

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan atau organisasi sebagai sebuah sistem tidak dapat berdiri sendiri dalam pengelolaan dan keseimbangannya. Keberadaan organisasi atau perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan setempat sebagai iklim luarnya. Ada hubungan (proporsional) yang sesuai antara perusahaan atau organisasi dan masyarakat. perusahaan atau organisasi dan masyarakat adalah kaki tangan kehidupan yang saling memberi dan membutuhkan.

Public Relation (PR) merupakan unsur penting dalam komunikasi yang mendukung manajemen perusahaan dan memiliki peran sebagai penghubung/mediator dan pengolah informasi yang masuk dan keluar dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. Melalui program-program *PR*, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan budaya perusahaan, kinerja karyawan, suasana kerja, ciri khas perusahaan serta citra dan nama besar perusahaan (Ruslan Rosady,2014:15). Rosady Ruslan dalam buku manajemen PR dan media komunikasi menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan bahwa *Public Relations* ialah peranan manajemen yang memperhitungkan perilaku publik, mengenali kebijaksanaan serta tata metode seorang ataupun orang demi kepentingan publik dan merancang serta melaksanakan suatu program aktivitas

atau kegiatan untuk mencapai penafsiran, uraian serta dorongan dan evaluasi yang baik dari publiknya (Ruslan Rosady, 2014: 16).

Dalam kemajuan teknologi saat ini di era globalisasi dan persaingan bebas, perusahaan dan organisasi yang menempati wilayah bantuan memiliki visi dan misi untuk terus membuat citra yang layak di kalangan masyarakat umum. Pada dasarnya, "akar rumput" dari sebuah organisasi adalah sebuah citra. Citra total dan wajib untuk setiap perusahaan. Setiap perusahaan atau organisasi bersaing untuk mendapatkan gambaran atau citra yang layak dan baik ditengah masyarakat. Citra sangat penting untuk mempertahankan eksistensi suatu perusahaan atau organisasi.

Salah satu kegiatan yang menjadi strategi kehumasan, yaitu perusahaan melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yang didefinisikan secara sederhana selaku sesuatu konsep yang mengharuskan perusahaan untuk memenuhi serta mencermati kepentingan para stakeholder dalam aktivitas operasinya mencari keuntungan. Stakeholder yang diartikan antara lain merupakan para karyawan, kustomer, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya warga (LSM) serta lain sebagainya (Butterick, 2012: 96).

Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup beberapa komponen utama: perlindungan terhadap lingkungan, jaminan sosial tenaga kerja, kerja sama perusahaan dan organisasi dengan area lokal atau masyarakat, pengembangan ekonomi dan badan usaha, jaminan kesehatan, otoritas dan instruksi, bantuan

kemanusiaan. Kegiatan atau proyek yang diselesaikan oleh organisasi (sesuai dengan kemampuan organisasi) sangat beragam secara umum sebagai wujud tugas mereka terhadap lingkungan di sekitarnya (Butterick, 2012: 120).

Adapun pelaksanaan CSR di Indonesia telah diarahkan pada beberapa peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal No.67 TLN No.4274, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Kep-236 / MBU / 2003 tentang Program Perkumpulan Usaha Milik Negara atau Kemitraan BUMN dengan Usaha Mandiri dan Program Pengembangan Wilayah Daerah atau Proram Bina Lingkungan (PKBL). Kewajiban CSR merupakan salah satu upaya pemerintah dan pemerataan pembangunan keuangan dan keseimbangan pertumbuhan ekonomi. (Peraturan CSR di Indonesia, (https://www.mediaCSRindonesia.com/2018/06/peraturan-CSR-di-indonesia_27.html, diunduh 29 Februari 2021).

Program CSR sangat dipengaruhi oleh seseorang praktisi *Public Relations* serta *CSR Officers* yang mempunyai kemampuan relasional yang mumpuni dengan tujuan agar mereka dapat menentukan strategi yang tepat. Berkaitan dengan CSR, pekerjaan PR menjadi penting serta dominan sebagai kaki tangan manajer CSR dalam menyusun, merancang serta mengkoordinasi CSR.

