleman ke-100 Kerja Sama RSA UGM, Kabupaten Sleman, dan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	79
Tabel 8: Nama Informan.....	85
Tabel 9: Susunan Acara Bakti Sosial Operasi katarak dalam Rangka HUT Kabupaten Sleman ke-100 Kerja Sama RSA UGM, Kabupaten Sleman, dan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk .....	107

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian .....	42
Bagan 2: Struktur Organisasi PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.....	62
Bagan 3: Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.....	64
Bagan 4: Alur Operasi Katarak.....	109



## ABSTRACT

*The Growth of globalization and back to nature lifestyle makes herbal industry and the competitive world of herbal medicines is increasing. Nowadays, competition is not just a matter of company products and services, but rather the image and reputation also has an important role. Activities Corporate Social Responsibility (CSR) is considered able to maintain the image and reputation of the company. CSR is an activity that must be done by the company as a manifestation of mutual company to the public, even it has been regulated by the government under Constitution Section 74 Number 40 Year 2007.*

*This research focuses to know the implementation of CSR to form the image of PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk through CSR programs cataract surgery. This research use descriptive qualitative research methods. The data was collected using In depth interviews, observation and documentation. Data analysis methods that was use are Data Reduction, Data Display, and Conclusion drawing / verification.*

*The results of this research on shows that implementation of CSR cataract surgery program that is run by PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk has gone through the right stages of formulating such a good CSR; engagement, assessment, identivication, plan of action, action and facilitation, and evaluation. All Stages done in collaboration with primary participation related to those activities include, PERDAMI branch Yogyakarta, Sleman regency and RSA UGM, because CSR is using Mixed pattern type. CSR cataract surgery that run also affect the image formation of PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk that described on the 6 dimensional imagery, including Dynemic, Cooperative, Business-wise, Character, Successful, Withdrawn.*

*Keyword: Corporate, Corporate Social Responsibility (CSR), Image*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah aktivitas yang sering atau bahkan selalu dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari baik komunikasi verbal ataupun komunikasi non-verbal, komunikasi adalah alat untuk saling berinteraksi antar manusia yang dilakukan dua manusia ataupun lebih. Melalui komunikasi antar manusia dapat saling menyampaikan pesan dan mencapai kesepakatan yang sefaham sesuai maksud dan tujuan berlangsungnya komunikasi. Dampak positif perkembangan globalisasi saat ini berbagai media untuk menyampaikan pesan sudah sangat berkembang dan cukup banyak. Komunikasi adalah bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari maka, saat ini komunikasi sudah semakin dikembangkan untuk mencapai kesempurnaan tujuan dalam penyampaian pesan.

Komunikasi tidak hanya bermanfaat secara personal, melainkan antar kelompok atau bahkan perusahaan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam perusahaan melibatkan *Public Relations* (PR) sedang menjadi *trend*. Saat ini PR dianggap sangat berpengaruh pada sebuah perusahaan, karena PR sendiri dipercaya sebagai penghubung *stakeholder* baik internal maupun eksternal, serta PR dianggap mampu membentuk wajah sebuah perusahaan. Menurut *The Statement of Mexico* pada 1978, *Public Relations* (PR) adalah:

Seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan

melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum. (Ruslan, 2012:17).

PR harus memiliki berbagai keahlian untuk mendukung tugasnya, karena tanggung jawab yang diemban seorang PR cukup banyak. Tugas tidak hanya persoalan internal perusahaan saja, melainkan aktifitas publik juga menjadi bagian dari tugasnya.

Publik memiliki banyak pengaruh bagi perusahaan, maka penting bagi sebuah perusahaan untuk menjalin hubungan dengan publiknya, karena publik adalah salah satu hal terpenting untuk perkembangan perusahaan. Salah satu pendukung terbentuknya kepercayaan antara masyarakat dengan perusahaan perlu didukung adanya citra perusahaan yang baik dimata masyarakat. Citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan , organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi, ( Ardianto, 2011:62). Citra merupakan aset terpenting bagi perusahaan walaupun bukan berbentuk fisik, karena citra adalah berbagai kumpulan gambaran serta pikiran masyarakat terhadap suatu perusahaan.

Perusahaan dengan citra yang baik, maka perusahaan akan mudah diterima oleh masyarakat, baik keberadaannya ataupun produk serta jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan citra yang baik, maka profit yang akan diterima oleh perusahaan akan semakin besar. Semakin besar sebuah perusahaan mendapatkan profit berkat adanya dukungan dari masyarakat maka semakin besar pula tanggung jawab sebuah perusahaan memberikan timbal balik manfaat yang baik pula bagi

masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas. Kegiatan positif adalah salah satu pendukung untuk membentuk citra perusahaan.

Salah satu bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat yang telah mendukung berkembangnya perusahaan maka perlu diadakannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), walaupun CSR seyogyanya dilakukan secara sukarela, bukan sebagai beban yang harus dilakukan perusahaan hanya untuk memenuhi peraturan pemerintah serta Undang-undang yang berlaku saja. Menurut Suhandari dalam *Corporate Social Responsibility*,

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, (Untung, 2008:1).

Kegiatan CSR akan sangat membantu memberdayakan lingkungan serta masyarakat yang kurang mampu untuk lebih berkembang, kegiatan tersebut dapat dilaksanakan dengan berbagai aspek, baik ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial atau lingkungan, keberhasilan kegiatan CSR akan membentuk citra perusahaan yang baik dimata masyarakat.

Pemerintah secara sadar mengetahui pentingnya perusahaan untuk menjalankan kegiatan CSR yang akan berdampak pada perkembangan masyarakat, serta semakin banyak tumbuhnya berbagai perusahaan di Indonesia yang bergerak pada bagian produksi, yang melibatkan sumber daya alam sebagai bahan utamanya, maka pemerintah sebagai regulator Negara mengeluarkan Undang-undang mengenai kewajiban program tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai

bentuk timbal balik perusahaan terhadap alam serta lingkungan sekitar. Undang-undang tersebut masuk dalam sub bab tentang Perseroan Terbatas, Undang - Undang pasal 74 Nomor 40 tahun 2007.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) selain memiliki pengaruh bagi terbentuknya citra positif perusahaan dimata masyarakat, CSR juga akan memperkuat “*Brand*” yang dihasilkan perusahaan, mengembangkan dan memperluas jaringan kerjasama dengan para pemangku kepentingan, meningkatkan berbagai inovasi kegiatan, inovasi untuk pemasaran produk, serta inovasi produk baru sesuai kebutuhan masyarakat yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Setelah citra serta produk yang semakin baik serta tingkat kepercayaan oleh masyarakat terhadap perusahaan tersebut, maka akses untuk investasi pembiayaan perusahaan serta penanaman saham di perusahaan tersebut akan semakin meningkat, dan perusahaan akan berkembang menjadi lebih besar.

Berbagai keuntungan serta pengaruh yang sangat baik dengan diadakannya program CSR, maka saat ini banyak perusahaan di berbagai Negara termasuk Indonesia melakukan kegiatan CSR. Namun saat ini yang menjadi kelemahan yaitu terkadang perusahaan hanya melaksanakan CSR sekali yang dampaknya kurang dirasakan secara berkelanjutan.

PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (Sido Muncul) yang diawali dari industri jamu rumahan sejak tahun 1897 yang kini menjadi salah satu perusahaan besar yang telah *Go Public* sejak 2013 adalah salah satu perusahaan di Indonesia yang secara konsisten melaksanakan kegiatan CSR. CSR dilakukan



sebagai bentuk timbal balik positif PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk kepada masyarakat, dimana perusahaan tersebut menggunakan sumber daya alam sebagai bahan utama pembuatan produknya, seperti tanaman rempah-rempah serta tanaman yang berkhasiat dijadikan obat lainnya.

Visi PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang menyatakan “Menjadi perusahaan obat herbal, makanan minuman kesehatan dan pengolahan bahan baku herbal yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan”, kegiatan CSR sudah bukan lagi menjadi kegiatan yang dilaksanakan hanya karena peraturan pemerintah saja, melainkan CSR sudah menjadi kesadaran sendiri dari PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk secara sukarela untuk dapat membantu masyarakat. Masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan CSR tidak hanya masyarakat sekitar pabrik serta kantor perusahaan saja, melainkan masyarakat Indonesia secara luas.

Persaingan industri pada pasar global saat ini membuat PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk harus mempertahankan eksistensinya sebagai perusahaan obat herbal di Indonesia, agar penjualan tidak melemah, ditambah lagi dengan adanya pasar MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) yang telah diluncurkan oleh pemerintah pada bulan Desember 2015 membuat persaingan industri semakin ketat. Menurut berita yang dilansir dari [www. Dexa-medica.com](http://www.dexa-medica.com) dengan diterapkan MEA diperkirakan pasar obat herbal Indonesia tahun 2016 akan mencapai Rp 18 Triliun. (Sumber: <http://www.dexa-medica.com/id/news-media/news-update> Dexa Medica Produksi Bahan Baku Aktif Obat Herbal Indonesia. Diakses pada 20 Maret 2015, 7.00am). Gaya Hidup *Back To Nature* yang saat ini sedang menjadi *trand*

juga akan membawa dampak positif bagi berbagai industri obat hebal di Indonesia, salah satunya PT Industri Jamu dan farmasi Sido Muncul Tbk. Dengan persaingan industri saat ini maka mempertahankan dan membentuk citra perusahaan sangat dibutuhkan, agar masyarakat tetap loyal dengan berbagai produk yang dihasilkan oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

Agustus 2015 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mengalami masalah dimana hal tersebut membawa dampak negatif bagi citra perusahaan walaupun tidak terlalu parah. Yang terjadi yaitu kesalah pahaman dengan penempelan label “*Prop 65 Warning*” pada produk Tolak Angin yang dipasarkan di Negara bagian California, USA. Label tersebut berarti bahwa Tolak Angin mengandung logam berat yang dapat menyebabkan kanker. Dari berbagai kesalahpahaman yang dialami, perusahaan mampu mengatasinya dengan membuktikan bahwa sebenarnya produk Tolak Angin adalah produk yang aman untuk di konsumsi melalui hasil uji laboratorium BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) serta uji laboratorium oleh pihak distributor yang berada di Amerika. (Sumber: [www.wartaekonomi.co.id/berita68429/Bos\\_Sido\\_Muncul\\_Ceritakan\\_Kronologis\\_Kasus\\_Tolak\\_Angin\\_di\\_AS.html](http://www.wartaekonomi.co.id/berita68429/Bos_Sido_Muncul_Ceritakan_Kronologis_Kasus_Tolak_Angin_di_AS.html). Diakses pada 23 Maret 2016, 07.30 am)

Melalui berbagai persoalan yang ada mengenai MEA, *trand back to nature*, serta kesalahpahaman label “*Prop 65 Warning*” maka penting bagi perusahaan untuk membentuk dan meningkatkan citranya kembali. Maka, PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk terus melakukan berbagai kegiatan positif bagi

masyarakat agar citra perusahaan dapat terbentuk dan meningkat yang akan berdampak pada pengembalian kepercayaan masyarakat pada perusahaan.

Berbagai kegiatan yang di lakukan oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk untuk tetap memberikan yang terbaik bagi masyarakat serta bermanfaat, hal tersebut sebelumnya telah diterangkan pada Al-quran Surat al-Maidah ayat 2 yang berbunyi :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ  
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا  
وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ  
عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا  
تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya:

“Wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) *haydu* (hewan-hewan kurban) dan *qalaid* (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi *Baitulharam*; mereka mencari karuni dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorong

berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya, Allah sangat berat siksa-Nya” (al-Maidah ayat 2).

Sesuai dengan surat al-Maidah ayat 2 secara jelas Allah telah memerintahkan hamba-NYA untuk saling tolong-menolong dalam berbuat kebaikan, seperti halnya yang dilakukan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang dengan konsisiten selalu melaksanakan kegiatan CSR.

Selain surat al-Maidah ayat 2, dimana kita diharuskan untuk saling tolong-menolong, dalam surat ali-Imran ayat 114, juga menerangkan bahwa Allah memerintah hamba-NYA untuk berbuat baik, surat tersebut berbunyi:

يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَيُسْرِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَأُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ ﴿١١٤﴾

Artinya:

“Mereka beriman kepada Allah dan hari akhir, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar dan bersegera (mengerjakan) berbagai kebajikan. Mereka termasuk orang-orang saleh” (ali-Imran ayat 114).

Bebagai CSR telah dilaksanakan oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, diantaranya pada bidang ekonomi, sosial, bencana, dan kegiatan

lingkungan. Salah satu kegiatan CSR yang bergerak pada kegiatan sosial kesehatan adalah CSR operasi katarak bagi masyarakat yang menderita katarak khususnya masyarakat kurang mampu, kegiatan CSR operasi katarak telah diselenggarakan sejak tahun 2011. CSR operasi katarak ini termasuk dalam kegiatan CSR yang berkelanjutan (*Sustainable*), diaman perusahaan membantu masyarakat kurang mampu memberikan jalan untuk berlangsungnya hidup lebih baik dimasa mendatang bila masyarakat tersebut dapat hidup dengan sehat dan mampu melihat dengan sempurna.

