

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan peningkatan kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan, pola komunikasi dan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi dua aspek yang begitu penting bagi keberlanjutan dan reputasi sebuah perusahaan. Namun di tengah dinamika bisnis moderen, terdapat beberapa tantangan yang menghambat efektivitas pola komunikasi dan implementasi CSR dalam suatu perusahaan. Salah satu masalah yang muncul adalah kurangnya kesesuaian antara pola komunikasi yang diadopsi perusahaan dengan nilai-nilai dan kebutuhan masyarakat serta *stakeholder* lainnya.

Terkadang, perusahaan cenderung menggunakan pola komunikasi yang lebih berorientasi pada pemasaran sddaripada membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan dan ketidaksetujuan dari masyarakat, bahkan dapat merusak citra perusahaan. CSR dalam pandangan Magnan dan Ferrel dalam (A.B Susanto, 2007: 21-25) didefinisikan menjadi, "*A bussiness acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stake holder interest*". Konsep CSR tidak hanya mengacu pada upaya yang dilakukan untuk menunjukkan citra perusahaan, kepedulian organisasi terhadap masalah social dan lingkungan, tetapi berkontribusi sebagai berbagai aspek pembangunan ekonomi dan sosial. Pemerintah Indonesia pada saat ini memiliki peran penting untuk menjadi regulator dan pelaksananya, termasuk dalam hal penyediaan infrastuktur dasar, peningkatan

kapasitas, dan pengawasan, serta fasilitator berbagai program untuk meningkatkan kualitas hidup manusia secara nasional.

Sedangkan bagi pihak swasta, sebagai pelaku usaha juga berperan penting untuk menjadi motor penggerak ekonomi tanpa melepaskan tanggungjawab sosial yang perlu dilaksanakan. CSR atau tanggung jawab sosial dari perusahaan ini telah makin luas diperhatikan karena hari ini kian disadari sebagai topik penting dalam beberapa dekade terakhir. Beberapa fenomena yang terjadi dalam CSR mencerminkan perubahan dalam persepsi dan praktik perusahaan serta harapan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam komunitas mereka PT Taka Turbomachinery Indonesia sebagai perusahaan teknik swasta di Bandung yang bergerak di bidang *service maintenance rotating equipment* yang juga berpartisipasi dalam dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR dilakukan sesuai dengan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Adanya program CSR yang dilakukan PT Takat Turbomachinery Indonesia sebagai bentuk dari kepedulian dan keseriusan perusahaan pada perkembangan masyarakat agar semakin baik dan berkualitas ke depannya. Oleh karna itu maka dalam implementasi program CSR harus adanya strategi komunikasi secara terencana sehingga program yang dijalankan mendapatkan dukungan penuh dari karyawan ataupun masyarakat melalui keterlibatannya. Salah satu kunci yang dinilai efektif dalam mencapai tujuan dan dampak dari program CSR adalah Komunikasi yang efektif sehingga dapat dipahami dan diapresiasi oleh semua pihak yang terlibat. Tanpa komunikasi yang baik inisiatif CSR yang *significant* sekalipun tidak terlihat atau dihargai oleh masyarakat, karyawan dan pemangku kepentingan lain.

Berbagai masalah seringkali muncul dalam berkomunikasi, kurangnya transparansi dan konsistensi dalam komunikasi dapat menimbulkan skeptisme. Masyarakat mungkin meragukan komitmen perusahaan jika informasi tentang kegiatan CSR tidak disampaikan secara jelas dan terbuka. Selain itu komunikasi CSR yang berlebihan atau terkesan mempromosikan diri dapat dianggap sebagai upaya pencitraan semata, yang justru bisa merusak reputasi perusahaan. Dasar mengapa peneliti memilih PT Taka Turbomachinery Indonesia sebagai subyek penelitian adalah adanya komitmen untuk menyertai upaya pengentasan berbagai isu sosial, di antaranya kemiskinan, pendidikan, eksklusi, dan lingkungan serta memberi keuntungan bagi masyarakat sekitar secara berkelanjutan. CSR mencerminkan perubahan besar dalam bagaimana perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan masyarakat serta lingkungan di sekitar mereka.

Dengan semakin meningkatnya kesadaran dan tuntutan akan tanggung jawab sosial, diharap setiap perusahaan bukan hanya mengupayakan keuntungan finansial, melainkan turut berkontribusi positif pada pembangunan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti memilih judul penelitian “**Analisis Straregi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pendidikan. (Studi Kasus Pada PT. Taka Turbomachinery Indonesia)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, fokus dalam penelitian dengan judul “**Analisis Straregi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pendidikan. (Studi Kasus Pada PT. Taka Turbomachinery Indonesia)**” yaitu menganalisis pola komunikasi, startegi komunikasi penerapan CSR bertujuan untuk memberikan efektivitas dalam menyebarkan informasi tentang program dan

implementasi CSR di PT Taka Turbomachinery Indonesia. Agar informasi yang disebarkan tertuju kepada *audience*, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi PT Taka Turbomachinery Indonesia.

Dalam komunikasi program CSR pendidikan serta mengidentifikasi tentang bagaimana PT Taka *Turbomachinery* Indonesia. Berkomunikasi tentang program CSR pendidikan mereka dan dampaknya terhadap masyarakat setempat. Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti paparkan, ditentukanlah rumusan masalahnya, yaitu “Bagaimana Pola Strategi Komunikasi Program CSR Pendidikan PT Taka Turbomachinery Indonesia” dengan menggunakan konsep *triple bottom line*.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, berikut rumusan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana strategi komunikasi dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pendidikan PT Taka Turbomachinery Indonesia?
2. Mengapa penerapan *triple bottom line* dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pendidikan dari PT Taka Turbomachinery Indonesia penting bagi masyarakat di sekitarnya?
3. Apa saja faktor-faktor yang dapat menghambat proses perencanaan dan implementasi CSR di PT Taka Turbomachinery Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi strategi komunikasi dalam program CSR pendidikan yang dilakukan oleh PT Taka Turbomachinery Indonesia sebagai bentuk dariss kesadaran, pengetahuan, dan partisipasi masyarakat dalam pendidikan.



2. Untuk mengidentifikasi pentingnya penerapan konsep *triple bottom line* dalam program CSR pendidikan yang dilakukan oleh PT Taka Turbomachinery Indonesia
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi dalam program CSR pendidikan, baik dari perspektif perusahaan maupun masyarakat penerima manfaat.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Penelitian Secara Teoritis**

Penelitian yang dilakukan dalam rangka menganalisis strategi komunikasi pada program pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam konteks program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pendidikan di PT Taka Turbomachinery Indonesia, memiliki beberapa kegunaan yang relevan:

#### **a. Kontribusi terhadap Teori Komunikasi**

Penelitian akan dapat berkontribusi baru terhadap teori komunikasi terutama dalam konteks implementasi CSR di lingkungan bisnis. Analisis terhadap strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan dan bagaimana strategi tersebut mempengaruhi persepsi dan partisipasi masyarakat dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika komunikasi dalam konteks CSR.

#### **b. Pengembangan Model Komunikasi**

Temuan dari penelitian ini berguna dalam pengembangan model komunikasi yang lebih tepat dalam mendukung program-program CSR, khususnya dalam sektor pendidikan. Model-model ini dapat menjadi landasan bagi perusahaan-

perusahaan lain untuk merancang strategi komunikasi mereka sendiri dalam konteks CSR.

c. Pemahaman tentang Pemberdayaan Masyarakat

Melalui analisis komunikasi, penelitian ini dapat membantu memahami program CSR pendidikan akan berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat secara lebih mendalam. Ini dapat mencakup aspek-aspek seperti peningkatan akses terhadap pendidikan, peningkatan pengetahuan dan keterampilan, serta peningkatan partisipasi dalam proses pendidikan.

d. Pedoman Praktis bagi Perusahaan

Diharap akan menambah pedoman praktis bagi perusahaan, termasuk PT Taka Turbomachinery Indonesia, dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program CSR pendidikan. termasuk saran-saran tentang bagaimana meningkatkan efektivitas komunikasi, memperbaiki hubungan dengan masyarakat, dan meningkatkan dampak positif dari program CSR PT Taka Turbomachinery Indonesia

e. Relevansi dengan Kebijakan Publik

Temuan dari penelitian ini juga dapat memiliki relevansi dengan kebijakan publik, terutama dalam konteks pembangunan sosial dan ekonomi. Informasi tentang efektivitas program CSR pendidikan dapat membantu pemerintah dan lembaga lainnya dalam merancang kebijakan yang lebih efektif untuk mendukung pemberdayaan masyarakat melalui kemitraan dengan sektor swasta.

