

PERAN HUMAS PERUSAHAAN X PADA IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BENTUK COMMUNITY DEVELOPMENT (Studi Kasus kelurahan Prapatan Kec. Balikpapan-Kota, Balikpapan)

Muhammad Arifin¹

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana peran humas Perusahaan X pada implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam bentuk community development (Studi Kasus Kelurahan Prapatan Kec. Balikpapan-Kota, Balikpapan). Perkembangan perusahaan Multinasional telah mempengaruhi perkembangan suatu daerah. Baik secara nasional maupun lokal. Pelaksanaan CSR telah menjadi kebutuhan untuk mendukung kelangsungan dan stabilitas operasional perusahaan maka dari itu csr bukan hanya sekedar kewajiban. Seiring berkembangnya masalah-masalah yang dialami masyarakat seperti polusi, pencemaran, tingkat pengangguran tinggi, csr dirasa sangat penting pelaksanaannya. Hal ini pula yang membuat peran humas menjadi lebih penting sehingga pelaksanaan csr tepat sasaran sehingga perusahaan dan masyarakat mendapat manfaat yang sebesar-besarnya. Salah satu peran humas dalam pelaksanaan csr adalah membentuk forum musyawarah masyarakat sebagai salah satu alat komunikasi yang mendukung sarana komunikasi antara masyarakat, perusahaan dan pemerintah. Melalui forum inilah perusahaan mengumpulkan aspirasi dari masyarakat tentang csr yang diperlukan dan merealisasikannya sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah dan perusahaan itu sendiri. Beberapa Corporate Social Responsibility dalam bentuk Community Development antara lain bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi dan sosial. Data yang dipersentasikan dalam tulisan ini bersumber dari penelitian lapangan di Samarinda.

Kata Kunci: : Peran Humas, Corporate Social Responsibility, Community Development, MNC.

Pendahuluan

Pada Ide awal penelitian ini berangkat dari besarnya minat penulis terhadap kajian mengenai perusahaan multinasional dalam Ilmu Komunikasi. Perusahaan Multinasional atau yang sering disebut *Multinational Corporation*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: arsarifin@gmail.com

(MNC). MNC adalah perusahaan yang kegiatan bisnisnya bersifat internasional dan lokasi produksinya terletak di beberapa negara. MNC merupakan fokus studi yang menarik untuk dibicarakan seiring dengan semakin banyaknya jumlah MNC. Perkembangan MNC di kawasan negara berkembang pada masa sekarang ini sulit untuk dibendung. Fenomena ini muncul dikarenakan semakin besarnya kebutuhan masyarakat yang ada pada suatu negara dan tidak dapat terlayani sepenuhnya oleh pemerintahnya. Selain itu, tujuan ekspansi MNC tersebut dikarenakan negara berkembang yang memiliki kekayaan Sumber Daya Alam tetapi masih kurang dalam Sumber Daya Manusia dan penguasaan teknologi.

Masalah yang sering dihadapi masyarakat sekitar daerah operasional perusahaan adalah mulai dari permasalahan lingkungan seperti polusi, sanitasi lingkungan, pencemaran sumber daya air, penggundulan hutan, sampai dengan masalah ekonomi seperti tingkat pengangguran tinggi, sumber daya manusia yang tidak berketerampilan, rendahnya kemauan untuk berwirausaha dan tingkat produktifitas individu yang rendah, sedangkan masalah khusus yang sering terjadi adalah kurangnya pemahaman masyarakat atas nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan tersebut.

Bagaimana agar MNC tidak menjadi senjata makan tuan bagi daerah dan masyarakat sekitar perusahaan, tergantung dari bagaimana nilai-nilai perusahaan dalam menjalankan aktifitas bisnisnya. Perusahaan yang baik menyadari bahwa mereka juga (MNC) adalah organisasi sosial yang harus peduli terhadap masyarakat disekitarnya dan memiliki tata kelola lingkungan yang baik. Inilah yang dikenal di perusahaan yang disebut dengan Corporate Social Responsibility atau sering disingkat (CSR).

Sebagai instrument dalam aplikasi pembangunan berkelanjutan, konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan solusi yang dianggap mampu menekan dampak negatif yang ditimbulkan MNC, dalam pelaksanaannya memerlukan peran aktif dan kerjasama dengan seluruh stakeholders (kelompok pemangku kepentingan).