Salah Satu Perusahaan yang menjalankan program CSR di NTT adalah PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang. PT Angkasa Pura I (Persero) adalah perusahaan BUMN yang mengelola sistem jasa penerbangan publik di

Bandar Udara El Tari Kupang. Selain menjadi salah satu pintu utama jalur udara bagi Kota Kupang, bandara ini juga merupakan pusat transit pesawat dari luar provinsi NTT. PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang perlu menjalankan secara baik tugas istimewa sebagai penerima tamu dengan mengupayakan citra positif di mata publiknya yang bukan saja terdapat di Provinsi NTT, tetapi yang datang dari provinsi lain di Indonesia, dan bahkan publik yang berasal dari luar negeri.

Program CSR pada perusahaan ini dimulai dengan kegiatan yang sebagian besar dipisahkan ke dalam empat kelompok penting, yaitu infrastruktur, kesehatan dan kebersihan, kegiatan agama, dan pemberayaan masyarakat. Gerakan ini untuk memperbaiki tatanan kehidupan masyarakat sekaligus meningkatkan taraf hidup masyarakat dan komunitas di sekitar PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang, mulai dari Kota Kupang hingga Kabupaten Kupang.

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang sebagai sebuah perusahaan BUMN ikut peduli terhadap situasi masyarakat dan lingkungan yang terjadi disekitar perusahaan. Oleh karena itu, PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang ikut berperan dalam menysasar dan menanggulangi situasi yang terjadi disekitar perusahaan dalam dua bentuk yakni program bina mitra dan bina lingkungan. Program kemitraan merupakan program bantuan berupa pemberian pinjaman kepada pengusaha menengah ke bawah atau pegiat UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sedangkan program bina lingkungan merupakan pemberian hibah bantuan langsung kepada masyarakat dalam beberapa bidang

misalnya pemberian bantuan fasilitas dan beasiswa kepada para murid di sekolah, perbaikan tempat ibadah dan juga bantuan kesehatan dan fasilitas umum seperti puskesmas keliling (pusling) berupa pemberian vitamin, susu dan makanan tambahan juga pemeriksaan kesehatan gratis.

Berdasarkan penjelasan website resmi PT Angkasa Pura I (Persero) www.ap1.co.id, kegiatan “Pusling” merupakan salah satu bagian dari program besar kantor pusat PT Angkasa Pura I (Persero) yang dilakukan secara berkala. Dalam kegiatan Pusling diisi dengan pemeriksaan kesehatan gratis kepada balita dan pemberian makanan tambahan, dengan melibatkan beberapa pihak antara lain; pihak Dinas Kesehatan Kota/Kabupaten Kupang dan Puskesmas pembantu wilayah terkait. Pelaksanaan kegiatan puskesmas keliling biasanya diawali dengan penyuluhan kesehatan berkaitan dengan gizi balita, pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat menjaga kebersihan lingkungan dan pribadi, penimbangan bayi dan balita, pemberian vitamin dan susu, dan pemberian makanan tambahan atau PMT berupa nasi, lauk, sayur, buah dan jus buah.

Evaluasi adalah salah satu rangkaian kegiatan dalam meningkatkan kualitas, pelaksanaan dan produktivitas suatu organisasi atau perusahaan dalam pelaksanaan suatu program atau kegiatan. Dengan melakukan evaluasi komunikator atau pembuat program akan memperoleh data mengenai seberapa besar efektifitas suatu kegiatan atau programn juga sejauh mana program tersebut dapat dilaksanakan, kemudian data tersebut digunakan untuk peningkatan kualitas program dan juga untuk melakukan perbaikan terhadap program atau kegiatan

tersebut. Idealnya setiap program atau kegiatan perlu dievaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilannya dan untuk mendapatkan informasi sebagai bahan pemikiran apakah program tersebut harus diperbarui, dilanjutkan, atau dihentikan. Pihak manajemen dapat mengetahui tingkat keberhasilan suatu program dan kegiatan melalui pelaksanaan evaluasi (Suranto,2019:84).

