

**STRATEGI HUMAS DALAM MENJALANKAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
BIDANG BINA LINGKUNGAN PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL III
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Strata I (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat**



Disusun Oleh :

IMAN KURNIAWAN

07031181419005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2018

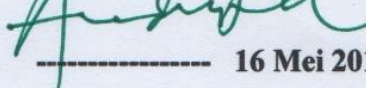
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS DALAM MENJALANKAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
BIDANG BINA LINGKUNGAN PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL III
PALEMBANG**

Oleh :
IMAN KURNIAWAN
07031181419005

Komisi

Pembimbing Nama Tanda Tangan Tanggal

**Pembimbing I Dr. Andy Alfatih,MPA
NIP. 196012241990011001  ----- 16 Mei 2018**

**Pembimbing II R.A Wuantari, S.I.Kom, M.Si
NIP. 198703172015042002  ----- 16 Mei 2018**

**Telah dinyatakan memenuhi syarat
Pada tanggal 16 Mei 2018
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya**


**Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP.198703172015042002**

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

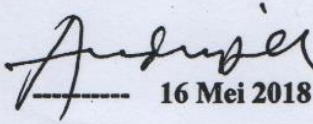
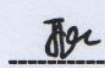


**STRATEGI HUMAS DALAM MENJALANKAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
BIDANG BINA LINGKUNGAN PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL III
PALEMBANG**

SKRIPSI

Oleh :

**IMAN KURNIAWAN
07031181419005**

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 16 Mei 2018

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 196012241990011001		16 Mei 2018
Sekretaris	R.A Wuantari, S.I.Kom, M.Si NIP. 198703172015042002		16 Mei 2018
Anggota	Dra. Retna Mahriani, M.Si NIP. 196012091989122001		16 Mei 2018
Anggota	Nurly Meilinda, S.I.Kom, M.I.Kom NIP. 19900514201504200		16 Mei 2018

Mengetahui,

Dekan FISIP Unsri


Prof. Dr. Kiagus Muhammad. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 198703172015042002

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi ini berjudul “ Strategi Humas Dalam Menjalankan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bidang Bina Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi berserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor/ pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Indralaya, 17 Mei 2018



Iman Kurniawan

NIM.07031181419005

Motto dan Persembahan

- ❖ **Wahai orang-orang beriman! Jika kamu menolong (agama) Allah, niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu (QS. Muhammad ayat 7)**
- ❖ **Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya akan ku tambah nikmat kepadamu, tetapi jika kamu kufur atas nikmatku, maka pasti azab ku sangat pedih (QS. Ibrahim ayat 7)**
- ❖ **Jadikan shalat dan sabar sebagai penolongmu, tidak ada yang tak mungkin jika Allah telah berkehendak, selalu berdoa dan berusaha**
- ❖ **Segala Sesuatu yang akan dilakukan harus kita awalindengan niat, kekuatan, dan keikhlasan hati dengan adanya niat, kekuatan dan keikhlasan hati, akan membawa kita menuju hal yang diinginkan tanpa ada keterpaksaan**

Skripsi Ini Aku Persembahkan Untuk:

- ❖ **Allah SWT**
- ❖ **Bapakku (Kamaludin, S.Sos, M.Si.), Ibuku (Hartati) dan Adekku (Meika Triamelda) yang tercinta**
- ❖ **Dosen FISIP UNSRI Jurusan Ilmu Komunikasi. Terima Kasih atas semua bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama masa pendidikanku**
- ❖ **Dosen Pembimbing skripsi ku**
- ❖ **Sahabat-sahabatku**
- ❖ **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah Swt. Karena atas berkat dan rahmat karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI HUMAS DALAM MENJALANKAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN BIDANG BINA INKUNGAN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL III PALEMBANG”**. Shalawat dan salam saya limpahkan kepada Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW serta para sahabat, keluarga dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, penulis menyampaikan terima kasih dan diiringi do'a semoga bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan yang baik dari Allah Swt. Dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih dan rasa penghargaan kepada :

1. Kampus atau Almamater saya Universitas Sriwijaya
2. Kedua orang tua saya Ayahanda Kamaludin, S.Sos.,M.Si dan Ibunda Hartati yang selalu mendo'akan, yang memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya serta Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan ilmunya, yang sabar dalam memberikan solusi terbaik, memeberikan kritik, masukan, dan saran yang membangun bagi penulis,serta waktu yang telah diluangkan setiap penulis butuhkan
5. Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Ibu Raden Ayu Wulantari, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dan masuakan kepada penulis, serta waktu yang telah diluangkan setiap penulis butuhkan.
7. Ibu Elvira Humairoh, S.Farm selaku Administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan waktu luang dikala sedang membutuhkan informasi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, didikan, bimbingan dan arahan selama menempuh studi.
9. Seluruh pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memebantu dalam semua administrasi maupun akademik selama menempuh studi.