Konsep CSR di Indonesia sangat diperlukan dan berperan penting dalam proses pembangunan yang memang banyak melibatkan pihak swasta atau MNC. Masuknya MNC ke Indonesia salah satunya adalah untuk mengelola sumber daya alam. Indonesia memiliki sumber daya alam yang berlimpah, namun belum mampu mengolah dan memproduksi, karenanya memberikan kontrak kerja sama kepada investor luar yang lebih unggul dalam iptek dan dana menjadi solusi yang tepat. Dengan demikian peran pembangunan juga diemban oleh pihak perusahaan dan dalam beroperasi, pihak perusahaan dituntut untuk mengembangkan tanggung jawab sosialnya yang diimplementasikan dalam bentuk *Community development* (ComDev).

Sebagai salah satu MNC yang berada di wilayah Kalimantan Timur, Perusahaan X berusaha untuk menciptakan keharmonisan hubungan dengan masyarakat di sekitarnya. Hal ini dikarenakan Perusahaan X secara konsisten akan memaksimalkan dampak positif dari kehadiran perusahaan didaerah

tempatan. Sikap konsisten dari Perusahaan X ini salah satunya dibuktikan dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diimplementasikan melalui pelaksanaan program ComDev.

Konsep CSR di Indonesia sangat diperlukan dan berperan penting dalam proses pembangunan yang memang banyak melibatkan pihak swasta atau MNC. Masuknya MNC ke Indonesia salah satunya adalah untuk mengelola sumber daya alam. Indonesia memiliki sumber daya alam yang berlimpah, namun belum mampu mengolah dan memproduksi, karenanya memberikan kontrak kerja sama kepada investor luar yang lebih unggul dalam iptek dan dana menjadi solusi yang tepat.

Artikel ini memakai data-data dari penelitian lapangan yang penulis lakukan. Data-data yang dikumpulkan selama kurang lebih dua bulan, dianalisis dengan analisis kualitatif. Agar analisis ini mempunyai pijakan teoritis, pada bagian berikut akan dibahas terlebih dahulu kerangka dasar teori/konsep. Sebelum memfokuskan bahasan pada peran humas tersebut, gambaran umum tentang peran humas akan coba untuk dipaparkan.

Kerangka Dasar Teori

Public Relation (Humas)

Sejatinya, Public Relations (Humas) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersil maupun maupun non komersil (Profit & non profit). Karena PR merupakan salah satu elemen penting yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Fungsi penting PR sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa vital manfaatnya, terlebih pada era globalisasi dan teknologi yang menyebabkan tersebarnya informasi tanpa dapat dikendalikan pada era teknologi saat ini.

Peran

Peran adalah serangkaian perilaku yang diharapkan pada seseorang sesuai dengan posisi sosial yang diberikan baik secara formal maupun secara informal. Peran didasarkan pada preskripsi (ketentuan) dan harapan peran yang menerangkan apa yang individu-individu harus lakukan dalam suatu situasi tertentu agar dapat memenuhi harapan-harapan mereka sendiri atau harapan orang lain menyangkut peran-peran tersebut. (Friedman, M, 1998 : 286).

Public Relation

Public Relation merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta (*Fact Finding*), merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil yang dicapainya. (Martson:1979)

Public Relation merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan, dan tata cara seseorang maupun organisasi

demikian kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publiknya (Allen:1982).

Corporate Social Responsibility

Menurut Budimanta, (2002:78) *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan “merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat disekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanyasecara berkelanjutan”.

Menurut ahyudin, (2007:3) *Corporate Social Responsibility* “merupakan strategi simbiosis antara perusahaan dengan masyarakat dalam mengupayakan kesejahteraan bersama melalui dedikasi dan peran sosial perusahaan sehingga tercipta harmonisasi yang paling menguntungkan”.

Implementasi

Implementasi CSR adalah bentuk atau pelaksanaan dari program-program CSR yang sudah direncanakan oleh PR atau perusahaan selaku penggagas program tersebut dilapangan yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah menjadi target sebelumnya, seperti tahap-tahap pelaksanaan CSR seperti mencari fakta (*Fact Finding*), merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil yang dicapainya.

Community Development

Community Development menurut Arthur Durman, *Community Development* merupakan suatu usaha-usaha yang terorganisasi yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat, dan memberdayakan masyarakat untuk mampu bersatu dan mengarahkan diri sendiri. Pembangunan masyarakat bekerja terutama melalui peningkatan dari organisasi-organisasi swadaya dan usaha-usaha bersama dari individu-individu didalam masyarakat, akan tetapi biasanya dengan bantuan teknis baik dari perusahaan maupun organisasi-organisasi sukarela (Tampubolon:2001)

Community Development Menurut Twelvetrees dalam Suharto (2005:38) adalah suatu proses dimana proses itu yang membantu anggota masyarakat untuk mengembangkan masyarakat itu sendiri dengan melakukan tindakan secara bersama-sama (*Collective action*).