Evaluasi pada program *public relations* akan membantu dalam melihat apakah suatu program telah dilakukan secara efektif. Meskipun demikian, terdapat banyak kesimpulan yang menganggap bahwa program *PR* tidak dapat dilihat secara nyata hanya dari penghargaan, pujian ataupun liputan media massa. Evaluasi yang substansial terhadap suatu program *PR* haruslah dilakukan berdasar pada pengukuran secara ilmiah mengenai peningkatan kesadaran atau perubahan pendapat, perspektif dan perilaku khalayak atau komunikasi sehubungan dengan organisasi atau perusahaan (Morrisan,2006:202).

Terdapat penelitian serupa terkait program *PR* dalam pelaksanaan *CSR* oleh Novi Kartika Sari, ditemukan bahwa pelaksanaan program *CSR* diselesaikan oleh PT. Coca Cola Amatil Indonesia dalam melibatkan masyarakat masih terbatas pada tahap pelaksanaan program dan pada tingkat kepentingan. Kelompok masyarakat bisa saja memberikan masukan, namun pengambilan keputusan tetap dimiliki perusahaan sepenuhnya.

Dalam kegiatan evaluasi menjadi penting untuk dilakukan, karena sebagai sebuah metode atau cara pandang terhadap keberhasilan program yang telah dilaksanakan, untuk menghindari kesalahan yang telah dilakukan, apakah memiliki

dampak yang dahsyat atau signifikan atukah sekedar dilaksanakan untuk menghabiskan anggaran.

Manajemen PT Angkasa Pura I (Persero) melihat peluang dari kegiatan Pusling yang merupakan sebuah penerapan dari program *CSR*, sehingga *Public relations* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang memahami bahwa program *CSR* tersebut mampu dikomunikasikan secara baik dan dapat diawasi oleh perusahaan, pada akhirnya akan membawa keuntungan yang berbeda bagi perusahaan dan individu yang terlibat dalam menjalankannya. Kepentingan dasar tentunya akan tercapai jika ada hubungan yang layak antara perusahaan dengan masyarakat melalui komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan.

Apakah bantuan yang disalurkan oleh perusahaan melalui *CSR* itu sesuai dengan *budget*? Karena ada keluhan dari penerima bantuan bahwa bantuan yang diterima tidak didapatkan secara utuh. Misalnya pada pemberian makanan tambahan (PMT), standar yang diberikan oleh perusahaan berupa nasi, lauk, buah dan jus buah namun dalam pelaksanaannya pemberian PMT tidak diberikan secara utuh atau sesuai standar perusahaan. Oleh karena itu, peneliti ingin membedah penyebab tidak tersalurkannya bantuan secara baik, itu terjadi pada pihak *CSR* atau pada pihak puskesmas. Maka fokus dalam penelitian ini adalah melakukan analisis evaluasi keberhasilan kegiatan Pusling program *PR CSR* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara El tari Kupang dan evaluasi manfaat bagi penerima bantuan yang dilaksanakan di Puskesmas Baumata

Salah satu hal menarik yang bisa ditemukan dalam program *CSR* PT Angkasa Pura 1 (Persero) adalah tidak saja menjalankan *CSR* sebagai bentuk formalitas tetapi ada penyelesaian masalah stunting melalui pemberian makanan tambahan. Dari sisi Ilmu Komunikasi dapat ditegaskan bahwa efek atau dampak dari komunikasi yang dilaksanakan dapat berhasil guna bukan saja oleh komunikator tetapi juga oleh komunikan. Evaluasi di PT Angkasa Pura I (Persero) ini merupakan hambatan yang berbeda bagi kemajuan usahanya. Oleh karena itu, tahap evaluasi PT Angkasa Pura I (Persero) dalam program *public relations* juga membantu kerja *pr* dalam melihat hambatan dan tantangan yang terjadi, serta sejauh mana program tersebut telah berjalan dalam mencapai tujuan yang ideal dan tepat pada target yang di sasar.