10. Ibu Aida Suryanti,SH,MM selaku Manager Humasda yang telah menerima penulis melakukan Kuliah Kerja Komunikasi di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Palembang Divisi Regional III Sumatera Selatan.
11. Seluruh Staff dan karyawan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Palembang Divisi Regional III Sumatera Selatan khususnya bagian Hubungan Masyarakat Daerah (Humasda)
12. Belahan jiwaku Ria Marestiana yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan selama menghadapi ujian dan menyelesaikan pendidikan ini
13. Bintang 7 teman-teman terbaikku (Herni, Gontina, Devi, Anggun, Ria, dan Afif) yang telah memberikan dorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman yang sering membantu dan memberikan ide serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki kekurangan baik materi maupun penyajian. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita bersama.

Indralaya, Mei 2018
Penulis

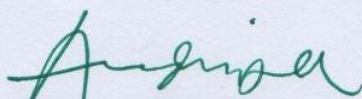
Iman Kurniawan

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berjudul “Strategi humas dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (persero) Divisi Regional III Palembang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas dalam menyalurkan program *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini menggunakan Teori dari *Scoot M. Cutlip & Allen H.Center* menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja *public relation* yang menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan. (Rosady Ruslan, 2010: 148-149). Strategi Menurut Cutlip meliputi *Defining the Problem, Planning and Programming, Action and Communicating, and Evaluation the Program*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Humas Dalam Menjalankan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang dari proses penerimaan atau seleksi proposal berdasarkan dari masalah yang dibutuhkan masyarakat yang berada di daerah operasional kemudian terdapat dua tahap seleksi yakni seleksi administratif dan seleksi wawancara, survey lokasi, melakukan perencanaan dan pemograman yang dilakukan oleh tim pelaksana CSR sampai pada realisasi program yang dilakukan oleh EVP langsung kelokaasi dan evaluasi program dilakukan oleh Kementerian BUMN, Kantor pusat, EVP dan Tim pelaksana. Strategi Humas yang dilakukan sudah berjalan baik walaupun masih ada kekurangan dalam proses target masyarakatnya masih dalam wilayah daerah operasi PT. Kereta Api Indoensia (Persero) Divre III Palembang.

Kata Kunci : *Strategi Humas, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pembimbing I



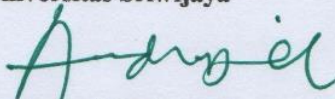
Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

Pembimbing II



R.A Wulantari, S. I.Kom, M.Si
NIP.198703172015042002

Palembang, Mei 2018
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



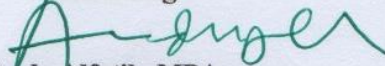
Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

ABSTRACT

This research is a qualitative research entitled "Public Relations Strategy In Running Of Corporate Social Responsibility Of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang ". The purpose of this research is to determine the strategy of public relations in channeling corporate social responsibility program. In this research is using the Theory of Scoot M. Cullip & Allen H.Center stated that the process of planning work programs of public relations that became the basis or reference to perform the implementation. (Rosady Ruslan, 2010: 148-149). Strategy according to Cullip included the definition of the Problem, Planning and Programming, Action and Communicating, and Evaluation the Program. Data collection techniques in this study is by in-depth interviews, observations, and documentations. The results of this research indicate that Public Relations Strategy In Running Corporate Social Responsibility PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang from the process of acceptance or selection the proposal based on the problems needed by the people who are in the operasional area then there are two stages of selections namely administrative selection and interview selection, site survey, planning and programming conducted by the implementation team of CSR to the realization of the program conducted by EVP direct location and evaluation program which done by The Ministry BUMN, Head Office, EVP (Executive Vice President) and Implementation Team. The stretegy by PR has already running well although there are still shortcomings in the process of targetting the community which still happen in the area of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang.

Keywords : Public Relations Strategy, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), Corporate Social Responsibility (CSR).