Mata adalah satu-satunya indara penglihatan seorang manusia, dimana hal tersebut sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Mata adalah jendela dunia karena dengan melihat kita dapat melihat segalanya di dunia dan mempelajarinya, serta dengan melihat kita dapat melakukan aktivitas. Hal tersebut yang menjadikan alasan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mengadakan CSR operasi katarak, dengan membantu masyarakat mengobati mata mereka, maka perusahaan telah berperan untuk membantu menaikkan harapan hidup dan kualitas hidup seseorang menjadi lebih baik. Saat ini jumlah penderita katarak di Indonesia tertinggi di Asia Tenggara atau mencapai 1,5% dari penduduk Indonesia, dimana katarak adalah penyebab kebutaan seseorang. (Sumber: <http://beritasatu.com/kesehatan/309830> jumlah penderita katarak di Indonesia disebut tertinggi di asia tenggara.html.nDiakses pada 26 januari 2016, 09.05 am)

Berbagai kegiatan CSR yang dilaksanakan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tidak lepas dari peran *Public Relations* (PR), untuk menjadi salah satu pengendali dari berbagai kegiatan CSR. PR berperan dalam mengkomunikasikan

berbagai kegiatan yang dilaksanakan kepada masyarakat agar masyarakat mampu menerima dan memahami maksud dan tujuan dari diadakannya CSR dari perusahaan, serta PR berperan dalam membantuk opini publik yang positif pada perusahaan agar menimbulkan citra perusahaan. Tidak dipungkiri lagi bahwa kegiatan CSR yang positif akan membantuk wajah atau citra perusahaan, dimana saat ini citra positif perusahaan akan membawa dampak baik berupa profit keuntungan berlebih bagi perusahaan.

Keberhasilan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dalam menjalankan kegiatan CSR operasi katarak yang tidak lepas dari peran PR, membuat peneliti berminat menganalisa bagaimana alur implementasi program kegiatan CSR yang dilaksanakan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Setelah berbagai kegiatan CSR operasi katarak yang dilaksanakan, lalu bagaimana citra PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang terbentuk saat ini dimata masyarakat.

Melalui fenomena dan keberhasilan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang sebelumnya telah dipaparkan, maka peneliti berminat menjadikan sebuah penelitian dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk Membentuk Citra Perusahaan”. Fokus penelitian implementasi CSR operasi katarak yang dijalankan oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk hanya pada regional Yogyakarta, khususnya pada CSR operasi katarak yang dilaksanakan di RSA UGM pada 14-15 Mei 2016.

Diharapkan dari penelitian ini akan bermanfaat untuk dunia PR secara nyata untuk menjalankan program CSR yang lebih baik, serta lebih bermanfaat bagi masyarakat serta lingkungan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengajukan rumusan masalah tentang bagaimana langkah-langkah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempengaruhi pembentukan citra perusahaan khususnya program CSR operasi katarak yang dijalankan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

## **C. Tujuan Penelitian**

Mengetahui bagaimana langkah-langkah CSR operasi katarak yang dijalankan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dalam mempengaruhi pembentukan citra perusahaan.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis:
  - a. Berkontribusi pada pengembangan penelitian dalam Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*.
  - b. Diharapkan penelitian ini mampu mengembangkan teori tentang *Corporate Social Responsibility* dan pembentukan citra pada perusahaan.



## 2. Manfaat Praktis:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk lebih mampu mengembangkan lagi berbagai strategi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan melalui program CSR serta program pendukung lainnya.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan ide bagi perusahaan lain cara untuk membentuk citra perusahaan atau *brand*.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan acuan dasar atau referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.

## E. Telaah Pustaka

Guna membandingkan dan memperkuat penelitian yang akan peneliti lakukan, maka peneliti menggunakan penelitian sebelumnya yang memiliki tema penelitian yang sama dan sebanding, yaitu tentang *Corporate Social Responsibility*.

Pertama, Jurnal volume 12 nomor 2, September 2011, berjudul “Implementasi Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Presepsi Nasabah Bank dan Dampaknya Terhadap *Corporate Image*” oleh Muhadjir dan Gita Fitri Qurani Universitas Bina Nusantara. Jenis penelitian tersebut adalah deskriptif asosiatif dengan unit analisis nasabah Bank BNI cabang Farmawati dan analisis survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioer, wawanacara, dan studi pustaka dari penelitian terdahulu. Hasil peneltain tersebut menyatakan bahwa CSR memberikan pengaruh terhadap *corporate image* secara langsung maupun tidak langsung melalui presepsi nasabah. BNI diharapkan untuk terus

mempertahankan konsep “BNI berbagi” melalui program CSR mereka dan meningkatkan komunikasi publiknya, sehingga upaya penyampaian program CSR untuk mengubah persepsi nasabah menjadi positif berhasil.

Kedua, skripsi berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra”, yang disusun oleh Febriana Permata Putri (2012) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi program CSR di PT Angkasa Pura 1 Adisucipto Yogyakarta pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dalam mempertahankan Citra.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, serta sama-sama meneliti tentang implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada subjek penelitian, dimana pada penelitian milik Febriana Permata Putri dilakukan pada perusahaan milik negara selaku Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Angkasa Pura 1 Adisucipto, dimana perusahaan tersebut bergerak pada bidang jasa, lain halnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yang melibatkan subjek penelitian PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dimana perusahaan ini adalah milik swasta yang bergerak pada penjualan produk obat-obatan, makanan, serta minuman herbal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian ini memfokuskan program CSR untuk mempertahankan citra perusahaan, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus pada peningkatan citra perusahaan

Skripsi Febriana Permata Puteri disimpulkan bahwa implementasi CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) berdampak positif dan juga efektif dalam mempertahankan citra positif di PT Angkasa Pura 1 Adisucipto. Hal tersebut tidak lepas dari strategi komunikasi eksternal yang dijaga oleh PT Angkasa Pura 1 pada Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), serta berbagai faktor eksternal lainnya, seperti hubungan baik dengan masyarakat dan komunitas.

Penelitian ketiga, skripsi berjudul “Program *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra positif” (Studi Korelasi PT Tiga Pilar Sejahtera Pada Masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Seragen) (2012) yang disusun oleh Wulan Romadanniyati, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah, penelitian ini sama-sama membahas mengenai program *Corporate Sosial Reponsibility* (CSR) untuk meningkatkan citra sebuah perusahaan swasta, perusahaan ini memiliki persamaan dengan subjek, yaitu sama-sama perusahaan milik swasta, penelitian yang akan peneliti lakukan dimana PT ndustri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk juga termasuk perusahaan yang bergerak pada bidang produksi suatu produk, namun pada PT Tiga Pilar Sejahtera bergerak pada hasil produksi makanan, sedangkan perusahaan yang akan peneliti gunakan sebagai subjek penelitian berfokus pada produksi obat-obatan herbal.

Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data *Survey*. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif

dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengukur efektifitas program CSR dalam meningkatkan citra positif PT Tiga Pilar Sejahtera pada masyarakat desa Sepat, kecamatan Masaran, Kabupaten Seragen, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan membahas tentang implementasi program CSR untuk meningkatkan citra PT Industri Kamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah program CSR yang dilaksanakan oleh PT Tiga Pilar Sejahtera dapat meningkatkan komunikasi dan hubungan baik dengan para *stakeholders*, khususnya masyarakat desa Sepat. Peningkatan citra positif pada masyarakat desa Sepat, dipengaruhi oleh program-program CSR sebesar 78,7%, sedangkan sisanya sebesar 21,3% berasal dari pengaruh faktor-faktor lain.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi**

#### **a. Definisi komunikasi**

Setiap aktivitas yang dilakukan antar manusia tidak pernah terlepas dari adanya komunikasi antar manusia karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial. Kegiatan komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan antar manusia, agar tujuan dan maksud tersampaikan sesuai dengan keinginan yang dimaksud oleh seorang komunikator kepada komunikan.

Judy C. Person dan Paul E. Neelson memaparkan 2 fungsi utama berlangsungnya komunikasi yaitu, *pertama*, untuk kelangsungan hidup diri sendiri meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi,

menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi, *kedua*, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat (Mulyana, 2012:5).

Menurut pemaparan fungsi utama berlangsungnya komunikasi, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi tidak hanya penting untuk diri sendiri, melainkan lingkungan sekitar dalam kehidupan sosial, hal tersebut bermanfaat untuk kelangsungan hidup manusia kedepannya.

Dalam buku ilmu komunikasi: suatu pengantar karangan Deddy Mulyana memaparkan beberapa definisi komunikasi menurut para ahli, diantaranya:

1) Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (simbol) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).

2) Raymond S. Ross

Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

### 3) Harold Lasswell

(Cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *who says, what in which channel, to whom, with what effect?* (Mulyana, 2012:69).

Berbagai definisi yang dipaparkan oleh para ahli sebelumnya, maka aktivitas komunikasi memiliki tujuan untuk membangun persepsi seseorang sesuai dengan keinginan komunikator sebagai seseorang yang mengirimkan pesan kepada komunikan. Komunikasi adalah suatu proses dimana kita menyampaikan pesan, melalui media tertentu, kemudian menerima dan akan menimbulkan dampak tertentu berupa persepsi atau tindakan.

Melalui komunikasi kita dapat memahami diri kita sendiri, orang lain serta lingkungan. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi adalah salah satu bagian terpenting dalam kehidupan, baik komunikasi verbal ataupun non-verbal. Bahkan komunikasi adalah suatu aktivitas yang mendominasi kehidupan seseorang.

Paparan defisi komunikasi yang di paparkan oleh Laswell, maka terdapat 5 unsur dari adanya komunikasi, diantaranya:

#### 1) *Source*

*Source* (sumber atau komunikan) adalah seseorang yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber dapat berasal dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu negara (Mulyana, 2012:69).

2) *Message*

*Message* (pesan) adalah suatu gagasan, dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, emosi, dan lain sebagainya yang disampaikan komunikator kepada komunikan (penerima pesan).

3) *Channel*

*Channel* adalah berupa media, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan kepada khalayak (Ruslan, 2012: 83).

4) *Receiver*

*Receiver* atau biasa disebut komunikan adalah seseorang yang menerima pesan dari sumber.

5) *Effect*

*Effect* adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, baik persepsi, ataupun perubahan tindakan (Mulyana, 2012:69)

**b. Fungsi komunikasi**

Komunikasi memiliki fungsi utama, diantaranya:

- 1) Menyampaikan informasi (*to inform*), ide, gagasan atau informasi kepada orang lain.
- 2) Mendidik (*to educate*), mengajar atau memberitahukan apa yang diketahui kepada orang lain.
- 3) Menghibur (*to entertain*), melalui komunikasi untuk memperoleh hiburan.

- 4) Mempengaruhi (*to influence*), mengubah sikap dan perilaku orang lain (Effendy, 2005:30-31)

Melalui pemaparan tentang fungsi dari komunikasi maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki berbagai peranan dalam kehidupan, hal ini karena komunikasi adalah hal dasar yang dapat dipergunakan untuk saling berinteraksi dengan orang lain satu sama lain. Melalui proses komunikasi kita dapat menyampaikan keinginan kita kepada seseorang, dan diri kita akan mendapatkan suatu hal dari orang lain baik itu presepsi atau tindakan sesuai maksud dan tujuan dari keinginan diri kita.

## 2. *Public Relations*

### a. *Pengertian Public Relations*

Elvinaro Ardianto dalam bukunya *Hand Book of Public Relations* menjelaskan PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/ perusahaan. Dalam buku tersebut juga telah merumuskan inti dari definisi PR yang telah dipaparkan oleh para ahli, yang pada intinya PR adalah *good image* (citra baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), *tolerance* (toleransi), (Ardianto, 2011:9-10) . Secara sederhana melalui definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tugas utama dari seorang PR adalah membentuk citra positif suatu perusahaan, karena melalui citra positif yang terbentuk maka



perusahaan akan banyak mendapatkan simpati dan perhatian baik dari *stakeholder* internal ataupun *stakeholder eksternal*.

Sedangkan definisi PR telah dipaparkan lebih kompleks dan terperinci yang dihasilkan melalui pertemuan para pakar humas pada 1978 di Mexico City, yang definisi tersebut lebih dikenal dengan *The Statement of Mexico*:

“Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.” (Ruslan, 2012:17)

Culip, Center, dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2009:6) memaparkan definisi PR sebagai berikut, PR adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Menurut paparan definisi sebelumnya, maka dengan adanya PR dalam suatu organisasi diharapkan dapat membantu membina hubungan baik dengan *stakeholders*, dari hal tersebut pula PR juga dapat dikatakan sebagai kunci kesuksesan suatu organisasi. Dengan tanggung jawab sebagai seorang PR yang telah dipaparkan, maka tentunya PR akan sering berinteraksi dengan banyak orang, maka berbagai tindakan dan sikap seorang PR harus dijaga, sesuai dengan norma yang berlaku. Norma-norma atau ketentuan berbagai tindakan seorang PR profesional disebut dengan Kode etik. Kode etik profesi

adalah nilai-nilai ideal yang diharapkan dalam suatu profesi dan dituangkan dalam aturan tertulis untuk mengarahkan anggotanya melakukan perbuatan yang benar (Darmastuti, 2007:176).

**b. Fungsi, Tujuan dan Peran *Public Relations***

Berdasar tanggung jawab dan ciri khas seorang PR, maka Cultip, Center dan Canfield dalam Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi (Ruslan, 2012: 19) memaparkan fungsi PR, diantaranya:

- 1) Menjunjung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- 3) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- 4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah tibal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak (Ruslan, 2012:19)

Dari berbagai tanggung jawab seorang PR, tentunya dalam setiap tugasnya memiliki berbagai tujuan utama. Menurut Rosady Ruslan, tujuan PR adalah sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal maupun masyarakat dan konsumen.
- 2) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- 3) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*.
- 4) Efektif dalam membangun pengenalan merk dan pengetahuan merk.
- 5) Mendukung bauran pemasaran, (Nurjaman, Umam, 2012: 113).