Berdasarkan uraian di atas maka fokus penulisan ini adalah melakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan secara berkala oleh PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang, dengan judul penelitian **“Analisis Evaluasi Program *PR CSR* PT. Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandar Udara El Tari Kupang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut; Apakah bantuan yang disalurkan oleh PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang melalui program *PR CSR* yang dikelola oleh puskesmas Baumata sudah sesuai dan memberikan efek bagi khalayak penerima bantuan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maksud dan tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian menyangkut suatu hal yang dikerjakan peneliti dan pekerjaan itu adalah suatu proses dari awal sampai akhir penelitian (Darus, 2014:41). Maksud dari penelitian analisis evaluasi ini untuk mengetahui pelaksanaan bantuan pusling pemberian makanan tambahan sudah optimal atau belum.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian menyangkut hasil yang hendak dicapai peneliti melalui penelitian dan hasil itu berupa pengetahuan yang diperoleh dalam kesimpulan penelitian. Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini untuk memperoleh pengetahuan tentang analisis evaluasi dan mendeskripsikan efek program *Corporate Social Responsibility* PT. Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandara El Tari Kupang melalui evaluasi kegiatan Puskesmas Keliling di Puskesmas Baumata.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis guna mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi dengan kajian evaluasi program *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan metode *CIPP*

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Penelitian ini diharapkan untuk menjadi kontribusi bagi perusahaan dan dapat dimanfaatkan sebagai semacam perspektif untuk mengetahui evaluasi program CSR pada kegiatan Puskesmas Keliling PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi, Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Public relations memiliki aktifitas yang membantu perusahaan dalam membuat citra yang layak atau “*good image*”. Dalam menyelesaikan kewajiban dan tugas tersebut, praktisi *pr* saat ini menjalankannya di setiap program yang direncanakan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai salah satunya program *CSR*.

Oleh karena itu, terdapat empat tahap dalam melaksanakan program *public relations*, antara lain : (1) *Fact Finding*, (2) *Planning and Programming I*, (3) *Taking action and communicating*, dan (4) *Evaluation*.

Dalam memahami program kerja yang efektif dan sesuai dengan tujuan program yang ingin dicapai, maka evaluasi sangat penting dilakukan untuk menentukan pencapaian suatu program yang dijalankan. PT Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandara El Tari Kupang merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan program *public relations CSR (Corporate Social Responsibility)* dalam hal ini kegiatan puskesmas keliling pemberian makanan tambahan. Untuk mengevaluasi program *CSR*, peneliti menggunakan metode analisis evaluasi CIPP dengan empat (4) tahapan antara lain : (a) *Context evaluation* : evaluasi terhadap konteks , (b) *Input evaluation* : evaluasi terhadap masukan, (c) *Process evaluatuion* : evaluasi terhadap proses dan (d) *Product evaluation* : evaluasi terhadap hasil.

Evaluasi yang pertama dilakukan berdasarkan *context*. Evaluasi *context* memberikan informasi tentang kekuatan dan kelemahan dan keseluruhan program untuk membantu dalam perencanaan perbaikan. evaluasi ini berorientasi pada tujuan setiap program. Jadi pada evaluasi *context* ini, evaluasi dilakukan pada tujuan program dan situasi lingkungan baik internal maupun eksternal.