Tujuan dan Fungsi Public Relation

Tujuan PR adalah “membentuk goodwill” toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*) dan saling menghargai (*mutual appreciation*) serta memperoleh opini publik yang positif, citra yang tepat berdasarkan prinsip-

prinsip hubungan yang harmonis baik hubungan keluar (*eksternal relations*) maupun ke dalam (*internal relations*). (Ruslan :3)

Bonar (1987:21) merumuskan tujuan PR adalah :

1. *Public Understanding* (pengertian Publik)
2. *Public Confidence* (kepercayaan public)
3. *Public Support* (dukungan publik)
4. *Public Corporation* (kerjasama publik)

Public Relation / PR memiliki banyak tugas atau fungsi yang harus dijalankan, yang bermuara pada terjaganya dan meningkatnya reputasi dan citra organisasi atau perusahaan dimata Publiknya melalui kegiatan komunikasi yang dijalankan PR atau Humas. Tugas ini tentunya tak cukup hanya dijalankan dengan sekedar menjadi juru bicara atau menjaga hubungan dengan media massa, melainkan melibatkan proses yang terencana dan terukur memadukan pendekatan ilmiah, keterampilan, dan seni.

Hal ini dimaksudkan bahwa PR atau humas dalam proses komunikasinya PR bukan sekedar menunggu umpan balik (*feed back*) dari publiknya, melainkan juga bersikap dan bertindak proaktif, sehingga perlu juga memberikan feed forward pada khalayak yang menjadi sasarannya atau publiknya. Untuk memberikan pemahaman sepanjang yang diperlukan agar terjadi pemahaman bersama agar proses yang sedang dijalankan efektif.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif* karena peneliti bermaksud untuk menentukan memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran yang mendalam tentang peran humas dalam implementasi *corporate social responsibility*.

Sugiyono (2010;1) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Sedangkan metode yang digunakan lebih menekankan pada metode penelitian *deskriptif kualitatif*, karena pendekatan ini lebih baik dalam menangkap berbagai fenomena informasi, khususnya yang berkaitan dengan fokus penelitian, disamping pendekatan ini juga dapat menyajikan utuh dalam menganalisis suatu fenomena sosial.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian yaitu berupa program-program *Community Development (CD)* Perusahaan X Indonesia Company (CiCo) Balikpapan pada :

1. CSR Bidang Pendidikan
2. CSR Bidang Kesehatan
3. CSR Bidang Sosial

4. CSR Bidang Ekonomi
5. Hambatan-Hambatan Pelaksananya

Sumber dan Jenis Data

- a. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan key informan sebagai sumber untuk memperoleh data untuk menyusun skripsi ini. Cara memperoleh informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu *key informan* dan *snowballing sampling*. Disebutkan Burhan Bungin (2009:77) bahwa key person dilakukan apabila peneliti telah mengetahui objek/subjek penelitian. Informan dapat bersifat formal dan informal. Pemilihan Informan berdasarkan pertimbangan antara lain informan yang peneliti tunjuk adalah berdasarkan orang yang peneliti anggap paling tahu seluk beluk tentang apa yang diteliti. Pengambilan informan dengan cara ini dapat disebut pula dengan cara purposive (Sugiyono, 2006:216).
- b. Data sekunder yaitu data dalam bentuk yang sudah jadi seperti :
 1. Buku-buku yang menjadi referensi
 2. Dokumen-dokumen
 3. Internet

Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)
2. Penelitian lapangan (*field research*)
 - a. Observasi
 - b. Wawancara
 - c. Dokumentasi

Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling dan Snowballing sampling*. Dimana purposive sampling (Sugiyono:53) adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau dia sebagai pimpinan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman :

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan/verifikasi

Empat jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif, dimana peneliti harus siap bergerak di

antara empat hal tersebut selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Humas merupakan figur utama dalam pelaksanaan csr karena atas inisiatif humas juga, perusahaan bisa membentuk forum musyawarah masyarakat yang didalamnya terdiri dari tokoh masyarakat, pemerintah dan wakil dari perusahaan yaitu humas itu sendiri dengan tujuan untuk mengumpulkan aspirasi dan usulan-usulan dari masyarakat. Humas menjadi tumpuan pelaksanaan csr oleh perusahaan dikarenakan humas yang selalu berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar area operasi perusahaan.