Pembimbing I



Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

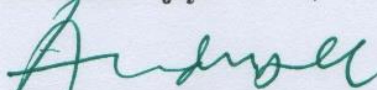
Pembimbing II



R.A Wulantari, S. I.Kom, M.Si
NIP.198703172015042002

Palembang, Mei 2018

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Andy Alfatih, MPA
NIP. 196012241990011001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Strategi humas/ <i>Public Relation</i>	12
2.4 Teori tentang strategi humas	29
2.5 Teori yang digunakan	33
2.6 Kerangka Teori	34
2.7 Kerangka Pemikiran	35
2.8 Alur Pemikiran	39
2.9 Hipotesis Deskriptif	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Definisi Konsep	41
3.3 Fokus Penelitian	43
3.4. Unit Analisis Data	45
3.5 Data dan Sumber Data	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Sistematika Penulisan	49

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	50
4.2	Visi dan Misi	55
4.3	Struktur Organisasi dan Pembagian tugas	58
4.4	Tugas Pokok dan Fungsi divisi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang	59

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1	<i>Defining the problem</i>	65
	5.1.1 Pengumpulan data gejala masalah	65
	5.1.2 Pemecahan data gejala masalah.....	68
	5.1.3 Penetapan masalah	72
5.2	<i>Planning and Programming</i>	74
	5.2.1 Tujuan program	74
	5.2.2 Pemograman	76
	5.2.3 Anggaran dana	80
5.3	<i>Taking action and Communicating</i>	83
	5.3.1 <i>Taking action</i>	83
	5.3.2 <i>Communicating</i>	96
5.4	<i>Evaluating the program</i>	99

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	104
6.2	Saran	105

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Realisasi Program CSR Bidang Bina Lingkungan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang	2
2. Tabel Pengumpulan Data Gejala Masalah	65
3. Pemecahan dan Pembahasan Masalah	68
4. Penetapan Masalah	72
5. Tujuan Program	74
6. Pemograman	76
7. Anggaran Dana	80
8. Taking Action	83
8.1 Penyaluran Program CSR Bina Lingkungan	92
9. Communicating	96
10. Evaluator	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perbandingan Realisasi Program Penyaluran Dana Bina Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	4
2. Perbandingan Realisasi Program Penyaluran Dana Bina Lingkungan dan Kemitraan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang	5
3. Alur Pemikiran	39
4. Fokus Penelitian	43
5. Logo Kereta Api	54
6. Lima Nilai Utama Kereta Api	55
7. Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang	58
8. Survei proposal pengajuan renovasi masjid	70
9. Jumlah Tim Pelaksana CSR PT. Kereta Api Indoensia (Persero) Divisi Regional III Palembang	85
10. Tahap Wawancara terhadap masyarakat yang mengajukan proposal ..	87
11. Peresmian SD 12 Indralaya Utara program CSR Bina Lingkungan Bidang Pendidikan	88
12. Realisasi program CSR bina lingkungan bidang agama	89
13. Monitoring realisasi CSR Bidang Bina Lingkungan	96
14. Media Elektronik dan Non Elektronik	97
15. LPJ realisasi program CSR Bina Lingkungan	101
16. Bentuk dari monitoring media	103

DAFTAR SINGKATAN

GCG	: <i>Good Corporate Governance</i>
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
PKBL	: Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
PK	: Program Kemitraan
BL	: Bina Lingkungan
CR	: <i>Customer Relation</i>
PR	: <i>Public Relations</i>
IPRA	: <i>International Public Relation Association</i>

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Dokumentasi
- Lampiran 4. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5. Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing
- Lampiran 6. Kartu Bimbingan
- Lampiran 7. Surat Keputusan Kereta Api
- Lampiran 8. Balasan Surat Izin Pengambilan Data
International Public Relation Association (IPRA)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teori, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya (Febrina dan Suaryana, 2011).

CSR hadir akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya. Apalagi hal ini sangat dekat dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan kereta api karena perusahaan kereta api adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses beroperasinya perusahaan kereta api mau tidak mau akan menghasilkan keributan, sangat erat hubungannya dengan masalah terganggunya lingkungan. Oleh karena itu dengan banyaknya masalah-masalah yang terjadi, sangat diharapkan agar setiap perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosialnya dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukannya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin berkembang pesat setelah konsep ini ditetapkan secara normatif dalam sebuah kebijakan pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan.

Masyarakat mulai sadar akan adanya *corporate social responsibility* (CSR) terhadap masyarakat sekitarnya dari perusahaan untuk masyarakat yang wajib mereka realisasikan. Mereka mulai menuntut perusahaan baik Nasional maupun masyarakat di wilayah operasinya melalui peran-peran sosial disamping menjalankan bisnisnya. Tuntutan masyarakat itu diperkuat Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan".