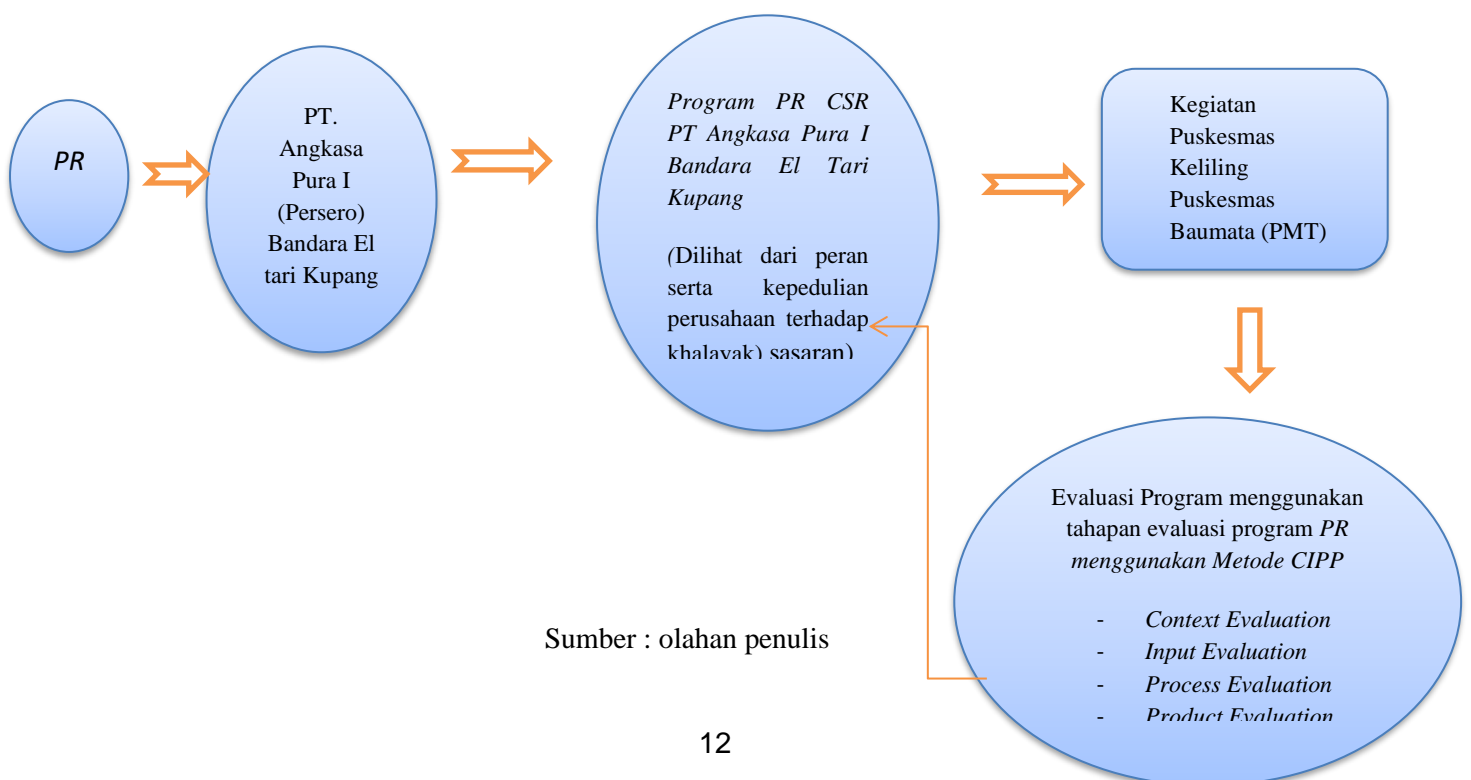
Evaluasi yang kedua dilakukan berdasarkan input. Evaluasi input menyediakan informasi tentang kekuatan dan kelemahan dari strategi alternatif untuk mencapai tujuan program dengan penggunaan sumber daya secara efektif.

Evaluasi input meliputi evaluasi terhadap sumber daya manusia, sumber daya alam, anggaran, fasilitas dan waktu.

Evaluasi yang ke tiga adalah evaluasi terhadap proses. Evaluasi proses ini berguna untuk meneliti efektivitas dari desain program dari perspektif operasional atau prosedural. Dalam evaluasi proses ini hal-hal yang perlu diperhatikan adalah strategi, taktik, implementasi dan kontrol program. Setelah mengevaluasi proses perencanaan dan pelaksanaan program maka selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap produk yang dihasilkan. Pada evaluasi Produk ini melihat hasil produk tersebut, apakah tujuan dari program yang dilaksanakan dapat tercapai dan terlaksana secara efektif atau tidak. Dari hasil evaluasi tersebut akan terlihat faktor apa saja yang menjadi kekuatan maupun kelemahan program.

Gambar 1.1

Analisis Evaluasi kegiatan Pusling Program PR CSR PT. Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandar Udara El Tari Kupang.



1.5.2 Asumsi

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang sesuatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian (Tanjung, 2005:59) Dalam penelitian ini, Penulis mengasumsikan bahwa penyaluran bantuan dari PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara El Tari Kupang kepada keluarga penerima bantuan yang dikelola oleh Puskesmas Baumata belum sesuai dengan standar peruntukannya.

1.5.3 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang belum tentu benar dan kebenarannya baru bisa dibuktikan melalui pengujian atau penelitian (Tanjung, 2005: 62). Berdasarkan data yang akan diperoleh pada penelitian ini, dapat disimpulkan sementara bahwa terdapat potensi penyaluran bantuan oleh pengelola belum sesuai standar peruntukannya.