**c. Manajemen *Public Relations***

Pada pemaparan sebelumnya telah dijelaskan bahwa salah satu fungsi PR adalah menjunjung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama. Sedangkan salah satu tujuan PR adalah menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif. Untuk mencapai hal tersebut maka diperlukan beberapa program yang harus dilaksanakan oleh seorang PR, agar tercapai hal yang sesuai keinginan maka diperlukan beberapa tahap perencanaan program. Scoot M. Cultip & Allen H. Center memaparkan langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan pokok melaksanakan program kehumasan:

1) Penelitian dan mendengarkan

Tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan-kebijaksanaan suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan pengevaluasian fakta-fakta, dan informasi yang masuk untuk menentukan

keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi.

2) Perencanaan dan mengambil keputusan

Tahap ini sikap, opini, ide-ide dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan serta penetapan program kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan-keinginan pihak yang berkepentingan mulai diberikan.

3) Mengkomunikasikan dan pelaksanaan

Tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya.

4) Mengevaluasi

Tahap ini, pihak PR mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektifan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.

### **3. *Corporate Social Responsibility***

#### **a. *Pengertian Corporate Social Responsibility***

Pemerintah Indonesia menetapkannya Undang-undang Pasal 74 Nomor 40 Tahun 2007 yang membahas tentang Perseroan Terbatas atau disingkat dengan UUPT yang memfokuskan tentang perusahaan diwajibkan

menyelenggarakan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai wujud pertanggung jawaban aktifitas perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar. Walaupun terkadang hanya sedikit memberikan dampak buruk bahkan hingga tahap dampak buruk yang sangat serius khususnya untuk lingkungan.

Perusahaan di Indonesia semakin banyak untuk secara sadar menjalankan kegiatan program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai salah satu kegiatan pokok yang harus mereka kerjakan selain hanya berfokus pada aktifitas promo produk serta pemasaran produk saja. Menurut Syaifa Tania dalam CSR Indonesia sinergi pemerintah, perusahaan, dan publik, secara umum, prinsip dasar CSR mulai populer digunakan di Indonesia pada tahun 1990-an, walaupun kala itu masih banyak dikenal dengan nama *Corporate Social Activity* (CSA), (Prajarto [ed], 2012:77).

Undang-undang Pasal 74 No. 40 tahun 2007 menegaskan bahwa:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana disebutkan pada ayat (1) merupakan kewajiban perseoan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran.

- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah, (Azheri, 2012:23).

Adapun definisi CSR Menurut ISO 26000 adalah:

*“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; take into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship”* (Prastowo, Huda, 2011:100).

Sedangkan menurut Suhandari dalam buku *corporate social responsibility*, menjelaskan bahwa:

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008:1).

Sejalan dengan definisi tersebut, maka perusahaan saat ini tidak hanya menerapkan *single bottom line*, dimana perusahaan hanya berfokus pada keuntungan semata tanpa memperdulikan lingkungan sekitar. Saat ini perusahaan sudah mulai berkembang untuk sadar melakukan berbagai kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap lingkungan sekitar baik sosial ataupun alam sekitar dan tidak hanya memikirkan keuntungan saja, hal tersebut biasa disebut dengan *triple bottom line*.

*Triple bottom line* menurut John Elkington terdiri dari 3 aspek. Ketiga aspek tersebut mencakup kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi, peningkatan kualitas lingkungan, dan kedilan sosial. Untuk memenuhi ketiga aspek tersebut perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSR harus menggunakan acuan keterkaitan dan keseimbangan antara *profit*, *planet*, dan *people* atau biasa disebut dengan 3P (Azheri, 2012:34-35). Merujuk pada keseimbangan 3P maka dapat dijelaskan bahwa sebuah perusahaan selain mengejar adanya keuntung (*profit*), perusahaan juga mesti memerhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Effendi, 2009:109).

Menurut Riza primahendara dalam *Public Relations & Corporate Social Responsibility*, dari berbagai definisi mengenai CSR maka dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki 3 elemen penting, diantaranya:

- 1) CSR adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan pada perusahaan.
- 2) Komitmen, kontribusi, pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan perusahaan didasarkan pada akuntabilitas, memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal, dan profesional.
- 3) Perusahaan memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar. (Ishak [ed], Budi [ed], 2011:90).

Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan, (Azheri, 2012:5). Kegiatan CSR memiliki kaitan antara pemimpin, karyawan, pelanggan, infestor, masyarakat sekitar, lingkungan alam sekitar bahkan kompetitor dari sebuah perusahaan. Kegiatan CSR dalam sebuah perusahaan dapat dilaksanakan dengan berbagai macam fokus kegiatan, seperti kegiatan ekonomi, sosial, lingkungan, kesehatan, pendidikan serta bencana alam.

Kotler dan Lee membagi dalam 6 jenis bentuk kegiatan CSR dalam sebuah perusahaan, diantaranya:

1) *Cause promotion*

Inisiatif perusahaan untuk mengalokasikan dana atau bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain, untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial tertentu, atau dalam rangka rekrutmen sukarelawan.

2) *Cause-related marketing*

Komitmen perusahaan untuk mendonasikan sejumlah presentase tertentu dari pendapatan tertentu untuk hal yang berkaitan dengan penjualan produk.

3) *Corporate social marketing*

Upaya perusahaan memberi dukungan pada pembangunan dan/ atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap dan



perilaku masyarakat dalam rangka memperbaiki kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan lainnya.

4) *Corporate philanthropy*

Pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal (*charity*), yang sering kali dalam bentuk hibah tunai, donasi dan/ atau dalam bentuk barang.

5) *Community volunteering*

Perwujudan dukungan dan dorongan perusahaan kepada karyawan, mitra pemasaran, atau anggota franchise untuk menyediakan dan mengabdikan waktu dan tenaga mereka untuk membantu kegiatan sosial tertentu.

6) *Socially responsible business practices*

Adopsi praktik-praktik bisnis yang bersifat diskresi serta berbagai investasi yang mendukung pemecahan masalah sosial tertentu, (Ambadar, 2008:56).

**b. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Dari berbagai uraian mengenai CSR yang perlu dan wajib di lakukan oleh sebuah perusahaan khususnya Perseroan Terbatas (PT), maka CSR tentunya memiliki banyak manfaat. Suhandari dalam buku berjudul *Corporate Social Responsibility* (Untung,2008:6-7) memaparkan berbagai manfaat CSR bagi perusahaan, diantaranya:

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.

- 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan.

Sedangkan berdasarkan hasil riset dan pengalaman beberapa perusahaan menurut Kotler terdapat beberapa keuntungan dari diimplementasikannya CSR, diantaranya:

- 1) *Increased sales and market share.*
- 2) *Strengthened brand positioning.*
- 3) *Enhanced corporate image and clout.*
- 4) *Increased ability to attract, motivate, and retain employees.*
- 5) *Decreased operating cost.*
- 6) *Increased appeal to investors and financial analysts,* (Ishak [ed], Budi [ed], 2011:144).

### **c. Pilar *Corporate Social Responsibility***

Disetiap pelaksanaan kegiatan CSR maka diperlukan adanya sebuah unsur yang kuat untuk memperkuat kegiatan tersebut agar berjalan dengan baik dan CSR akan berhasil secara sempurna dan membawa manfaat positif

bagi masyarakat. Menurut *Prince of Wales International Business Forum*, terdapat 5 pilar aktivitas CSR, diantaranya:

1) *Building human capital*

Berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2) *Strengthening economies*

Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.

3) *Assesing social chesion*

Upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

4) *Encouraging goodgovernance*

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada *Good Corporate Governance (GCG)*.

5) *Protecting the environment*

Perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan, (Azheri, 2012:28-29).

Menganut pilar aktivitas CSR pada point ke 4 dapat dijelaskan bahwa definisi *Good Corporate Governance (GCG)* menurut Bank Dunia (*World Bank*) adalah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk

berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan, (Effendi, 2009:2).

#### **d. Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility***

Untuk mengukur keberhasilan serta efektivitas suatu program maka diperlukan adanya indikator keberhasilan atau ukuran keberhasilan. Dalam melaksanakan program CSR maka juga diperlukan hal tersebut, hal tersebut diperlukan guna evaluasi bagi program-program yang akan dilaksanakan selanjutnya. Indikator keberhasilan CSR menurut Noor Hadi (2011) diantaranya:

##### **Indikator Internal**

1) Ukuran Primer / Kualitatif

a) *Minimize*

Meminimalkan perselisihan/ konflik/ potensi konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif.

b) Aset

Aset perusahaan yang terdiri dari pemilik/ pemimpin perusahaan, karyawan, pabrik dan fasilitas pendukungnya terjaga dan terpelihara dengan aman.

c) Operasional

Seluruh kegiatan perusahaan berjalan aman dan lancar.

- 2) Ukuran Sekunder
  - a) Tingkat penyakuran dan kolektabilitas (Umumnya untuk BUMN).
  - b) Tingkat *Compliance* pada aturan yang berlaku.

#### **Indikator Eksternal**

- 1) Indikator Ekonomi
  - a) Tingkat penambahan kualitas sarana dan prasarana umum.
  - b) Tingkat peningkatan kemandirian masyarakat secara ekonomi.
  - c) Tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan.
- 2) Indikator Sosial
  - a) Frekuensi terjadinya gejala/ konflik sosial.
  - b) Tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat.
  - c) Tingkat kepuasan masyarakat (Hadi, 2011:148-149).

#### **4. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Implementasi adalah penerapan suatu program kegiatan yang sebelumnya telah di rencanakan dan di susun secara terperinci yang bertujuan untuk mendapatkan suatu dampak tertentu. Sedangkan menurut Nor Hadi, Implementasi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) merupakan tahap aplikasi program *social responsibility* sebagaimana telah direncanakan sebelumnya, (Hadi, 2011:142). Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial

perusahaan harus tetap menggunakan acuan *Triple Bottom Line* yang terdiri dari 3 unsur yang saling berkaitan, yaitu *profit, peole*, dan *planet*.

Pada suatu perusahaan faktor internal seperti kerjasama antar karyawan serta iklim organisasi akan sangat mempengaruhi keberhasilan kegiatan yang telah direncanakan. Melalui hal tersebut akan terbagun motivasi dan komitmen untuk dapat saling percaya untuk mensukseskan kegiatan serta membuat perusahaan semakin baik dan berkembang.

Supomo, dalam buku Pekerjaan sosial di dunia industri menjelaskan bahwa CSR yang baik (*good CSR*) memadukan 4 prinsip *good corporate governance* (GCG), yakni: (1) *Fairnes* berupa perlakuan yang setara terhadap pemegang saham. (2) *Transparancy* menunjuk pada penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu serta berbagai informasi dari perusahaan itu sendiri. (3) *Accountability* diwujudkan dalam kejelasan fungsi dan kewenangan RUPS, komisaris dan direksi yang harus dipertanggungjawabkan. (4) *Responsibility* lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan, (Suharto, 2009:114).

Nor Hadi (2011, 144-145), memaparkan strategi yang dapat dijadikan pijakan untuk melaksanakan implementasi tanggung jawab sosial dapat dijalankan dengan 3 strategi, diantaranya:

a. Program dengan sentralisasi

Program sentralistik, berarti program aplikasi tanggung jawab sosial terpusat diperusahaan. Perusahaan yang merencanakan, menentukan jenis program, merumuskan strategi perusahaan, dan sekaligus sebagai

yang melaksanakan program yang telah direncanakan. Program sentralistik dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak lain, seperti: EO, LSM, pemerintah setempat, institusi pendidikan, dan lainnya selama memiliki visi, misi, tujuan yang sama dan dibawah kordinasi perusahaan.

b. Program dengan desentralisasi

Program desentralisasi, perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan (*supporting media*). Disini, perencanaan, strategi, tujuan dan targetms termasuk pelaksanaan ditentukan oleh pihak lain selaku mitra. Perusahaan berposisi sebagai *supporting*, baik dana, sponsorsip maupun material.

c. *Mixed type*

Program ini menggunakan pola memadukan antara sentralistik dan desentralistik, sehingga cocok bagi program-program *community developmet*. Program *community development*, mendudukan inisiatif, pendanaan maupun pelaksanaan kegiatan dilakkan secara partisipatoris dengan *beneficiaries*.

Untuk mencapai implementasi CSR yang sempurna maka diperlukan rencana yang matang, menurut Syafrizal dalam buku CSR Indonesia sinergi pemerintah, perusahaan dan publik terdapat 5 langkah dalam merumuskan program kegiatan CSR, diantaranya:

1) *Engagement*

Sosislisasi mengenai program CSR yang akan dilaksanakan kepada masyarakat yang akan menjadi sasaran program, agar terjalin keharmonisan, pemahaman dan saling percaya.

2) *Assessment*

Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan di jadikan dasar merumuskan program.

3) *Plan of action*

Merumuskan rencana aksi yang disesuaikan dengan aspirasi masyarakat serta visi misi perusahaan.

4) *Action and Facilitation*

Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi, dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.

5) *Evaluation and Termination or Reformation*

Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi program akan diakhiri (*termination*) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan *exit strategy* antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakannya TOT CSR melalui *capacity building* terhadap



masyarakat yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri, (Prajarto [ed], 2012:125-126).