Corporate Social Responsibility adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Rudito,2002).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berstatus sebagai perusahaan milik Negara, dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang yang merupakan cabang perusahaan kereta api di wilayah Sumatera Selatan. Untuk menunjang kelangsungan bisnis Perusahaan, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang memiliki tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan, kehidupan sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang menganggap bahwa peran serta masyarakat tidak bisa dilepaskan begitu saja dari kegiatan bisnis perusahaan.

Salah satu wujud kepedulian PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang adalah dengan menyelenggarakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III

Palembang secara kontinyu adalah yaitu dengan melalui pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Adapun alasan ingin meneliti Strategi Humas dalam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang baik terlihat dari berikut ini:

1.1.1 Fluktuasi jumlah realisasi program CSR bina lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang

Realisasi *Corporate Social Responsibility* sangat perlu dilakukan karena sebagai penyeimbang atas sebuah kebutuhan yang dimiliki untuk pihak bisnis, CSR sebagai alat pengontrol dari pihak bisnis atau sebagai upaya untuk mencegah munculnya kontrol pemerintah yang dapat membatasi kebebasan perusahaan. CSR sebagai salah satu upaya untuk mencapai keuntungan, CSR sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif dalam bisnis

Tabel 1
Jumlah Realisasi Program CSR Bidang Bina Lingkungan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang

No.	Tahun	Jumlah Program
1.	2012	1
2.	2013	5
3.	2014	2
4.	2015	24
5	2016	22
Total		54

Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang

Dari tabel 1 diatas dapat diketahui jumlah realisasi program csr bidang bina lingkungan mengalami naik turun/fluktuatif. Terjadi penurunan pada tahun 2014, meskipun terjadi penurunan tetapi mengalami peningkatan yang tinggi pada tahun 2015, pada tahun 2016 terjadi penurunan lagi mengenai realisasi program. Dalam realisasi program bina lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang belum stabil. Pelaksanaan program CSR yang di lakukan oleh perusahaan untuk program CSR berasal dari laba perusahaan.

Suatu organisasi atau perusahaan harus mengupayakan agar dapat menampung dan menjawab tuntutan dari masyarakat yang sekaligus merupakan tantangan bagi perusahaan. Berangkat dari itu, perusahaan mulai memperhitungkan aspek sosial disamping menjalankan bisnisnya. Artinya perusahaan tidak sekedar berorientasi pada laba semata dalam bisnisnya. tetapi dibalik laba yang diperoleh sebuah perusahaan ada sebuah tanggung jawab perusahaan. Pada hakekatnya perusahaan memerlukan dukungan dari *stakeholdernya* seperti konsumen, staf pemilik perusahaan atau investor, supplier serta pemerintah, termasuk komunitas lokal dan masyarakat luas untuk kelangsungan jalannya perusahaan (Rudito,17:2013)

1.1.2 Tingginya persentasi realisasi program CSR bidang bina lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang dibanding Divre lainnya pada tahun 2016.

Gambar 1
Perbandingan Realisasi Program Penyaluran Dana Bina Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Setiap Wilayah



Sumber : Situs resmi PT.Kereta Api Indonesia (Persero)