### 1.5.2 Kegunaan Penelitian Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini berikut hasilnya nanti diharap akan dapat memiliki beberapa kegunaan yang langsung relevan dalam konteks implementasi program dan pengelolaan perusahaan:

a. Peningkatan Efektivitas Program CSR

Hasilnya akan memperkaya wawasan yang berguna untuk bagi PT Taka Turbomachinery Indonesia dalam meningkatkan efektivitas program CSR pendidikan mereka, dengan memahami faktor-faktor yang turut berpengaruh pada komunikasi dalam program tersebut, perusahaan dapat merancang strategi komunikasi secara lebih efektif guna mendorong peningkatan kesadaran, partisipasi, dan dampak positif program CSR mereka.

b. Peningkatan Hubungan dengan Masyarakat

Melalui pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana komunikasi dalam program CSR pendidikan mempengaruhi persepsi dan partisipasi masyarakat, perusahaan dapat memperkuat hubungan mereka dengan masyarakat lokal. Ini dapat membantu membangun kepercayaan, memperbaiki citra perusahaan, dan memperkuat dukungan dari masyarakat terhadap kegiatan perusahaan.

c. Optimalisasi Sumber Daya dan Anggaran

Dengan mengetahui faktor-faktor yang berkontribusi pada efektivitas komunikasi dalam program CSR pendidikan, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dan anggaran mereka secara lebih efisien dan

efektif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan hasil lebih baik dibanding investasinya pada pelaksanaan program CSR.

d. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja

Hasilnya akan berguna menjadi landasan dalam pengukuran ataupun evaluasi kinerja program CSR pendidikan. Dengan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana komunikasi mempengaruhi hasil program, perusahaan dapat mengembangkan indikator kinerja yang lebih relevan dan melakukan evaluasi yang lebih akurat terhadap pencapaian tujuan program.

e. Kepatuhan Regulasi dan Standar

Dengan memahami dinamika komunikasi dalam program CSR pendidikan, perusahaan dapat memastikan bahwa kegiatan CSR mereka sesuai dengan regulasi dan standar yang berlaku. Ini termasuk memastikan bahwa informasi disampaikan dengan jujur, transparan, dan akurat, serta memenuhi prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **1.6 Sisetmatika Penulisan Proposal Penelitaian**

Penelitian ini secara keseluruhan akan di susun secara sistematis guna memudahkan ketika mempelajari penelitian ini. Oleh karena itu, berikut adalah sistematika yang peneliti terapkan yaitu dengan terdiri dari:

### **BAB I: Pendahuluan**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuam penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian berlangsung.

### **BAB II: Tinjauan Pustaka**



Pada bab ini membahas tentang rangkuman teori, kajian atau penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

### BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informasi kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

### BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian.

### BAB V: Penutup

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi penelitian.

## **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Praktik kerja ini dilaksanakan di kantor PT. Taka *Turbomachinery* Indonesia, yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.797 Bandung. Penelitian dilakukan pada divisi *Corporate Legal & Industrial Relations*.

### 1.7.2 Waktu Penelitian

Rentang waktu penelitian ini dilaksanakan adalah selama kurun waktu empat bulan, dan diawali dari bulan Februari 2024 hingga dengan bulan Mei 2024. Berikut jadwalnya:

**Table 1.1 Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei
1	Observasi				
2	Penyusunan Laporan Penelitian dan bimbingan				
3	Pengumpulan data				
4	Wawancara				
5	Penyusunan Laporan				