a. Peran Humas perusahaan x dalam implementasi CSR dalam bentuk community development

Menurut Lasswell (dalam Mulyana, 2005:62) komunikasi adalah: “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu:

1. Komunikator (*Communicator*), penyampai pesan.
2. Pesan (*message*), lambang-lambang berarti yang disampaikan.
3. Media yang digunakan (*channel*)
4. Komunikan (*communican*), penerima pesan
5. Efek (*Effect*), segala perubahan dalam diri komunikan yang ingin dicapai. Baik perubahan pengetahuan (*kognitif*), perubahan perasaan (*afektif*) dan perubahan perilaku (*konatif/behavioural*).

Saat proses komunikasi berlangsung, baik komunikan maupun komunikator mengeluarkan *feedback* (*umpan balik*) terhadap pesan yang disampaikan masing-masing. Maka dengan menggunakan teori di atas, informan adalah *communicator* (humas) yang menyampaikan pesan (*message*) melalui forum musyawarah masyarakat (*channel*) kepada masyarakat (*communican*). Dengan Forum Musyawarah Masyarakat yang berperan sebagai media dalam menyampaikan pesan, tentu saja para informan menganggap Humas penting. Apalagi dengan meningkatnya tuntutan masyarakat dalam aktivitas pelaksanaan csr di suatu komunitas, komunikasi merupakan aktivitas urgent yang memegang peranan sangat penting. Sebuah kegagalan dalam implementasi csr, banyak yang disebabkan oleh kurang maksimalnya peran humas yang dilakukan para pelaku di organisasi tersebut.

b. Community Development (COMDEV) dan Corporate Social Responsibility (CSR)

Community Development merupakan suatu proses pembangunan yang berkesinambungan. Artinya kegiatan itu dilaksanakan secara terorganisir dan dilaksanakan tahap demi tahap dimulai tahap permulaan sampai pada tahap kegiatan tindak lanjut dan evaluasi. *Community Development* bertujuan

memperbaiki kondisi pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial, dan kebudayaan masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik. *Community Development* memfokuskan kegiatannya melalui pemberdayaan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka. *Community Development* memberikan penekanan pada prinsip kemandirian, artinya partisipasi aktif dalam bentuk aksi bersama di dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan kebutuhannya dilakukan berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat.

Program Comdev merupakan tindakan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan publiknya. Demi kelangsungan perusahaan dan untuk mendapat citra positif dari masyarakat. Comdev merupakan salah satu bagian yang sangat penting dari program CSR sebuah perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan dengan cara meningkatkan potensi yang ada dan telah dimiliki oleh masyarakat.

Pola pemberdayaan masyarakat bukan merupakan kegiatan yang sifatnya *top-down intervention* yang tidak menjunjung tinggi aspirasi dan potensi masyarakat untuk melakukan kegiatan swadaya, karena yang paling dibutuhkan masyarakat lapisan bawah terutama yang tinggal di desa adalah pola pemberdayaan yang sifatnya *bottom-up intervention* yang menghargai dan mengakui bahwa masyarakat lapisan bawah memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhannya, memecahkan permasalahannya, serta mampu melakukan usaha-usaha produktif dengan prinsip swadaya dan kebersamaan.

Community development bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat agar mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik bagi seluruh warga masyarakat melalui kegiatan-kegiatan swadaya. Untuk mencapai tujuan ini, faktor peningkatan kualitas SDM melalui pendidikan formal dan nonformal perlu mendapat prioritas. Memberdayakan masyarakat bertujuan “mendidik masyarakat agar mampu membantu diri mereka sendiri”. Tujuan yang akan dicapai melalui usaha pemberdayaan masyarakat, adalah masyarakat yang mandiri, berswadaya, mampu mengadopsi inovasi.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab sosial itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, Penyandang disabilitas, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, donasi untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, bantuan kaki palsu dan kursi roda untuk para penyandang disabilitas khususnya masyarakat yang berada dikesekitar perusahaan tersebut berada, Perusahaan X melaksanakan CSR secara konsekuen dan berkelanjutan. CSR adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan seraya meningkatkan kualitas hidup

karyawan dan keluarga, komunitas lokal dan masyarakat luas. Keberadaan Perusahaan X dalam masyarakat, terjalinnya hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan pihak perusahaan melalui berbagai program.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang telah dilakukan mengenai Peran Humas Perusahaan X pada implementasi *Corporate social responsibility* dalam bentuk *community development* (Studi kasus di kelurahan prapatan kec. Balikpapan Kota, Balikpapan), maka kesimpulan yang didapat adalah :

1. Implementasi CSR dalam bentuk *Community Development* pada bidang pendidikan sudah berjalan cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari berhasilnya realisasi kegiatan, salah satunya yaitu seminar atau pelatihan kewirausahaan pembuatan batik ramah lingkungan yang telah membuat masyarakat hidup mandiri.
2. Implementasi CSR *Community Development* pada bidang kesehatan sudah berjalan dengan baik. Hal ini dapat ditinjau dari kegiatan yang dilaksanakan Perusahaan X berdasarkan dari usulan FMM kelurahan binaan, salah satu contohnya adalah program kantin sehat dan penggalan posyandu.
3. Berdasarkan hasil penelitian kegiatan CSR *Community Development* pada bidang sosial sudah berjalan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari terlaksananya pemberian bantuan sosial kepada masyarakat dan juga antusias masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan.
4. Berdasarkan hasil penelitian kegiatan CSR *Community development* pada bidang ekonomi sudah berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang sifatnya berkelanjutan, seperti usaha pembuatan batik ramah lingkungan, yang proses pembuatan, kontrol kualitas serta pemasarannya dipantau seiring dengan perkembangan usaha tersebut.
5. Berdasarkan hasil penelitian, yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan CSR *Community Development* berasal dari masyarakat desa atau kelurahan binaan sendiri. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya permintaan dari masyarakat yang tidak sesuai dengan anggaran yang ditetapkan oleh perusahaan untuk CSR *Community Development*.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bidang Pendidikan
Program CSR *Community development* yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan X dibidang pendidikan seperti program beasiswa yang

diberikan kepada pelajar yang berprestasi, diharapkan untuk masa yang akan datang agar program tersebut juga dapat diberikan kepada anak-anak yang kurang mampu yang berada disekitar wilayah operasional perusahaan.

2. Bidang kesehatan

Program CSR Community Development yang telah dilaksanakan Perusahaan X dibidang kesehatan yaitu pemberian obat dan pemeriksaan kesehatan gratis. Untuk masa yang akan datang, diharapkan perusahaan dapat berkontribusi dalam hal lain, seperti penyuluhan kesehatan. Salah satunya yaitu seminar-seminar singkat yang membahas tentang perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS, pencegahan penyakit, atau aspek-aspek lain yang berhubungan dengan perilaku hidup sehat.

3. Melihat faktor penghambat kegiatan implementasi CSR *Community development* Perusahaan X maka penulis memberikan saran pada perusahaan agar dapat memberikan laporan tahunan yang lebih mendetail, serta kejelasan sistem pengelolaan dana CSR diperusahaan kepada publik eksternal perusahaan yaitu masyarakat dan atau FMM, agar masyarakat awam memahami apabila ada hambatan-hambatan seperti waktu pemberian bantuan serta bentuk bantuan kepada masyarakat.

4. Pihak Perusahaan X harus mempertahankan dan mengembangkan kegiatan yang telah berhasil, serta rutin menganalisis persepsi dan harapan masyarakat sekitar melalui FMM selaku NGO untuk mengetahui apa saja yang benar-benar menjadi kebutuhan masyarakat dan komunitas, sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas kegiatan CSR *Community Development*.

Daftar Pustaka

Buku

- Anggoro, M, Linggar, 2005, *Teori dan Profesi Kehumasan*, Edisi I, Jakarta: Bumi Aksara
- Budimanta, Arif, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta : Indonesian Center Sustainable Development (ICSD).
- Cutlip, Scott, M, Allen H. Center, DKK 2006, *Effective Public Relations*, Edisi Sembilan, Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong U, 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Adiiity Bakti
- Irianta, Yosaf, 2004, *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank, 2003, *Public Relations, Edisi Kelima*, Jakarta :Erlangga.
- Kusumawati, Frida, 2004, *Dasar-Dasar Humas*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 2007, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press)

Octavia, Sutjiati j, 2007, *Etika Public Relation Dalam Dunia Usaha*. Majalah Bank & Manajemen, Mei-Juni 2003.

Suegiyono, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, Bandung : Alfabeta

Dilla, Sumadi, 2007, *Kommunikasi Pembangunan, Pendekatan terpadu*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.