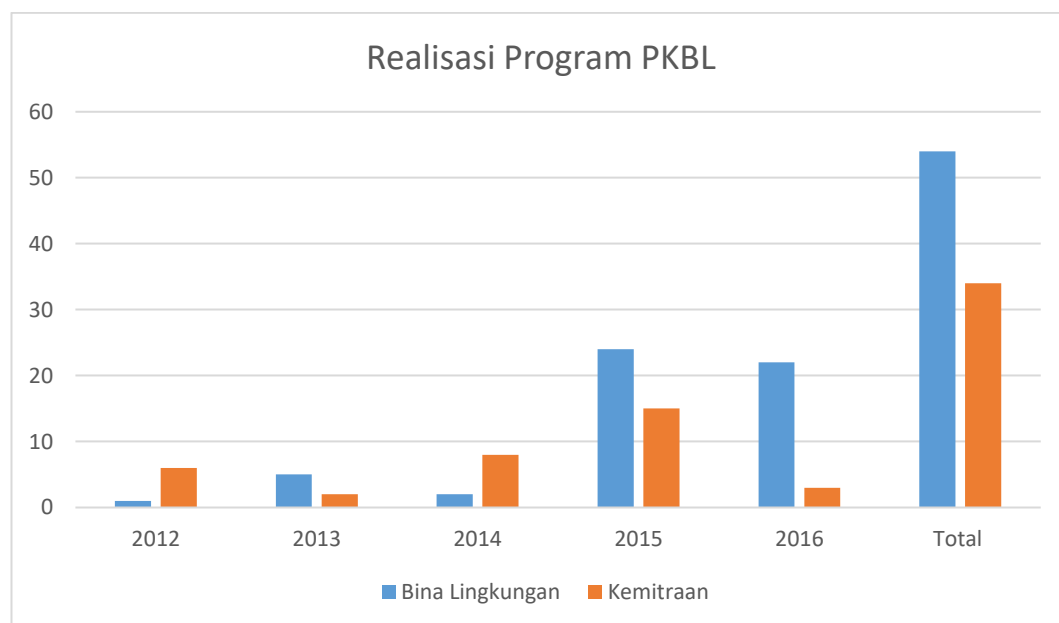
Gambar 1 diatas menunjukkan bahwa perbandingan pelaksanaan program CSR bidang bina lingkungan disetiap wilayah. Dari gambar 1 diatas terlihat bahwa realisasi program CSR di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang Bidang Bina Lingkungan yang memiliki grafik yang tinggi, hal ini hampir setara dengan kantor pusat yang menjadi acuan dari setiap Divre terkait realisasi program CSR. Hal ini berkaitan dengan bagaimana strategi yang dilakukan *Public Relations* pada perusahaan.

Sebuah perusahaan tidak dapat beroperasi secara normal bila masyarakat atau komunitas setempat antipati terhadap perusahaan tersebut. Tanpa dukungan dan jalinan kemitraan dengan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas, dapat dipastikan dalam waktu dekat perusahaan atau organisasi akan mengalami kehancuran secara sosial dan ekonomi, akibat berbagai tekanan dari klaim yang menyudutkan keberadaan perusahaan bahkan juga dapat merusak citra perusahaan.

1.1.3 Tingginya realisasi program bina lingkungan dibandingkan dengan realisasi program kemitraan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang

Gambar 2

Perbandingan Realisasi Program Penyaluran Dana Bina Lingkungan dan Kemitraan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang



Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang

Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa perbandingan pelaksanaan program CSR bidang bina lingkungan dan kemitraan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Dari gambar 2 diatas terlihat bahwa realisasi program bina lingkungan memiliki grafik yang lebih tinggi dibandingkan dengan program kemitraan. Kedua program ini terdapat peningkatan yang signifikan dari kedua program tersebut. Dari sana terlihat bahwa program bina lingkungan lebih unggul realisasinya dibandingkan dengan kemitraan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang terdapat 3 program tanggung jawab sosial perusahaan, Program Kemitraan (PK), Program Bina Lingkungan (PBL) dan *Customer Relation* (CR)

Dalam pelaksanaan realisasi program *corporate social responsibility* perusahaan membuat PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Keberadaan *Public Relations* di sebuah perusahaan mempunyai tujuan yaitu sebagai upaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Sehingga dalam hal ini kegiatan CSR sangat diperlukan humas PT. Kereta Api Indonesia dalam menjalankan tugasnya, salah satunya untuk membina hubungan kerjasama dengan masyarakat dalam Bidang Transportasi Kereta Api. Bagi perseroan yang mengabadikan kewajiban ini, akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semangat *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang berdampak pemberantasan kemiskinan.

Salah satu strategi yang biasanya digunakan oleh seorang *Public relations* adalah dalam menarik simpati publik adalah dengan program *Corporate Social Responsibility* yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Begitupun dalam dunia kerja, komunikasi merupakan syarat mutlak dalam menjalankan semua aspek kehidupan kerja. Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menyamakan persepsi melalui program *Corporate Social Responsibility* dalam membangun citra perusahaan.

Public relations harus menyadari bahwa strategi pokok dan tanggung jawab *Public relations* adalah bagaimana menumbuhkan kepercayaan, *goodwill*, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan atau informasi, serta publikasi yang positif kepada publik (khalayak) didukung dengan kiat ikut andil dalam kegiatan dalam

memperoleh citra. Untuk itulah perlu dikaji lebih mendalam dan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Humas dalam menjalankan Tanggung Jawab Sosial Bidang Bina Lingkungan pada PT. Kereta Api Indonesia Divre III Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan yang diajukan sebagai berikut: Bagaimana Strategi Humas dalam menjalankan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada Program Bina Lingkungan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini dilakukan yaitu: Untuk mengetahui sStrategi Humas dalam menjalankan Program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) dalam Bidang Bina Lingkungan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

- a. Sebagai pengembangan keilmuan pembelajaran Ilmu Komunikasi di Bidang *Public Relation*/ Hubungan Masyarakat.