## **5. Citra**

### **a. Pengertian Citra**

Citra dalam sebuah perusahaan adalah suatu hal terpenting, citra tidak memiliki bentuk yang secara pasti, atau abstrak. Citra adalah sebuah tujuan utama dan tanggung jawab dari pekerjaan seorang PR. Citra menurut Ardianto dalam buku *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*, yaitu serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia, atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya (Ardianto, 2010:98).

Ardianto pada buku karangan lainnya, yang berjudul *Handbook of Public Relations* menjelaskan bahwa citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. (Ardianto, 2011:62).

Merujuk pada definisi yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diketahui bahwa citra adalah berbagai pikiran atau opini masyarakat mengenai perusahaan tertentu. Dalam upaya pembentukan opini di dalam benak masyarakat diperlukan berbagai kegiatan positif dari perusahaan agar opini yang terbangun positif pula. Aktivitas tersebut dapat berupa pelayanan kepada masyarakat, mengadakan kegiatan tertentu, baik kegiatan sosial

ataupun kegiatan lain, penciptaan produk-produk yang berkualitas agar masyarakat agar semakin loyal dengan perusahaan tersebut. Inti dari citra perusahaan bermula dari sejarah perusahaan itu pula, bagaimana kualitas perusahaan itu pada masa sebelumnya.

Jika pada masa sebelumnya citra yang terbentuk adalah citra positif, maka perusahaan hanya perlu mempertahankannya, lain halnya jika pada masa sebelumnya citra perusahaan yang terbentuk belum begitu baik, maka diperlukan adanya kerja keras untuk membentuk citra positif suatu perusahaan.

Menurut John Nimpoen (Ardianto, 2010:100), menjelaskan pola pembentuk citra, dimana dalam pembentuk citra terdapat 4 unsur yang saling berkaitan, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap, dimana satu dengan yang lainnya akan menimbulkan suatu respon tertentu atas stimulus yang telah diberikan, semua hal tersebut bermula dari pengalaman yang telah terbentuk pada masa sebelumnya mengenai citra perusahaan.

Ardianto Dalam buku *Handbook Of PR*, memaparkan tahapan dalam mempopulerkan suatu citra agar sesuai yang dikehendaki perusahaan:

- 1) Membentuk persepsi segmen sasaran: citra ingin dibentuk harus mencerminkan jati diri perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Memelihara persepsi: upaya mempertahankan citra adalah mempertahankan program periklanan dan PR sesuai dengan rencana usaha perusahaan.

- 3) Mengubah persepsi segmen sasaran yang kurang menguntungkan: perusahaan yang dikelola secara profesional akan berusaha keras mengubah persepsi segmen sasaran yang tidak menguntungkan, dengan berbenah diri dari dalam (Ardianto, 2011:65).

#### **b. Jenis-Jenis Citra**

Begitu kompleksnya permasalahan mengenai citra bagi seorang PR, dan begitu pentingnya seorang PR dalam mempertahankan citra. Dalam hal ini Frank Jefkins membagi 6 jenis citra yang dikenal di dunia aktivitas PR, diantaranya:

- 1) Citra Cermin

Pengertian disini bahwa citra cermin yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan-terutama para pemimpinnya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan, dan citra dimasyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa terjadi justru mencerminkan "Citra" negatifnya yang muncul.

- 2) Citra Kini

Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/ organisasi atau hal yang lain berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak PR akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk, dan hingga muncul

kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan yang negatif diperolehnya.

### 3) Citra Keinginan

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal, diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan oleh publiknya atau masyarakat umum.

### 4) Citra Perusahaan

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan publik, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial sebagainya. Dalam hal ini PR mempunyai peran untuk mempertahankan citra perusahaan.

### 5) Citra Serbaneka

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan diatas, misalnya bagaimana pihak PR akan menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan, *brand's name*, dan hal pendukung lainnya. Semua itu kemudian diidentikkan ke dalam suatu citra serbaneka yang diintegrasikan terhadap citra perusahaan.

## 6) Citra Penampilan

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional pada perusahaan bersangkutan, seperti halnya kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada publik (Ruslan, 2012:77-79).

### c. Dimensi citra

Terdapat enam dimensi citra, dimana hal tersebut akan mempengaruhi terbentuknya suatu pandangan atau opini positif mengenai suatu perusahaan oleh *stakeholders*, diantaranya : (Spector dalam Picton & Broderick, 2001)

1. *Dynemic: Pioneering, attention-getting, active, goal oriented*

Bahwa sebuah organisasi atau perusahaan haruslah dinamis, (pelopor, menarik perhatian, aktif dan berorientasi pada tujuan).

2. *Cooperative : friendly, well-liked, eager to please good relations.*

Bahwa sebuah organisasi atau perusahaan harus mampu bekerja sama (ramah, disukai, membuat senang dan memiliki hubungan baik dengan para *stakeholders*).

3. *Business-wise: smart, persuade, well-organized*

Bahwa sebuah organisasi atau perusahaan harus memiliki karakter bisnis yang bijak, cerdas, persuasif, terorganisir dengan baik.

4. *Character: ethical, reputable, respectable*

Bahwa sebuah organisasi atau perusahaan harus memiliki karakter yang baik pula, seperti: etis, reputasi baik dan terhormat.

5. *Successful: Financial performance, self-confidence*

Ciri yang dimiliki organisasi sukses adalah kinerja keuangan yang baik dan percaya diri.

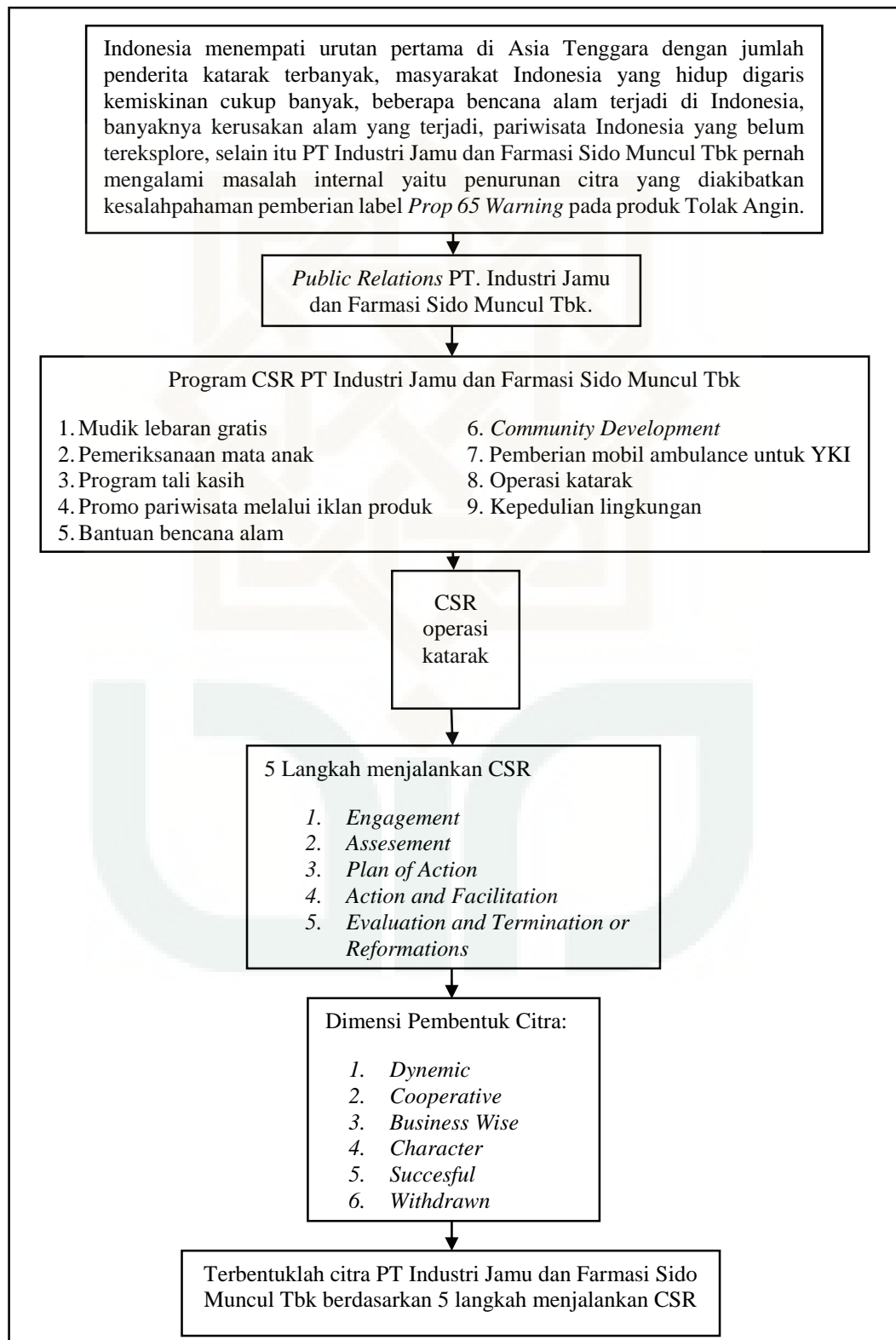
6. *Withdrawn: aloof, secretive, cautious*

Organisasi pun harus mampu menahan diri, menjaga rahasia, dan berhati-hati



## G. Kerangka Pemikiran

### Bagan 1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian



## H. Metode Penelitian

Penelitian merupakan rangkaian kegiatan ilmiah untuk pemecahan suatu masalah (Ardianto, 2010:6). Dalam melakukan penelitian ini, dibutuhkan adanya metode penelitian agar alur penelitian dapat berjalan secara sistematis dan terstruktur serta hasil penelitian dapat diuji secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Metode penelitian merupakan usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi (Ruslan, 2006:7). Metode penelitian yang akan dipergunakan peneliti sebagai acuan dasar melakukan penelitian sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif-kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2013:9). Maka, dalam penelitian ini mengutamakan penjelasan secara lebih terperinci, luas, dan mendalam, sehingga analisis dapat dilakukan secara maksimal dari hasil yang didapat.

Menurut Bogdan dan Taylor pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic* (Ruslan, 2006:213)

Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. Metode deskriptif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang



keadaan-keadaan nyata yang sekarang berlangsung. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Metode diskriptif juga membantu mengetahui bagaimana, caranya mencapai tujuan yang diinginkan (Ardianto, 2010:48-49)

Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengembangkan pemikiran *informan*, dengan kata lain, peneliti tidak mengarahkan informan pada suatu jawaban.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat variable penelitian melekat, (Arikunto, 2005:99). Subjek penelitian yang akan dilibatkan peneliti untuk mendukung penelitian ini agar data yang akan didapat mampu menjawab seluruh permasalahan yang ada, diantaranya, *Public Relations* (PR) PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk sebagai *team* yang mendukung adanya program CSR operasi katarak Gratis, Anggota Persatuan Dokter Spesialis Mata Inonesia (PERDAMI) cabang Yogyakarta sebagai *team* dokter mata yang mendukung dan melaksanakan operasi katarak bagi pasien, RSA UGM sebagai lokasi pelaksanaan CSR operasi katarak di wilayah Yogyakarta, serta pasien yang mengikuti program CSR operasi katarak di RSA UGM. Serta

dengan pihak Pemda Sleman sebagai instansi pemerintah yang bekerjasama dalam pelaksanaan CSR operasi katarak di RSA UGM.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah langkah-langkah program CSR operasi katarak yang dilaksanakan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang akan mempengaruhi pembentukan citra perusahaan tersebut.

**3. Unit Analisis**

Saat proses penelitian dibutuhkan adanya unit analisis, agar terdapat fokus penelitian. Unit analisis adalah tingkat pengumpulan data yang dikumpulkan selama analisis data. Unit analisis dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah, dan waktu tertentu sesuai fokus penelitian (Sekaran, 2006:248).

Berdasarkan objek yang telah dipaparkan serta teori yang ada maka unit analisis yang akan di gunakan dalam penelitian Implementasi CSR yaitu langkah-langkah CSR diantaranya: *engagement, assessment, plan of action, action and facilitaton, evaluation and termination or reformations* . Serta dalam analisis penelitian yang dilakukan menggunakan teori dimensi citra, yaitu: *Dynemic, Cooperative, Business Wise, Character, Succesful, Withdrawn*.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data penelitian, yaitu data Internal dan data eksternal. Data internal adalah data yang diperoleh atau bersumber dari dalam perusahaan bersangkutan, sedangkan data eksternal adalah data yang bersumber dari luar perusahaan yang menjadi bahan informasi terkini dan faktual dalam proses *riset* (Ruslan, 2006:29). Data internal akan di dapat langsung dari PT Industri jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, sedangkan data eksternal akan diperoleh dari PERDAMI cabang Yogyakarta, Rumah Sakit atau puskesmas lokasi pelaksanaan CSR operasi katarak di wilayah Yogyakarta dan pasien yang mengikuti operasi katarak gratis.

Cara memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi (Ruslan, 2006:29). Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Ruslan, 2006:138).

Agar penelitian dapat berjalan dengan lancar dibutuhkan adanya metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang akan dipergunakan peneliti yaitu:

a. Metode Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah suatu teknik dalam penelitian kualitatif, dimana seorang responden atau kelompok responden

mengkomunikasikan bahan-bahan dan mendorong untuk didiskusikan secara bebas (Ardianto, 2010, 61). Pada wawancara mendalam, pewawancara relatif tidak memiliki kontrol atas respon informan. Artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam dan tidak ada yang disembunyikan (Ardianto, 2010:178). Untuk mempermudah proses wawancara, peneliti akan menggunakan *interview guide* agar wawancara berjalan secara terstruktur sesuai data yang akan di butuhkan.

b. Dokumen

Data penelitian naturalistik diperoleh dari sumber bukan manusia, diantaranya dokumen dan bahan statistik. Dokumen terdiri atas tulisan pribadi, seperti buku harian, surat-surat, dan dokumen resmi (Ardianto, 2010 : 185).

c. Observasi

Teknik observasi yang akan dipergunakan adalah *Nonparticipant Observation* (Pengamatan Nonpartisipasi). Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Ruslan, menjelaskan observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda-benda), atau kajian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau kelompok dengan individu-individu yang diteliti (Ruslan, 2006:34). Sedangkan *Nonparticipant Observation* (Pengamatan Nonpartisipasi) adalah peneliti melakukan observasi pengumpulan data dan informasi tanpa melibatkan diri, atau

tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial/ organisasi yang diamati (Ruslan, 2006:36).

## 5. Metode Analisis Data

Setelah peneliti mendapatkan keseluruhan data yang diperoleh, maka peneliti akan melakukan analisis data, agar data yang di dapat mudah di baca dan di fahami.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification* (Sugiyono, 2013:246).

### a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hak yang penting, dicari tema dan polaya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2013:249).

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data, peneliti mendefinisikan model sebagai suatu kesimpulan informasi yang tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif adalah *teks naratif* (Ardianto, 2013:223).

c. *Conclusion Drawing/ Verification*

Dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang memungkinkan alur sebab-akibat, dan proporsisi-proporsisi (Ardianto, 2013:223).

**6. Keabsahan Data**

Kriteria utama dari hasil penelitian kualitatif adalah, valid, reliabel dan obyektif. Keabsahan data memerlukan adanya validitas dan reabilitas. Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010:267). Maka hasil yang didapat harus sesuai dengan kejadian nyata yang terjadi di lapangan. Reabilitas diartikan sebagai penelitian yang dapat dipercaya dan dilaksanakan penuh kejujuran dan dapat dibuktikan akurasinya (Ardianto, 2013:196).

Untuk mendukung adanya validitas dan reabilitas, penelitian ini menggunakan pengujian secara triangulasi, triangulasi diartikan dengan

pengecekan data dari berbagai sumber, cara, serta berbagai waktu (Sugiyono, 2010:273). Dengan teknik triangulasi, peneliti dapat lebih meningkatkan kekuatan data yang akan didapat di lapangan, serta data yang diperoleh akan semakin lengkap. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumen sebagai instrumen penting dalam triangulasi data. Penelitian ini triangulasi wawancara dilakukan kepada beberapa orang yang mampu menjawab pertanyaan terkait hal CSR operasi katarak yang dilaksanakan. Berikut adalah nama-nama informan yang dapat peneliti jadikan sebagai teriangulasi sumber data wawancara,

**Tabel 1****Nama Informan untuk Triangulasi Sumber Data**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Status/Jabatan</b>	<b>Intansi / Alamat</b>
1	Prof. Dr. Arif Faisal, Sp. Rad(K),DHSM	Direktur Utama	RSA UGM
2	Dr. Firman Setya Wardhana, Mkes, SpM	Perwakilan dari PERDAMI / Bedahara PERDAMI	PERDAMI cabang Yogyakarta
3	Dr. Tri Winarti	Ketua panitia bakti sosial di RSA UGM	RSA UGM & PERDAMI cabang Yogyakarta
4	Drs. Agung Armawanta, M.T	Kordinator pelaksana bakti sosial HUT Kabupaten Sleman ke-100	Sekretaris Bapeda Pemerintah Kabupaten Sleman,
5	Drs. Mardiyana, M. Si.	Ketua II HUT Kabupaten Sleman ke-100	Pemerintah Kabupaten Sleman,
6	Rida Anita Yunikawati, S.Kep.,Ns	Sekretaris pelaksanaan CSR operasi katarak di RSA UGM	RSA UGM Yogyakarta
7	Kristian	Keluarga pasien	Jl. Magelang Km 4, Yogyakarta
8	Ibu Sariyati	Pasien	Kadisono, Margorejo, Tempel, Sleman.
9	Ibu Sukiyem	Pasien	Pugeran, Maguwoharjo, Sleman.
10	Harjo Sukarto	Pasien	Nggantiwarno,Klaten



Selain itu untuk triangulasi sumber data peneliti menggunakan data tertulis dari PERDAMI cabang Yogyakarta, berupa data daftar PERDAMI yang bekerjasama dengan Sido Muncul, daftar jumlah operasi katarak yang dijalankan PERDAMI cabang Yogyakarta dengan Sido Muncul. Selain itu peneliti juga menggunakan data tertulis dari RSA UGM, berupa data daftar nama Dokter yang menangani operasi katarak, susunan acara pada saat CSR operasi katarak pada 14-15 Mei 2015, serta data alur pelaksanaan operasi katarak. Peneliti juga menggunakan foto-foto kegiatan sebagai triangulasi sumber data saat peneliti melakukan observasi.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul langkah-langkah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempengaruhi pembentukan citra perusahaan, dapat ditarik kesimpulan yaitu langkah CSR operasi katarak yang dijalankan dapat membantu pencapaian kesuksesan citra Sido Muncul hal tersebut terbukti dari CSR operasi katarak dapat mempengaruhi dimensi citra. Langkah-langkah yang dijalankan diantaranya:

##### 1. *Engagement*

Pada langkah ini dapat disimpulkan bahwa dengan Sido Muncul menjalankan proses *engagement* dapat mempengaruhi pembentukan dimensi citra diantaranya *dynamic* hal tersebut terlihat dengan masyarakat yang tertarik dengan Sido Muncul atas CSR yang dijalankan, selain itu terbentuk pula dimensi citra *cooperative* yang terbukti Sido Muncul mampu bekerjasama dengan berbagai pihak. Serta *engagement* mampu membentuk dimensi citra *business wise* dimana tahap tersebut membuat Sido Muncul mampu terhubung dan mengajak berbagai organisasi untuk sama-sama menjalankan kegiatan sosial.

##### 2. *Assessment*

Disimpulkan pada tahap ini dapat mempengaruhi pembentukan dimensi citra *dynamic* dan *character* yaitu melalui identifikasi masalah terlebih dahulu maka akan membentuk CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yang

kemudian akan membentuk karakter perusahaan yang baik serta etis serta setiap CSR yang dijalankan akan sesuai dengan tujuan yang ada.

### 3. *Plan of action*

Pada langkah ini dapat ditarik kesimpulan dapat mempengaruhi pembentukan dimensi citra *cooperative* dan *withdrawn* dimana melalui MOU yang mereka bentuk pada tahap *plan of action* akan membentuk citra perusahaan baik dengan memperhatikan setiap hal secara penuh kehati-hatian dan teliti saat menjalankan CSR agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan pihak-pihak yang bekerjasama.

### 4. *Action*

*Action* yang dilakukan Sido Muncul dapat mempengaruhi pembentukan dimensi citra *cooperative*, *Character*, serta *Successful*, yaitu *action* membuktikan bahwa Sido Muncul adalah perusahaan yang mampu bekerjasama dengan baik serta bertanggung jawab, selain itu Sido Muncul juga memiliki tanggung jawab 100% dalam mendanai CSR operasi katarak yang mereka jalankan.

### 5. *Evaluation, Termination or Revormation*

*Evaluation* secara internal yang mereka lakukan setelah setiap CSR operasi katarak yang Sido Muncul jalankan dapat mengukur sejauh mana dimensi citra *character* mereka terbentuk, jika semua sesuai dengan tujuan dan tepat sasaran maka akan terbentuk citra serta reputasi perusahaan yang positif.

CSR yang dijalankan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk telah melalui langkah-langkah menjalankan CSR yang sesuai, yaitu *Engagement*,

*Assessment, Plan of action, Evaluation and Termination or Reformation* dimana hal tersebut mempengaruhi pembentukan CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan hal tersebut sejalan dengan visi dan misi Sido Muncul. Penerapan pola strategi pada CSR operasi katarak yaitu *Mixed Type* sehingga Sido Muncul tidak harus melaksanakan langkah-langkah CSR secara mandiri, namun juga dapat dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait.

Langkah-langkah CSR yang dijalankan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mampu mempengaruhi pembentukan citra perusahaan yang mencakup seluruh dimensi citra, diantaranya *Dyemonic, Cooperative, Business wise, Character, Successful, and Withdrawn* yang kemudian dapat membawa begitu banyak dampak positif bagi Sido Muncul.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk khususnya pada program kegiatan CSR operasi katarak, peneliti memberikan saran sebagai alternative program yang dijalankan ataupun untuk perusahaan secara pribadi:

1. Jangkauan program CSR operasi katarak yang dijalankan Sido Muncul sebaiknya lebih diperluas, karena masih banyak kota dipelosok Indonesia yang belum pernah menjadi sasaran program CSR operasi katarak dikarenakan daerah yang susah untuk dijangkau. Khususnya daerah pelosok di pesisir pantai, yang masyarakatnya berpotensi mengalami katarak akibat terlalu seringnya

mata terpapar sinar matahari secara langsung tanpa menggunakan perlindungan apapun.

2. Paparkan jadwal diadakannya operasi katarak pada web resmi Sido Muncul, sehingga masyarakat akan lebih mudah untuk mengetahuinya dan dapat saling mengabarkan kepada yang membutuhkan, hal ini dapat menjadi solusi dari susahny mencari pasien untuk mengikuti operasi katarak, khususnya pada daerah perkotaan.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim. Penerbit Menara Kudus

### **Buku**

Ambadar, Jackie. 2008. *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media kopuntindo.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of PR (Public Relations): Pengantar Komperhensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.

Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Cultip, Scott M; Center, Allen H; Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations (edisi kesembilan)*. Jakarta: PT Indeks kelompok Gramedia.

Darmastuti, Rini. 2007. *Etika PR dan E-PR*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Effendy, Onong U. 2005. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Effendi, Muhammad Arief. 2009. *The Power Of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ishak, Aswad (ed). Budi, Setio (ed). 2011. *Public Relations & Corporate Social Responsibility*. ASPIKOM.

- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PTRemaja Rosdakarya
- Nurjaman, Kadar. Umam, Khaerul. 2012. *Komunikasi & public relations*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Picton, D, A. Broderick. 2001. *Integrated Marketing Communications*. Canada: Lexis Nexis.
- Prajarto, Nunung (ed). 2012. *CSR Indonesia : sinergi pemerintah, perusahaan, dan publik*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Prastowo, Joko. Huda, Miftachul. 2011. *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Untung, Hendrik B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

### **Skripsi**

- Putri, Febriana Permata. 2012. *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Mempertahankan Citra*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Romadanniyati, Wulan. 2012. *Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Positif (Studi Korelasi PT Tiga Pilar Sejahtera pada Masyarakat Desa Sepat, Kecamatan Masaran, Kabupaten Seragen)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

### **Jurnal**

Muhadjir. Qurani, Gita Fitri. 2011. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Presepsi Nasabah Bank dan Dampaknya terhadap Corporate Image*. *Journal The Winners*. Volume 12. Nomor 2, September 2011, 180-195.

### **Internet**

[www.sidomuncul.com](http://www.sidomuncul.com)

[www.perdami.or.id](http://www.perdami.or.id)

[www.rmol.com/Indonesia-Negara-dengan-jumlah-penderita-latarak-tertinggi-di-Asia-Tenggara.html](http://www.rmol.com/Indonesia-Negara-dengan-jumlah-penderita-latarak-tertinggi-di-Asia-Tenggara.html)

[www.beritasatu.com/kesehatan/309830-jumlah-penderita-katarak-di-Indonesia-disebut-tertinggi-di-asia-tenggara.html](http://www.beritasatu.com/kesehatan/309830-jumlah-penderita-katarak-di-Indonesia-disebut-tertinggi-di-asia-tenggara.html)

[www.wartaekonomi.co.id/berita68429/bos-sido-muncul-ceritakan-kronologis-kasusu-tolak-angin-di-as.html](http://www.wartaekonomi.co.id/berita68429/bos-sido-muncul-ceritakan-kronologis-kasusu-tolak-angin-di-as.html)

<http://www.dexa-medica.com/id/news-media/news-update-Dexa-Medica-Produksi-Bahan-Baku-Aktif-Obat-Herbal-Indonesia>



Lokasi yang telah digunakan untuk operasi katarak sejak tahun 2011 hingga 2016 kerjama PERDAMI cabang Yogyakarta dengan Sido Muncul diantaranya:

<b>Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2011</b>			
NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	3 Februari	RSUB Sudirman Yogyakarta	39
2	20 Februari	RS Puri Husada Sleman	62
3	20 Maret	RS ST Yusuf Boro Kulon Progo Yk	44
4	26 Maret	RS Bethesda Yogyakarta	49
5	10 April	RS Emanuel Kalampok Banjarnegara	44
6	27 April	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	13
7	1 Mei	BP Mudhita Cilacap	61
8	15 Mei	RS Bethesda Yogyakarta	66
9	26 Mei	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	11
10	29 Mei	RSUD Karang Anyar	50
11	5 Juni	PKU Muh. Waters Kulonprogo	27
12	12 Juni	RS Ngesti Waluyo Parakan	49
13	25-26 Juni	RS Ansari Saleh Kalimantan	81
14	16-17 Juli	RS Sekadau Kalimantan Barat	108
15	19 Juni	BKMN Mudita Cilacap	9
16	30 Juni	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	10
17	24 Juli	RSI Kaltan Jawa Tengah	35
18	27 Juli	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	8
19	30 Juli	BKMN Mudita Cilacap	11
20	11 September	RS Happy Land Yogyakarta	44
21	18 September	BKMN Mudita Cilacap	68
22	25 September	RSUD Wates Kulon Progo	38
23	5 Oktober	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	10
24	26 Oktober	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	18
25	8 November	RS Dr. Sardjito Yogyakarta	11
26	26 November	RSUD Wates Kulon Progo	25
27	4 Desember	PKU Gombong	72
28	18 Desember	BKMN Mudita Cilacap	30
Jumlah			1093

**Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2012**

NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	1 Februari	RS Dr. Sardjito	10
2	28 Februari	RS Dr. Sardjito	9
3	2 Maret	RS. Soeradji Tirtonegro Klaten	37
4	3 Maret	RS. Patmasuri Yogyakarta	46
5	11 Maret	RS. Puri Husada Yogyakarta	38
6	5 Apri	RS Dr. Sardjito	10
7	15 Apri	RS. Akademik Yogyakarta	51
8	25 Apri	RS Dr. Sardjito	13
9	29 Apri	RS. Betesda Yogyakarta	56
10	7 Mei	RSUD. Wonosari Yogyakarta	10
11	12 Mei	RS. Emanuel Klampo Banjarnegara	32
12	13 Mei	RSIA. Aisyah Purworedjo	47
13	20 Mei	BKKM Mudita Cilacap	80
14	27 Mei	RS. Sendangsono Boro Kulonprogo	26
15	30 Mei	RS Dr. Sardjito	11
16	1-2 Juni	RS. Sekadau Kalimantan	111
17	9 Juni	RS Dr. Sardjito	15
18	11-16 Juni	RS. Wordward dan Betesda Palu Sulawesi	113
19	17 Juni	RS. Nur Hidayah Bantul	52
20	19 Juni	RS Dr. Sardjito	9
21	22-24 Juni	RS. Ansari Shaleh Banjarmasin	101
22	26 Juni	RS. Bayangkara Yogyakarta	49
23	30 Juni	RS Dr. Sardjito	10
24	1 Juli	RSI Klaten	49
25	14 Juli	RS Dr. Sardjito	29
26	15 Juli	BKMN Mutida Cilacap	63
27	9 September	RS. Hidayatullah Yogyakarta	46
28	22 September	RS Dr. Sardjito	25
27	23 September	RSUD. Wirosaban Yogyakarta	23
29	30 September	BP. Mudia Cilacap	69
30	5-12 Oktober	RS. Gabriel Maumere NTT	100
31	14 Oktober	RSUD. Wates Kulon Progo	31
32	17 Oktober	RSUD. Salatiga	28

33	29 Oktober	RSJ. Magelang	33
34	31 Oktober	RS Dr. Sardjito	17
35	4-November	RSUD. Karangayar	34
36	29-30 November	RST. Atambua NTT	62
37	2 Desember	PKU. Muh. Gombong	77
38	9 Desember	RS. Puri Husada Yogyakarta	36
39	16 Desember	RSI. Fatimah Cilacap	98
40	22 Desember	RS Quen Latifa	24
41	23 Desember	RS. Betesda Yogyakarta	58
<b>Jumlah</b>			<b>1838</b>

**Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2013**

NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	11 Februari	RS Dr. Sardjito	13
2	24 Februari	BP. Mudita Cilacap	73
3	9 Maret	RS. Puri Husada Yogyakarta	37
4	17 Maret	RS. Fatima Cilacap	49
5	24 Maret	NIAS	76
6	3 April	RS. Nur Hidayah Bantul	49
7	7 April	Metro Lampung	72
8	9 April	RSIA. Aisyiyah Gombong	32
9	9 April	Yonif 421 Raider Purworedjo	58
10	10 April	RSDU. Rengat Riau	111
11	14 April	RSI. Hidyahatullah Yogyakarta	46
12	16 April	RST Magelang	67
13	17 April	RST Magelang	74
14	21 April	RSUD. Anshari Saleh Banjarmasin	123
15	28 April	AKMIL Magelang	48
16	5 Mei	RS Dr. Sardjito	38
17	12 Mei	RS. Betesda Yogyakarta	37
18	14-17 Mei	RS. Sekadau dan Malawi Kalimantan	222
19	29 Mei	RS Dr. Sardjito	29
20	9 Juni	RSIA. Asiyiyah Puerworedjo	50
21	23 Juni	RS. Bayangkara Yogyakarta	57
22	30 Juni	RSI. Klaten	58

23	20-21 Agustus	RS. Mardi Waluyo Lampung	107
24	24-25 Agustus	RS. Sinar kasih Purwoerto	60
25	8 September	RS. Boro Kulon Progo	55
26	13-15 September	RSUD. Landak Pontianak	62
27	22-Sep	RS. Parakan Temanggung	73
28	29-Sep	RSUD. Karanganyar	50
<b>Jumlah</b>			<b>1826</b>

**Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2014**

NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	16 Februari	RST. Magelang	16
2	16 Maret	RS Banyumas	35
3	23 Maret	RS Bethesda Yogyakarta	49
4	6 April	RS Bethesda Yogyakarta	51
5	13 April	RSUD Banjarnegara	26
6	27 April	RS Mardi Waluyo Lampung	121
7	11 Mei	RS Aisyiyah Purworejo	39
8	8 Juni	RS Nur Hidayah Bantul	52
9	14-15 Juni	RSUD Ketapang Kalimantan	101
10	2 September	RS Dr Sardjito	7
11	14 September	RS Pertamina Cilacap	88
12	21 September	RS Ngesti Waluyo Parakan	46
13	10 Oktober	RS Dr Sardjito	4
14	16 November	RS PKU Muhammadiyah Gombong	49
15	23 November	RS Ngesti Waluyo Parakan	40
16	21 Desember	RS Santo Yusuf Boro	52
17	24 Desember	RS Dr Sardjito	7
<b>Jumlah</b>			<b>783</b>

**Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2015**

NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	24 Maret	RS KIA Purworedjo	62
2	27 Mei	RS Dr. Sardjito	20
3	16 Juni	Puskemas 1 Ngemplak Sleman	20
4	1-4 Agustus	RSUD Schoolo Keyen Sorong Selatan	78
5	23 Agustus	BP Mudita Cilacap	70
6	6 September	RSUD Wates Kulon Progo	39
7	13 September	RSUD KRT Setyonegoro Wonosobo	56
8	20 September	PKU Muhammadiyah Gombong	53
9	27 September	RS Bethesda	69
10	30 September	RST DKT Yogyakarta	22
11	29 Oktober	Puskesmas Mlati 2 Sleman	25
12	1 November	RS Aisyiyah Muntilan	39
13	15 November	RSA UGM Yogyarta	52
14	20 November	RS Ngesti Waluyo Parakan	35
15	6 Desember	RS Puri Husada Sleman	26
<b>Jumlah</b>			<b>666</b>

**Tabel pelaksanaan CSR operasi katarak PERDAMI cabang Yogyakarta dengan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk Tahun 2016**

NO	Tanggal	Lokasi	Jumlah mata yang dioperasi
1	20 Maret	RS Pertamina Cilacap	59
2	24 April	RSUD Sleman	40
3	15 Mei	RSA UGM Yogyakarta	24
4	22 Mei	RS KIA Purworedjo	
5	7 Agustus	RS Bethesda Yogyakarta	
6	21 Agustus	RSUD Wates Kulon Progo	
7	28 Agustus	RS PKU Muhammadiyah Gombong	
8	16 Oktober	RS Aisyiyah Muntilan	
<b>Jumlah</b>			<b>123</b>

Sumber: Data PERDAMI cabang Yogyakarta

### **Interview guide untuk PR Sido Muncul**

Nama: Dra. Hj. Nanik R Sunarso

NO	PERTANYAAN
1	Sejak kapan PT Sido Muncul memiliki departemen PR?
2	Apakah peran dan fungsi PR di PT Sido Muncul baik internal dan eksternal?
3	Pada departemen PR PT Sido Muncul terbagi dalam difisi apa saja?
4	Apakah PR PT Sido Muncul memiliki kode etik tersendiri dalam menjalankan setiap tugas dan aktivitasnya?
5	Bagaimana peran dari PR pada kegiatan CSR yang dilaksanakan PT Sido Muncul?
	<b>CSR</b>
6	Menurut anda apa itu CSR?
7	Apakah menurut anda CSR itu penting bagi perusahaan?
8	Sejak kapan PT Sido Muncul menjalankan program CSR?
9	Apakah yang melatar belakangi PT Sido Muncul melaksanakan CSR?
10	Apakah Tujuan CSR dari PT Sido Muncul selain hanya untuk memenuhi peraturan pemerintah saja mengentai UUPT pasal 74 no. 40 tahun 2007?
11	CSR apa saja yang telah di lakukan? Sudah mencakup <i>Triple Bottom Line</i> ?
12	Apakah manfaat yang di dapat oleh PT Sido Muncul setelah melaksanakan CSR?
	<b>CSR operasi katarak</b>
13	Sebelum malaksanakan program CSR operasi katarak apakah PT Sido Muncul melakukan pendekatan terlebih dulu kemasyarakat untuk mengetahui fenomena yang terjadi?
14	Apakah pembuatan CSR operasi katarak berdasarkan permasalahan yang terjadi di masyarakat?
15	Adakah kriteria tertentu pada suatu wilayah untuk menjalakan CSR operasi katarak?

16	Apakah pelaksanaan program CSR operasi katarak menyesuaikan dengan Visi Misi PT Sido Muncul?
17	Ketika anda melaksanakan program CSR operasi katarak perusahaan bekerja sama dengan mana saja?
18	Bagaimana sistim kerjasama yang anda terapkan untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain? Sido Muncul yang mengajak atau Sido Muncul ditawarkan untuk ikut serta dalam pelaksanaan program?
19	Adakah bentuk standar keberhasilan dalam setiap pelaksanaan program CSR operasi katarak?
20	Kendala apa saja yang anda alami selama melaksanakan CSR operasi katarak? Dan bagaimana anda mengatasinya?
21	Apakah menurut anda yang perlu diperbaiki setelah sekian lama CSR operasi katarak diadakan secara terus menerus, agar CSR tersebut menjadi lebih baik?
	<b>Citra</b>
22	Bagaimana anda memberikan informasi kepada masyarakat bahwa PT Sido Muncul mengadakan CSR operasi katarak agar masyarakat mau mengikuti program tersebut?
23	Adakah kebijakan tertentu menurut PT Sido Muncul untuk menjalankan program CSR operasi katarak yang menjadi standar perusahaan anda?
24	Dari mana asal dana program CSR operasi katarak? 100% dari PT Sido Muncul, atau PT Sido Muncul membuka kesempatan untuk para donatur menyalurkan dana untuk program sosial?
25	Berapa anggaran dana yang PT Sido Muncul sediakan untuk melaksanakan kegiatan CSR ?  Khusus CSR operasi katarak anggaran dananya berapa?

**Interview guide untuk PERDAMI Cabang Yogyakarta**

Nama: Murti Cahyana Putra, S.E

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana alur pelaksanaan kerjasama CSR operasi katarak dengan Sido Muncul?
2	Bagaimana alur pemberian informasi bahwa PERDAMI dan Sido Muncul mengadakan CSR operasi katarak ?
3	Bagaimana cara mencari pasien? Mendaftar atau mencari?
4	Bagaimana sistim kerjasama dengan lokasi diadakannya CSR operasi katarak?
5	Alur pelaksanaan operasi bagaimana?
6	Apakah setelah diadakan operasi ada tindakan penanganan selanjutnya?
7	Apa saja kendala yang dihadapi saat pelaksanaan CSR operasi katarak? Dan bagaimana mengatasinya?
8	Adakah target yang harus dicapai saat operasi katarak berlangsung?
9	Untuk penentuan tanggal operasi berdasarkan apa?
10	Bagaimana pendapat dari PERDAMI mengenai CSR operasi katarak yang diadakan oleh Sido Muncul?
14	Adakah kritik dan saran PERDAMI untuk PT Sido Muncul dalam pelaksanaan CSR operasi katarak, agar kedepannya program tersebut menjadi lebih baik?



**Interview guide untuk Pemerintah Kabupaten Sleman**

Nama: Drs. Agung Armawanta, M.T

No	Pertanyaan
1	Bagaimana alur kerjasama Pemkab (Pemerintah Kabupaten) Sleman dengan Perdami, RSA UGM dan Sido Muncul?
2	Bagaimana proses perencanaan pelaksanaan CSR operasi katarak di RSA UGM?
3	Bagaimana peran sosialisasi Pemkab Sleman bahwa akan diadakan CSR operasi katarak?
4	Bagaimana peran Pemkab saat diadakannya CSR operasi katarak di RSA UGM?
5	Adakah kendala saat proses CSR operasi katarak berlangsung?
6	Mengapa Pemkab Sleman tertarik mengadakan CSR operasi katarak, sebagai rangkaian acara HUT 1 Abad Kabupaten Sleman ?
7	Adakah Evaluasi setelah diadakannya CSR operasi katarak lalu?
8	Bagaimana tanggapan Pemkab Sleman mengenai kegiatan CSR operasi katarak lalu?
9	Dari mana sumber dana diadaknya CSR operasi katarak?
10	Bagaimana tanggapan kerjasama dengan Sido Muncul, mengenai kegaitan CSR operasi katarak?
11	Adakah saran untuk kegaitan CSR operasi katarak mendatang agar menjadi lebih baik?
12	Bagaimana tanggapan anda mengenai perusahaan Sido Muncul?

***Interview guide untuk RSA UGM***

Nama: Rida Anita Yunikawati, S.Kep.,Ns

No	Pertanyaan
1	Bagaimana alur kerjasama RSA UGM dengan PERDAMI, Sido Muncul dan Pemkab Sleman?
2	Bagaimana proses perencanaan pelaksanaan diadakannya CSR operasi katarak di RSA UGM?
3	Bagaimana peran RSA UGM dalam memberikan informasi ke Masyarakat bahwa RSA UGM akan menadakan CSR operasi katarak?
4	Bagaimana peran RS UGM saat diadakannya operasi katarak?
5	Apakah terdapat kendala dalam pelaksanaan operasi katarak?
6	Mengapa RS UGM mau menerima tawaran kerjasama diadakannya CSR operasi katarak dengan pihak-pihak yang terkait?
7	Adakah evaluasi setelah diadakannya operasi katarak?
8	Apa tanggapan RSA UGM atas Sido Muncul setelah diadakannya CSR operasi katarak?
9	Adakah saran untuk CSR operasi katarak kali ini agar kedepannya menjadi lebih baik?
10	Bagaimana hubungan kerjasama RSA UGM dengan Sido Muncul?

***Interview guide untuk Direktur Utama RSA UGM***

Nama: Prof. Dr. Arif Faisal, Sp. Rad(K).,DHSM

No	Pertanyaan
1	Taggapan Anda mengenai kegiatan ini seperti apa?
2	Pandangan anda mengenai Sido Muncul?

***Interview guide untuk Perwakilan Dokter PERDAMI cabang Yogyakarta***

Nama: dr. Firman Setya Wardhana, Mkes, SpM

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
1	Penyebab katarak di Indoensia itu apa, mengapa jumlah penderita katarak di Indonesia masih sangat tinggi?
2	Kisaran biaya untuk operasi katarak jika dilakukan secara mandiri?
3	Tanggapan anda mengenai Sido Muncul bagaimana?
4	Tanggapan anda terhadap obat herbal dari sido muncul seperti apa?

***Interview guide untuk Pasien yang Mengikuti CSR operasi Katarak***

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
1	Tanggapan anda mengenai kegiatan ini bagaimana?
2	Bagaimana anda mendapatkan informasi jika di sini diadakan operasi katarak?
3	Tanggapan anda mengenai Sido Muncul bagaimana?

## SUSUNAN PANITIA CSR OPERASI KATARAK DI RSA UGM 14-15 MEI 2016

Pelindung	: Prof. Dr. dr. Elisabeth Siti Herini, Sp.A(K)
Koordinator umum	: dr. Tri Winarti
Koordinator skrining	: PERDAMI
Koordinator kamar operasi	: Anita Ruswati, S.Kep.,Ns
Koordinator post operasi	: PERDAMI
Sekretaris	: Rida Anita Yunikawati, S.Kep.,Ns
Bendahara	: Meyzadia Aldini, SKM
Sie Perlengkapan Non Medis	
Sie RM	: 1. Dani Widyastuti, A.Md 2. Nani Dwi Jayati, A.Md 3. Endah Sulistyowati, A.Md
Sie Perlengkapan	: 1. Drs.Supriyanto, MPA 2. Bambang Suwanda, S.IP 3. Ikhwan Muhamad, S.T., M.Eng 4. Theodora Rinda Pradista 5. Anang Surawan 6. Bimo Nur Abiantoro, S.E 7. Suparmo 8. Ngatimin
Sie Obat dan Alkes	: 1. Anggraini Citra Ryshang Bathari, S.Farm., Apt 2. Shindy Pranacelia, Amd., Farm 3. Syamsiar Ristikawati, Amd., Far 4. Dzikrina Imanita, S.Farm., Apt 5. Dewi Latifatul Ilma, S.Farm., Apt
Sie Acara	: Teti Prihatini, A.Md
Sie Dokumentasi	: Muhammad Saefuddin, S.Pd
Sie Konsumsi	: Yudi Asih Sulistyani

(Sumber: Data RSA UGM Yogyakarta)

## SUSUNAN PERSONALIA

### PANITIA PERINGATAN HARI JADI KE-100 KABUPATEN SLEMAN

NO	NAMA	JABATAN/INSTANSI	KEDUDUKAN DALAM PANITIA
<b>A.</b>	<b>PEMBINA</b>		
1.	Sri Purnomo	Bupati	Pembina
2.	Sri Muslimatun	Wakil Bupati	Pengarah
3.	Drs. Iswoyo Hadiwarno	Pj. Sekretaris Daerah	Ketua

#### Tim Inti

<b>B.</b>	<b>PELAKSANA</b>		
1.	R. Djoko Handoyo, S.H.	Asisten Sekda. Bidang Administrasi	Penanggung Jawab
2.	Sukarno, S.H., M.Si.	Ka. Bagian Umum Sekretariat Daerah	Ketua Umum
3.	Drs. Susmiarto, M.M.	Ka. Bagian Organisasi Sekretariat Daerah	Ketua I
4.	Drs. Mardiyana, M.Si.	Ka. Bagian Pemerintahan Desa Sekretariat Daerah	Ketua II
5.	Dra. Endang Widowati	Kepala Bagian Tata Pemerintahan Sekretariat Daerah	Ketua III
6.	Wisnu Wardoyo, S.Si.	Ka. Subbagian Tata Usaha Bagian Umum Sekretariat Daerah	Sekretaris I
7.	Hanny Utami Dewi	Staf Bagian Umum Sekretariat Daerah	Sekretaris II
8.	Dyah Sulistyastuti, S.Sos., M.M.	Ka. Subbagian Keuangan Bagian Umum Sekretariat Daerah	Bendahara I
9.	Lidwina Sulanjari Mangesti Sari	Staf Bagian Umum Sekretariat Daerah	Bendahara II
10.	Pardjono, SIP.	Ka. Subbagian Rumah Tangga Bagian Umum Sekretariat Daerah	Perlengkapan dan Akomodasi

## Bidang Bakti Sosial

1.	Drs. Agung Armawanta, M.T.	Sekretaris Bappeda	Koordinator Bidang Bakti Sosial
2.	Ngadiman, S.Ag, M.Si	Kepala Subbagian Sosial Kemasyarakatan, Sekretariat Daerah	Wakil Koordinator
3.	Drs. Hardiman, M.Si	Kepala Bidang Pencatatan Sipil, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	Anggota
4.	Drs. Surono, M.Si	Kepala Bidang Kesejahteraan Sosial, Dinas Tenaga Kerja dan Sosial	Anggota
5.	Ir. Rin Andrijani, MT	Kepala Bidang Perizinan Bangunan, Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu	Anggota
6.	dr. Widya Prafitri Rasmiyati, M.Sc	Dokter Pertama Spesialis Mata Rumah Sakit Umum Daerah Sleman	Anggota
7.	Dra. Dwi Wiharyanti, M.Si	Kepala Subbidang Pelayanan + Berencana, Badan Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat, dan Pemberdayaan Perempuan	Anggota
8.	H. Nur Huda, S.Ag., M.Si.	Kepala Seksi Bimas Islam Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sleman	Anggota
9.	M. Wazid, M.A.	Penyusun Anggaran dan Program Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sleman	Anggota
10.	Drs. Kriswanto, M.Sc.	Ketua Paguyuban Mantan Pejabat	Anggota
11.	Ahmad Subhan, S.T.	Kepala Seksi Perumahan Swadaya, Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan	Anggota
12.	Widodo, AP., M.T.	Ka. Seksi Pengadaan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah	Anggota
13.	Dra. Elviana Lasso	Ka. Seksi Bina Sosial Dinas Tenaga Kerja dan Sosial	Anggota

14.	Sudaryanto	Staf Bagian Administrasi dan Pengendalian Pembangunan Sekretariat Daerah	Anggota
-----	------------	--	---------

(Sumber: Data Pemerintah Kabupaten Sleman)





Pasien sedang menunggu untuk operasi katarak (Foto Pribadi)



Foto bersama setelah diadakan prosesi ceremonia acara (Foto Pribadi)





Foto bersama Dirut RSA UGM Prof. Dr. Arif Faisal, Sp. Rad(K), DHSM (Foto Pribadi)



Ibu Sukiye, salah satu pasien yang akan mengikuti operasi katarak (Foto Pribadi)



Foto bersama Senior PR Manager PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk ibu Dra. Hj. Nanik R Sunarso (Foto Pribadi)



Foto bersama ketua pelaksana CSR operasi katarak di RSA UGM dr. Tri Winarti (Foto Pribadi)



Kepada Yth,  
Drs. H: Ahmadi, M.M  
Ka Bag. Tata Usaha  
Univeritas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Jl. Marsda Adisucipto  
Yogyakarta

Dengan hormat,  
Dengan ini kami menerangkan bahwa :

Nama : Anna Hanifah  
NIM : 12730079  
Semester : VIII/2015/2016  
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Telah melaksanakan penelitian di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada Maret-April 2016 dalam rangka menyusun skripsi dengan judul:

“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) untuk Meningkatkan Citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk (Studi Deskriptif Kualitatif di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada program CSR Operasi Katarak Gratis) ”

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,



Nanik R. Sunarso  
Senior PR Manager

*Melaleuca  
leucadendra L*

**PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL Tbk**  
HERBAL MEDICINE INDUSTRY

Head Office : Gedung Menara Suara Merdeka Lt. 16, Jl. Pandanaran No.30 Semarang 50134 - Indonesia • Telp. (62-24) 7692 8811 (Hunting) • Fax. (62-24) 7692 8815  
Branch Office : GRHA MUNCUL MEKAR, Jl. Panjang Arteri Kelapa Dua No. 27 Kebon Jeruk - Jakarta Barat 11550 • Telp (62-21) 5367 9629, 5367 9902, 5367 9959 • Fax. (62-21) 5367 9892  
Factory : Jl. Soekarno Hatta Km. 28, Kecamatan Bergas - Klepu, Semarang 50552 - Indonesia • Tel. (62-298) 523 515 • Fax. (62-298) 523 509

[www.sidomuncul.co.id](http://www.sidomuncul.co.id)



UNIVERSITAS GADJAH MADA  
RUMAH SAKIT UNIVERSITAS GADJAH MADA

Jl. Kabupaten (Lingkar Utara), Kronggahan, Trihanggo, Gamping, Sleman, Yogyakarta 55291  
Telp: (0274) 4530404, Fax: (0274) 4530606, Website: rsa.ugm.ac.id, Email: rsa@ugm.ac.id

Nomor : 1413/SB/Dir.b-RSUGM/VI/2016

15 Juni 2016

Lamp :-

Hal : Surat Balasan Pra Penelitian

Yth. **Kaprodi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**  
**Yogyakarta**

Dengan hormat,

Menanggapi surat nomor UIN.02/KP 073/PP.09/28/05/2016 perihal permohonan izin pra survey di Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada, dengan ini kami mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan pra penelitian dengan catatan bersedia menaati tata tertib dan peraturan yang berlaku di Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada. Adapun data mahasiswa sebagai berikut :


Nama : Anna Hanifah  
NIM : 1273007910  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Penelitian : Implementasi Corporate Social Responsible (CSR) untuk Meningkatkan Citra PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, TBK (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, TBK pada Program CSR Operasi Katarak Gratis)  
Tarif pra penelitian : S1/ sederajat (Rp 100.000,-)  
(Berdasarkan Keputusan Rektor UGM No.999/PII/SK/HT/2015)

Pembayaran dapat ditrasfer melalui :

Bank : Bank Mandiri  
Atas Nama : RSUGM-Penerimaan Penelitian  
No Rekening : 88888.000.82051318  
Bukti transfer dikirim : akademik.rsugm@ugm.ac.id, rina.rosady@ugm.ac.id, dan deviana@ugm.ac.id

Sebelum melaksanakan pra penelitian harap menghubungi staf Bagian Akademik dan Riset RS UGM dengan no telp (0274) 4530404. Mohon membawa pas foto ukuran 3 x 4 berwarna (2 lembar) serta materai 6.000 (1).

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Direktur SDM dan Akademik,  
  
Dr. Arief Budiyanto, Ph.D., Sp.KK (K)  
NIP 197004211997021001

Tembusan:

1. Direktur SDM dan Akademik
2. Kepala Bagian Akademik dan Riset
3. Kepala Bagian Keuangan
4. Yang bersangkutan





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.24.7504/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **ANNA HANIFAH**  
Date of Birth : **December 31, 1993**  
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **March 11, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	<b>48</b>
Structure & Written Expression	<b>38</b>
Reading Comprehension	<b>43</b>
<b>Total Score</b>	<b>430</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 11, 2016  
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005





## شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.22.12895/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Anna Hanifah  
تاريخ الميلاد : ٣١ ديسمبر ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٩ مارس ٢٠١٦، وحصلت على درجة :

٤٧	فهم المسموع
٤٨	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٢	فهم المقروء
٤٢٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكاكرتا، ٢٩ مارس ٢٠١٦



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١.٠٠٥





*Sertifikat*

NO: 119.PAN-OPAK.UNIV.LIN.YK.AA.09.2012

Diberikan kepada



Sebagai

Peserta OPAAK 2012



Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 dengan tema:

**MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;  
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA**

pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,

Pembantu Rektor III  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Dr. F. Ahmad Nita, S.Pd.  
NIP: 196009051986031006

Donan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Dg. Abdul Khalid  
Presiden Mahasiswa

Yogyakarta, 7 September 2012

Panitia OPAAK 2012  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Romel Masykuri  
Ketua Panitia





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

## SERTIFIKAT

No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0772/2013


**Diberikan Kepada:**  
**ANNA HANIFAH**

NIM : 12730079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

**Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran  
dengan Predikat :  
Baik (B)**

Yogyakarta, 07 November 2013  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

  
H. Andy Dermawan, M.Ag  
NIP. 19700908 20003 1 001



Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA**

# Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : ANNA HANIFAH  
NIM : 12730079  
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan  
**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**  
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013  
Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012  
a.n. Rektor  
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan



Yogyakarta, 19 September 2012  
a.n. Rektor  
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan  
Akhhmad Rifa'i, M.Phil.  
19600905 198603 1006





82

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

## SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.2327/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Anna Hanifah  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Yogyakarta, 31 Desember 1993  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730079  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

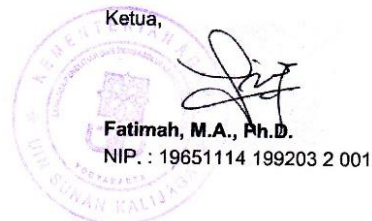
Lokasi : Sukoharjo  
Kecamatan : Ngaglik  
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 98,13 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,



**Fatimah, M.A., Ph.D.**  
NIP. : 19651114 199203 2 001

# Sertifikat

## PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : ANNA HANIFAH  
 NIM : 12730079  
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
 Jurusan/Prodi : ILMU KOMUNIKASI  
 Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	100	A
2	Microsoft Excel	100	A
3	Microsoft Power Point	90	A
4	Internet	100	A
Total Nilai		97.5	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



**P K S I**

Pusat Komputer & Sistem Informasi

Yogyakarta, 30 Mei 2013



**Pratiwi Fatwanto, S.Si., M.Kom.**

NIP. 19770103 200501 1 003



# Bertifikat



PERPUSTAKAAN  
UIN SUNAN KALIJAGA

Nomor: UIN.2/L.4/PP.00.9/2660/2012  
diberikan kepada:

*Anna Hanijah*

NIM.

sebagai

**PESERTA AKTIF**

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (*User Education*)  
pada Tahun Akademik 2012/2013 yang diselenggarakan  
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, Agustus 2012  
Kepala Perpustakaan,



M. Solihin Arianto, S.Ag., SIP., MLIS  
NIM. 19700906 199903 1 012

## Curriculum Vitae

Nama Lengkap : Anna Hanifah

Tempat & Tanggal Lahir : Sleman, 31 Desember 1993

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat Rumah : Candi Karang RT 02 RW 08, Sardonoharjo,  
Nanglik, Sleman, Yogyakarta

Telepon : 085726809894

Email : annahanifah31@gmail.com



### Riwayat Pendidikan Formal

- ❖ 2012 – Sekarang : Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2009 – 2012 : SMA Negeri 1 Pakem
- ❖ 2006 – 2009 : SMP Negeri 2 Ngaglik
- ❖ 2000 – 2006 : SD Negeri Sardonoharjo 1

### Pelatihan dan Kursus

- ❖ 2014 : English Course Ramadhan Class di Global English
- ❖ 2014 : English Course Golden Class di Global English
- ❖ 2015 : Kuliah Kerja Komunikasi di Departemen PR  
PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

## **Kemampuan**

- ❖ Kemampuan komputer (MS Word, MS Excel, Ms Power Point)
- ❖ Kemampuan Internet
- ❖ Kemampuan Fotografi
- ❖ Kemampuan MC (Master of Ceremony)

## **Pengalaman Organisasi**

- ❖ 2012 – sekarang : Neon Fotografi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2012 - sekarang : PRO (Public Relations Oriented) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2014 : Panitia Lomba Model Anak Tema The Beauty Of Indonesian Culture
- ❖ 2013 : Panitia Wellcoming Expo Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- ❖ 2015 : Panitia A Photo Marathon National Photography Competition On Anti Corruption Education
- ❖ 2009 – Sekarang : Karang Taruna Candi Karang RT 02 (Camp 02)



Kepada Yth,  
Drs. H: Ahmadi, M.M  
Ka Bag. Tata Usaha  
Univeritas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Jl. Marsda Adisucipto  
Yogyakarta

Dengan hormat,  
Dengan ini kami menerangkan bahwa :


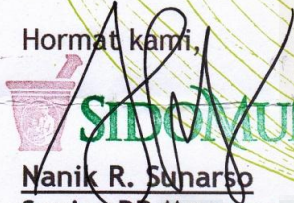
Nama : Anna Hanifah  
NIM : 12730079  
Semester : VIII/2015/2016  
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Telah melaksanakan penelitian di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada Maret-April 2016 dalam rangka menyusun skripsi dengan judul:

**"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) untuk Meningkatkan Citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk (Studi Deskriptif Kualitatif di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada program CSR Operasi Katarak Gratis) "**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,



Nanik R. Sunarso  
Senior PR Manager

*Melaleuca  
leucadendra L*

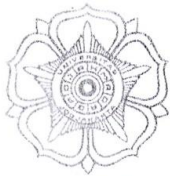
**PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL Tbk**  
HERBAL MEDICINE INDUSTRY

Head Office : Gedung Menara Suara Merdeka Lt. 16, Jl. Pandanaran No.30 Semarang 50134 - Indonesia • Telp. (62-24) 7692 8811 (Hunting) • Fax. (62-24) 7692 8815

Branch Office : GRHA MUNCUL MEKAR, Jl. Panjang Arteri Kelapa Dua No. 27 Kebon Jeruk - Jakarta Barat 11550 • Telp (62-21) 5367 9629, 5367 9902, 5367 9959 • Fax. (62-21) 5367 9892

Factory : Jl. Soekarno Hatta Km. 28, Kecamatan Bergas - Klepu, Semarang 50552 - Indonesia • Tel. (62-298) 523 515 • Fax. (62-298) 523 509

www.sidomuncul.co.id



UNIVERSITAS GADJAH MADA  
RUMAH SAKIT UNIVERSITAS GADJAH MADA

Jl. Kabupaten (Lingkar Utara), Kronggahan, Trihanggo, Gamping, Sleman, Yogyakarta 55291  
Telp: (0274) 4530404, Fax: (0274) 4530606, Website: rsa.ugm.ac.id, Email: rsa@ugm.ac.id

Nomor : 1413/SB/Dir.b-RSUGM/VI/2016

15 Juni 2016

Lamp : -

Hal : Surat Balasan Pra Penelitian

Yth. **Kaprodi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**  
**Yogyakarta**

Dengan hormat,

Menanggapi surat nomor UIN.02/KP 073/PP.09/28/05/2016 perihal permohonan izin pra survey di Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada, dengan ini kami mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan pra penelitian dengan catatan bersedia menaati tata tertib dan peraturan yang berlaku di Rumah Sakit Universitas Gadjah Mada. Adapun data mahasiswa sebagai berikut :

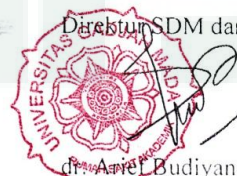
Nama : Anna Hanifah  
NIM : 1273007910  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Penelitian : Implementasi Corporate Social Responsible (CSR) untuk Meningkatkan Citra PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, TBK (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, TBK pada Program CSR Operasi Katarak Gratis)  
Tarif pra penelitian : S1/ sederajat (Rp 100.000,-)  
(Berdasarkan Keputusan Rektor UGM No.999/PII/SK/HT/2015)

Pembayaran dapat ditrasfer melalui :


Bank : Bank Mandiri  
Atas Nama : RSUGM-Penerimaan Penelitian  
No Rekening : 88888.000.82051318  
Bukti transfer dikirim : akademik.rsugm@ugm.ac.id, rina.rosady@ugm.ac.id, dan deviana@ugm.ac.id

Sebelum melaksanakan pra penelitian harap menghubungi staf Bagian Akademik dan Riset RS UGM dengan no telp (0274) 4530404. Mohon membawa pas foto ukuran 3 x 4 berwarna (2 lembar) serta materai 6.000 (1).

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.



Direktur SDM dan Akademik,

dr. Aniel Budiyanto, Ph.D., Sp.KK (K)   
NIP 197004211997021001

Tembusan:

1. Direktur SDM dan Akademik
2. Kepala Bagian Akademik dan Riset
3. Kepala Bagian Keuangan
4. Yang bersangkutan





82

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.2327/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Anna Hanifah  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Yogyakarta, 31 Desember 1993  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730079  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

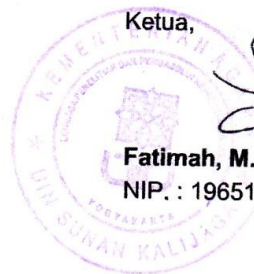
Lokasi : Sukoharjo  
Kecamatan : Ngaglik  
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 98,13 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,



*[Signature]*  
**Fatimah, M.A., Ph.D.**

NIP. : 19651114 199203 2 001



# Sertifikat

## PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada



**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**P K S I**

Pusat Komputer & Sistem Informasi

Nama : ANNA HANIFAH  
NIM : 12730079  
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jurusan/Prodi : ILMU KOMUNIKASI  
Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	100	A
2	Microsoft Excel	100	A
3	Microsoft Power Point	90	A
4	Internet	100	A
Total Nilai		97.5	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Yogyakarta, 30 Mei 2013



Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.

NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA**

# Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : ANNA HANIFAH  
NIM : 12730079  
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan  
**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**  
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013  
Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012  
a.n. Rektor  
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan





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

## SERTIFIKAT

No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0772/2013

**Diberikan Kepada:**  
ANNA HANIFAH

NIM : 12730079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran  
dengan Predikat :  
**Baik (B)**

Yogyakarta, 07 November 2013

a.n.Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

  
H. Andy Dermayan, M.Ag  
NIP. 19700908 20003 1 001



# Sertifikat

NO: 119.PAN-OPAK.UNIV.UIN.YK.AA.09.2012

Diberikan kepada

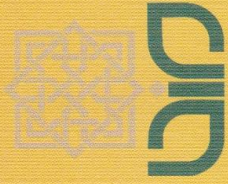


Sebagai

Peserta OPAAK 2012

Pembantu Rektor III  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Dr. U. Ahmad Sya'ie, S.H., M.P.H.  
NIP: 196009051986031006



Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012  
yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik &  
Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 dengan tema:

MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;  
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA

pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,

Yogyakarta, 7 September 2012

Deman Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Abdul Khalid  
Presiden Mahasiswa

Panitia OPAAK 2012  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Ronel Maspkuri  
Ketua Panitia





## شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.22.12895/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Anna Hanifah :

تاريخ الميلاد : ٣١ ديسمبر ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٩ مارس ٢٠١٦، وحصلت  
على درجة :

٤٧	فهم المسموع
٤٨	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٢	فهم المقروء
٤٢٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٢٩ مارس ٢٠١٦



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.24.7504/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **ANNA HANIFAH**  
Date of Birth : **December 31, 1993**  
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **March 11, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	48
Structure & Written Expression	38
Reading Comprehension	43
<b>Total Score</b>	<b>430</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 11, 2016  
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005





# Bertifikat



PERPUSTAKAAN  
UIN SUNAN KALIJAGA

Nomor: UIN.2/L.4/PP.00.9/2660/2012

diberikan kepada:

*Anna Harifah*

NIM.

sebagai

**PESERTA AKTIF**

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (User Education)  
pada Tahun Akademik 2012/2013 yang diselenggarakan  
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, Agustus 2012  
Kepala Perpustakaan,



M. Solihin Arianto, S.Ag., SIP., MLIS  
NIM 19700906 199903 1 012

## Curriculum Vitae

Nama Lengkap : Anna Hanifah

Tempat & Tanggal Lahir : Sleman, 31 Desember 1993

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat Rumah : Candi Karang RT 02 RW 08, Sardonoharjo,  
Nanglik, Sleman, Yogyakarta

Telepon : 085726809894

Email : annahanifah31@gmail.com



### Riwayat Pendidikan Formal

- ❖ 2012 – Sekarang : Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2009 – 2012 : SMA Negeri 1 Pakem
- ❖ 2006 – 2009 : SMP Negeri 2 Ngaglik
- ❖ 2000 – 2006 : SD Negeri Sardonoharjo 1

### Pelatihan dan Kursus

- ❖ 2014 : English Course Ramadhan Class di Global English
- ❖ 2014 : English Course Golden Class di Global English
- ❖ 2015 : Kuliah Kerja Komunikasi di Departemen PR  
PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk



## **Kemampuan**

- ❖ Kemampuan komputer (MS Word, MS Excel, Ms Power Point)
- ❖ Kemampuan Internet
- ❖ Kemampuan Fotografi
- ❖ Kemampuan MC (Master of Ceremony)

## **Pengalaman Organisasi**

- ❖ 2012 – sekarang : Neon Fotografi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2012 - sekarang : PRO (Public Relations Oriented) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- ❖ 2014 : Panitia Lomba Model Anak Tema The Beauty Of Indonesian Culture
- ❖ 2013 : Panitia Wellcoming Expo Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- ❖ 2015 : Panitia A Photo Marathon National Photography Competition On Anti Corruption Education
- ❖ 2009 – Sekarang : Karang Taruna Candi Karang RT 02 (Camp 02)