2. Secara Praktis

- a. Sebagai referensi bagi pembaca/ praktisi penulis sebagai latihan dalam menuangkan hasil penelitian terkait Strategi Humas dalam menjalankan Tanggung Jawab Sosial Bidang Bina Lingkungan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang.
- b. Sebagai proses pembelajaran peneliti dalam menganalisis masalah secara ilmiah
- c. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian ini.
- d. Sebagai bahan perbandingan dan dasar bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan penelitiannya.
- e. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah masukan dan menjadi bahan tambahan kajian evaluasi bagi pemilik atau pengelola perusahaan dalam menentukan kebijakan di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

1. Buku

- Alfitri ,2011. *Community Development Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Berger, Charles,dkk.2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media
- Buchory, Herry Achmd & Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karyas
- Cutlip, Scott M. & Allen H. Center. 1982. *Effectively Public Relations*. Jakarta: Gafindo.
- Effendy,Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung : Mandar Maju
- Febrina dan I G N Agung Suaryana. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh. 2011.
- Freeman, R. E., (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing
- George A. Steiner dan John B. Miner, kebijakan dan Strategi Manajemen,edisi.II,Penerjemah Ticoalu dan Agus Dharma, SH. M.Ed, Jakarta : Erlangga,1997.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat.2008. *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta
- Rudito, Bambang.2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta : Grasindo
- Ruslan, Rosady.2007. *Manajemen Publik Relatons*.Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady.2010.*Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

- Soemirat, Soleh.2017. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sitepu, Edy Sahputra dan Faulina. 2011. *Profesional Public Relations*. Medan: USU Pers
- Untung, Hendrik Budi.2009. *Corporate Social Responsibility*.Jakarta: Sinar Grafika
- Umar, Husein.2001.*Strtegic Manajement in Action*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Zarkasyi, Moh. Wahyudin. (2008). *Good Corporate Governmance Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan Dan Jasa Keuangan Lainnya*.Bandung:Alfabeta

2. Website

- Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (<http://ki.id>) diakses pada tanggal 3 Oktober 2017
- Jumlah Program CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (<http://kai.id>) diakses pada tanggal 19 Oktober 2017
- Yulianti. 2008. <http://www.fikom.unpad.ac.id/?page=detailartikel&id=112>. [diakses tanggal 5 Oktober 2017].

3. Jurnal

- Ferayanti dan Ratih. 2015.*strategi public relations dalam mengkomunikasikan kegiatan corporate social responsibility pt kereta api indonesia di bidang kesenian: Studi Kasus Marching Band Locomotive*. Bandung: Jurnal Komunikasi. Vol.2 No.1:928
- Lesthia Chrysantin. 2013. *Strategi public relations pt pjb (pembangkitan jawa-bali) dalam program csr bank sampah*: Surabaya: Jurnal Komunikasi. Vol. No.3.
- Syahzehan Rabilzani.2013. *Strategi humas dalam sosialisasi keselamatan dan Kesehatan kerja (k3) bagi karyawan area Generator turbin gas unit ii pt.menamas mitra Energi di desa tanjung batu kecamatan Tenggarong seberang*.Samarinda: Jurnal Komunikasi. No.1-8.*
- Chairil N. Siregar.2007. *Analisis sosiologis terhadap implementasi corporate social responsibility pada masyarakat indonesia*:Jurnal Komunikasi. Edisi 12. ITB.

4. Skripsi

- Amran Hakim Fitriansah. 2015. *Analisis penerapan corporate social responsibility pada pt. Kereta api indonesia (persero) divisi regional 3 sumatera selatan*. Palembang: Universitas IBA
- Anggi Aditama.2015. *Efektivitas Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (unit Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) oleh Bank Negara Indonesia*. Palembang: Universitas Sriwijaya

Noval Noviant. 2010. Strategi *public relations* dalam mempertahankan Eksistensi *zorporate image* melalui opini publik (studi kasus pt indocement tunggal prakarsa tbk).Bogor: IPB

Siti Komaria. 2016. *Implementasi Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Refinery Unit III Plaju di Dusun Sambirejo Kecamatan Banyuasin I*. Palembang: Universitas Sriwijaya

Suci Ramadhaniati.2014.*Manajemen Corporate Social Responsibility PT. Pertamna Persero Refinery Unit III Kota Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya