



Manajemen Corporate Social Responsibility (CSR) PT KAI (Persero) melalui Program Sampah Organik Black Soldier Flies

Fiet Febriyanti^{1*}, Asep Saeful Muhtadi¹, Ridwan Rustandi²

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : febyfbryns5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen yang dilakukan oleh CSR PT KAI (Persero) melalui program sampah organik black soldier flies. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder, serta teknik pengumpulan data yang digunakan ialah melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian yang didapat ialah Unit CSR PT KAI sudah melaksanakan manajemen CSR, yaitu dengan cara; pertama, merumuskan masalah dengan melakukan riset analisa keadaan lingkungan serta analisa arahan pemerintah pusat dan setempat; kedua, perencanaan program melalui pengajuan proposal, penetapan tujuan program CSR, sumber daya dan finansial, serta target sasaran; ketiga, pengambilan tindakan dengan bersinergi bersama pemerintah pusat, pemerintah setempat dan warga setempat, mengelola sampah dengan metode maggot, dan monitoring, serta melakukan komunikasi terhadap kelompok kecil, melakukan sosialisasi dan pelatihan, dan komunikasi dan penyebaran informasi melalui media sosial; keempat, evaluasi program dalam bentuk laporan bulanan dan evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan program CSR.

Kata Kunci : Manajemen; *Corporate Social Responsibility*; Sampah Organik; *Black Soldier Flies*.

ABSTRACT

This study aims to determine the management process by PT KAI (Persero) CSR through the black soldier flies organic waste. The method used in this study is descriptive qualitative method using primary and secondary data sources, and data

collection techniques used are observation, documentation, and in-depth interviews. The results of the study can be concluded that the CSR Unit of PT KAI has implemented CSR management, through; first, defining of problem by conducting research, analyzing environmental conditions and analyzing the direction of the central and local governments; second, planning and programming through submitting proposals, determining CSR program objectives, resources and finance, also setting targets; third, taking action by synergizing with the central government, local government and local residents, managing waste using the maggot method, and monitoring, as well as communication to small groups, conducting socialization and training, and communicating and disseminating information through social media; fourth, program evaluation through the form of monthly reports and evaluation as a measure for the success of the CSR program.

Keywords: *Management; Corporate Social Responsibility, Organik Waste, Black Soldier Flies.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dibentuk menjadi suatu aktivitas atau konsep yang sudah diinisiasikan oleh lembaga atau perusahaan lainnya demi menjamin manfaat jangka panjang bagi perusahaan maupun masyarakat.

CSR dalam perusahaan bukan hanya bertanggung jawab secara sosial terhadap masyarakat, tetapi juga mencakup aspek-aspek lainnya seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, dan komunitas lainnya. CSR erat kaitannya dengan pembangunan jangka panjang.

Program CSR dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa perhatian dan kepedulian dengan melibatkan lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat. Tujuan dari CSR ini ialah guna membangun hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, mensejahterakan kehidupan masyarakat, menjaga lingkungan, serta sebagai bentuk pengelolaan dan kontrol suatu perusahaan. Sekarang ini CSR bukan hanya komitmen sementara atau berkala saja yang dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial, tetapi CSR bersifat wajib bagi sebagian perusahaan untuk menerapkannya.

Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* ini sudah dirancang oleh pemerintah dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007

pasal 74 mengenai Perseroan Terbatas (UU PT) atas tujuan agar perusahaan tetap menjalin hubungan perseroan yang baik dan sesuai dengan lingkungan masyarakat setempat. Selain itu juga, kegiatan CSR ini diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 pasal 15, 17 dan 34 mengenai Penanaman Modal (UU PM). Salah satu perusahaan yang menerapkan UUPM No. 40 Tahun 2007 dan UU PM No. 25 Tahun 2007 sebagai dasar hukum pelaksanaan kegiatan CSR adalah PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Zebua (2019: 33) menjelaskan bahwa bahwa *corporate social responsibility* adalah wujud bentuk komitmen yang dikeluarkan secara menerus oleh pebisnis untuk perilaku etis terhadap *stakeholders*, serta satu dari beberapa usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar meningkatkan citra di tengah masyarakat.

Melalui situs resmi www.kai.id/corporate/csr, PT. KAI (Persero) memiliki keinginan untuk mampu meningkatkan relasi yang harmonis dengan masyarakat agar menciptakan situasi kondusif serta meningkatkan reputasi bagi keberlangsungan usaha perusahaan. Dalam mewujudkan hal tersebut PT. KAI (Persero) membentuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) KAI.

CSR KAI merupakan program PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang telah diatur dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: Kep.U/KP.502/IV/1/KA-2015 pada 28 April 2015 mengenai Petunjuk Pelaksanaan Penerapan CSR di wilayah PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Program CSR KAI ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang berperan aktif dalam upaya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan untuk mencapai kehidupan dan lingkungan yang berkualitas, khususnya bagi perusahaan dan umumnya bagi komunitas dan masyarakat setempat. Unit CSR KAI ini 3 mengalokasikan dana tanggung jawab sosialnya pada kegiatan Kemitraan, Bina Lingkungan dan *Community Relations*.

Berdasarkan data pra penelitian yang diambil dari situs <https://www.kai.id/corporate/csr> pada tahun 2021, PT KAI (Persero) juga mendapatkan tiga penghargaan prestisius dalam menjalankan program *Corporate Sosial Responsibility* serta Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) pada ajang TOP CSR Awards 2021. Tiga penghargaan tersebut yaitu TOP *Leader on CSR Commitment* 2021 yang diberikan kepada

Didiek Hartantyo selaku Direktur Utama KAI, TOP CSR *Awards* 2021 #Star 4, serta penghargaan untuk Kategori Khusus 2021 di Program Lingkungan dengan program unggulannya pengelolaan sampah organik menggunakan sistem *Black Soldier Flies* (BSF). PT KAI dapat masuk kategori di ajang TOP CSR *Awards* karena dinilai sebagai sistem tata kelola CSR dan sistem kebijakan yang sangat baik dan memiliki komitmen tinggi dalam mendukung strategi bisnis dan keberhasilan implementasi CSR di perusahaan.

Rumusan masalah pada penelitian ini terdapat empat kategori, diantaranya untuk mengetahui bagaimana Unit CSR KAI melakukan proses perumusan masalah dan peluang (*defining of problem*), bagaimana Unit CSR KAI melakukan tahap perencanaan dan program (*planning and programming*), bagaimana Unit CSR KAI melakukan tahap pengambilan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*), dan bagaimana Unit CSR KAI melakukan tahap evaluasi program (*evaluation*) dalam manajemen *corporate social responsibility* (CSR) PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui program sampah organik *black soldier flies*. Penelitian ini dilakukan menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif.

Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder, serta teknik pengumpulan data yang digunakan ialah melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Satori (2011: 23) menjelaskan bahwa metode analisis deskriptif kualitatif dapat digunakan untuk mengeksplor sebuah peristiwa yang terjadi dan tidak dapat dikuantifikasikan.

Hasil penelitian terdahulu berisi dua skripsi dan tiga jurnal. Hasil penelitian terdahulu ini dilampirkan guna mencari perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan pada penelitian saat ini. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Marizka Nur Afifah dengan judul *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda. Penelitian ini berfokus terhadap proses dan strategi CSR untuk mempertahankan citra PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda, sedangkan peneliti lebih fokus terhadap manajemen CSR yang dilakukan oleh PT KAI dalam melaksanakan program CSR melalui pengelolaan sampah organik *black soldier flies*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Septian Fauzan Erlangga dengan judul Manajemen Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Membentuk *Brand Image* Perusahaan (Studi Deskriptif pada PT LEN Industri Persero). Penelitian ini memiliki tujuan untuk memfokuskan pembahasan mengenai program CSR yang akan membentuk *brand image* perusahaan, sedangkan peneliti memfokuskan mengenai proses manajemen yang dilakukan pada program CSR. Konsep yang digunakan pada penelitian sebelumnya ialah POAC, sedangkan peneliti menggunakan teori *four steps public relations*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Damayanti Syahriani dan Mahmudi Siwi dengan judul Hubungan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* Dengan Reputasi Perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam pelaksanaan program CSRnya, sedangkan fokus peneliti ini ingin mengetahui mengenai proses manajemen CSR yang dilakukan PT KAI dalam melaksanakan program CSR, teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya ialah teori reputasi, sedangkan peneliti menggunakan teori *four steps public relations* dalam penelitian.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Maura Salsabilla Andini dengan judul Strategi *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina EP Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan Melalui Koperasi Mina Agar Makmur di Tambun. Penelitian ini berfokus untuk membahas strategi CSR yang dilakukan terhadap peningkatan citra perusahaan PT Pertamina EP, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada proses manajemen yang dilakukan oleh Unit CSR KAI melalui program sampah organik *black soldier flies*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Winda Dwi Astuti Zebua dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Program Pinkvoice Oleh Starbucks Indonesia Dalam Membangun Citra. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR pada PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks Indonesia) dalam program yang diluncurkannya yaitu "Pinkvoice" dalam upaya membangun citra perusahaan, sedangkan peneliti ini melakukan penelitian yang berfokus untuk mengetahui manajemen CSR PT KAI melalui program sampah organik *black soldier flies*. Lokasi penelitian peneliti pun berbeda dengan penelitian sebelumnya, peneliti memilih PT Kereta Api Indonesia

(Persero) khususnya Unit CSR KAI.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendeskripsian kondisi yang sedang terjadi pada saat ini, berupa peristiwa atau situasi, menjelaskan variabel serta tidak pula menguji hipotesis. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori *four steps public relations* yang digagas oleh Cutlip, Center, dan Broom (2006). Teori ini digunakan peneliti berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan di Unit CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero). Berdasarkan dari penelitian yang peneliti lakukan, bahwa teori *four steps public relations* memiliki peranan penting dalam sebuah manajemen *corporate social responsibility* (CSR) melalui program sampah organik *black soldier flies* yang dikelola oleh Unit CSR KAI.

Pemecahan suatu permasalahan dalam suatu organisasi perusahaan tentunya terikat dengan sebuah teori mengenai proses manajemen public relations. Primarni (2003: 79) menjelaskan bahwa manajemen *public relations* digunakan untuk menerapkan atau mengimplementasikan fungsi-fungsi yang ada di dalam ilmu manajemen dalam sebuah aktivitas *public relations*.

Teori *four steps public relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom dalam bukunya "*Effective Public Relations*" (2006: 321) menjelaskan bahwa proses manajemen *public relations* dibagi menjadi empat langkah atau tahapan.

Pertama, perumusan masalah atau *defining of problem* merupakan langkah pertama dalam proses manajemen *public relations* adalah memantau kejadian, pendapat, perilaku, dan sikap terhadap semua pihak yang terkait dengan kebijakan perusahaan. Tahap ini menjadi inti dari pembahasan manajemen *public relations* dengan upaya mengumpulkan data dan fakta yang ada dilapangan sebelum menjalankan tahapan selanjutnya.

Kedua, perencanaan program atau *planning and programming* merupakan langkah kedua dimana hasil data dan fakta yang didapatkan pada tahap pertama digunakan untuk mengambil keputusan mengenai rencana apa yang akan diterapkan pada tahap selanjutnya. Pada tahap ini perlu merencanakan dan bagaimana program, tujuan, serta strategi komunikasi yang akan dilaksanakan dapat terstruktur dan mendapatkan

hasil yang diinginkan.

Ketiga, pengambilan tindakan dan proses komunikasi atau *taking action and communicating* merupakan langkah untuk memerhatikan dan menentukan bagaimana cara untuk menerapkan sebuah program dan proses komunikasi agar proses perencanaan sampai proses pengawasan dari sebuah program dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan target yang diharapkan.

Keempat, evaluasi program atau *evaluation* merupakan langkah terakhir dalam proses manajemen *public relations* ini adalah melakukan evaluasi untuk melihat, meninjau, dan menilai kembali persiapan, penerapan, dan hasil dari sebuah program yang telah dilaksanakan apakah sudah terlaksana dan memutuskan apakah program tersebut dapat dilanjutkan atau dihentikan.

Wardah (2017: 4) menjelaskan bahwa *management* ditafsirkan pada bahasa Indonesia artinya adalah pengelolaan atau manajemen. Dalam hal ini kedua kata tersebut memiliki kesamaan arti, yaitu untuk mengontrol, mengatur ataupun mengurus.

Manajemen *public relations* merupakan proses rumusan masalah, perencanaan sebuah program kerja, pelaksanaan program kerja, serta evaluasi terhadap berbagai kegiatan atau program yang di suatu perusahaan atau organisasi.

Manajemen *public relations* menurut Morissan (2008: 108) berfungsi supaya setiap kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat dinilai dan berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Esensi dari manajemen *public relations* ini bertujuan untuk menciptakan simpati, pengertian, dan dukungan dari publik serta upaya untuk menyebarluaskan informasi dalam mencapai kepentingan bersama yang lebih efektif dan efisien.

CSR menurut Nugraha (2011: 2-3) adalah salah satu konsep yang terintegrasi melalui gabungan aspek bisnis dengan sosial yang dinilai selaras agar perusahaan atau lembaga dapat mencapai kesejahteraan para *stakeholdernya*, tetapi dalam satu sisi dapat mencapai profit maksimal sehingga bisa meningkatkan harga saham suatu perusahaan.

Hasan dan Andriany (2015: 41) menjelaskan bahwa menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR adalah komitmen bisnis

secara berkesinambungan guna membangun kelayakan kualitas hidup tenaga kerja serta keluarganya yang menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri, serta ikut berpartisipasi dalam membangun sosial ekonomi. Dalam hal ini mengandung dimensi sosial, kesukarelaan dan ekonomi.

Melalui kegiatan dan program *corporate social responsibility*, perusahaan tidak hanya memprioritaskan tujuannya untuk mendapatkan keuntungan atau reputasi saja, tetapi menjunjung tinggi aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan sekitarnya.

Perusahaan tidak bisa berfokus pada keuntungan saja, namun perusahaan memiliki kewajiban tinggi pada pemegang kepentingan (*stakeholders*) yaitu memberikan bentuk kepeduliannya terhadap aspek sosial sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat maupun relasi komunitas, aspek ekonomi sebagai bentuk kontribusi perusahaan terhadap laju perkembangan ekonomi, dan aspek lingkungan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya dengan atau tanpa diminta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

CSR atau tanggung jawab perusahaan merupakan suatu komitmen terhadap masyarakat atau lingkungan melalui aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Parlindo, et al. (2018: 4) CSR memiliki tujuan yang berkesinambungan dan memanfaatkan berbagai potensi yang ada di wilayah perusahaan. Bentuk tanggung jawab dapat dijalankan melalui berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, mengembangkan lingkungan, dan memajukan pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Mardikanto (2018: 148) menjelaskan bahwa bentuk kontribusi perusahaan terhadap masyarakat sekitar adalah termasuk dalam tanggung jawab sosial dan sebagai bentuk kepedulian dari perusahaan dalam lingkup kegiatan perusahaan. PT KAI (Persero) menjalankan program CSR adalah sebagai upaya perusahaan untuk hadir langsung bersama masyarakat guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau dikenal dengan KAI sebagai salah satu perusahaan BUMN yang memiliki kesadaran dan komitmen kepada masyarakat dan lingkungannya mewujudkan berbagai kegiatan program CSR (*corporate social responsibility*), Unit CSR KAI

termasuk dalam bagian ruang lingkup manajemen public relar salah satunya ialah program bina lingkungan melalui program sampah organik *black soldier flies* yang diperuntukan bagi warga sekitar perusahaan yang memiliki masalah mengenai sampah, yaitu wilayah RW 01, Simpangsari, Sukamiskin sebagai target sasarannya.

Program ini dirasa mampu untuk memberdayakan masyarakat, dimana masyarakat diharapkan mampu secara mandiri dan sadar akan pengelolaan sampah baik itu secara lingkungan, ekonomi, maupun sosial. Penelitian ini melihat manajemen *corporate social responsibility* (CSR) PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui program sampah organik *black soldier flies* ini sudah berjalan cukup baik, selaras dengan penjelasan Malik (2004: 13), bahwa fungsi manajemen bertujuan untuk membantu proses pengelolaan dalam mensukseskan kebijakan serta membangun hubungan yang baik dengan berbagai publiknya.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui proses wawancara mendalam bersama tiga informan, proses untuk melaksanakan kegiatan program CSR yang dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola CSR dilakukan melalui empat tahapan, yaitu dengan melalui tahapan merumuskan masalah (*defining of problem*), tahapan perencanaan program (*planning and programming*), tahapan pengambilan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*), dan tahapan evaluasi program (*evaluation*). Berikut ini merupakan pembahasan mengenai empat tahapan manajemen *corporate social responsibility* (CSR) PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui program sampah organik *black soldier flies*:

Tahap Perumusan Masalah

Tahap merumuskan masalah atau dikenal dengan *defining of problem* merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh praktisi *public relations* dalam melaksanakan sebuah kegiatan. Sulistyningtyas (2010: 178) menjelaskan bahwa tahap *defining of problem* merupakan hal pertama yang dapat menunjang untuk pengambilan keputusan selanjutnya. Kegiatan merumuskan masalah dapat dilakukan sebelum program CSR dari suatu perusahaan dijalankan, salah satunya dengan melakukan riset.

Riset (*research*) dilakukan guna mengetahui latar belakang program CSR yang akan dilaksanakan dan langkah apa saja yang akan diambil selanjutnya. Menurut Baskin, et al. (1997: 5) riset berperan sebagai fungsi utama pada proses kehumasan karena riset mewariskan kebutuhan

informasi pada tahap awal sebelum merencanakan aksi dari *public relations* dan untuk mengevaluasi efektivitasnya.

Riset dalam proses manajemen memiliki tujuan guna mendapatkan data-data akurat sesuai dengan fakta dan situasi di lapangan. Bungin (2007: 129) menjelaskan bahwa pengumpulan data didapatkan melalui riset atau hasil olahan data berupa laporan yang sah. Riset dilakukan agar tim dari Unit CSR KAI mampu membuat keputusan dan perencanaan yang matang sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai, selaras dengan penjelasan Suhandang (2004: 143), riset dinilai sangat penting untuk mendapatkan data yang ada pada masyarakat, karena tanpa mengetahui permasalahan yang ada, maka permasalahan tersebut sulit dipecahkan.

Pertama, analisa keadaan lingkungan merupakan riset yang berlandaskan atas fenomena yang terjadi di masyarakat, pada tahapan ini tim Unit CSR KAI dituntut untuk mampu melakukan analisis keadaan dan situasi yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan, khususnya di Kota Bandung. Yulianita (2012: 128) menjelaskan bahwa tahap pertama dari konsep *four steps public relations* adalah menganalisa permasalahan, langkah ini dilakukan untuk memantau, melihat, dan menganalisis keadaan yang terjadi di lingkungan terkait dengan program CSR yang akan dijalankan. Tahapan ini dilakukan agar tim Unit CSR KAI memahami keadaan yang terjadi sesuai dengan permasalahan yang terjadi, dan program yang akan dilaksanakan sesuai atas kondisi yang terjadi.

Kedua, analisa arahan pemerintah pusat dan setempat merupakan tahapan yang dilakukan berlandaskan instruksi pemerintah pusat, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan pemerintah setempat, yaitu Pemerintah Kota Bandung serta Dinas Lingkungan Hidup dan Lingkungan Kota Bandung yang mengharuskan pelaksanaan program CSR dilakukan oleh setiap perusahaan BUMN dan sebagai bentuk partisipasi program Kang Pisman untuk Kota Bandung. Mardikanto (2018:135) menjelaskan kehadiran CSR mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian, hal ini menunjukkan bahwa Unit CSR KAI melaksanakan program CSR melalui program pengelolaan sampah organik *black soldier flies* ini berdasarkan atas instruksi langsung dari pemerintah pusat dan pemerintah setempat sehingga dinilai layak untuk

dilaksanakan, dan sebagai bentuk kepatuhan perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap kebijakan yang diberikan oleh pemerintah.

Tahap Perencanaan Program

Tahap perencanaan dan program (*planning and programming*) merupakan langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Unit CSR KAI setelah merumuskan masalah yang ada. Proses perencanaan akan menentukan tujuan, menentukan strategi, prosedur, tindakan yang diperlukan, dan menetapkan sasaran yang dituju pada program CSR yang akan dilaksanakan. Solihin (2011:139) menjelaskan tahap perencanaan di dalam sebuah program CSR termasuk dalam kegiatan penetapan dari berbagai *goals* yang ingin diraih oleh perusahaan.

Perencanaan pada program sampah organik black soldier flies yang difokuskan pada bidang Bina Lingkungan ini juga akan berdampak pada tahap pelaksanaan, sehingga dibutuhkan proses perencanaan yang matang.

Pertama, tahap pengajuan permohonan kepada pihak yang dituju, yaitu Unit CSR KAI dengan menyerahkan pengajuan proposal dari tim pengelola sampah RW 01 Sukamiskin. Nandyo (2019: 44) menjelaskan bahwa masyarakat menawarkan kerja sama atau bantuan CSR melalui permohonan yang ditujukan kepada perusahaan dan sesuai dengan program kerja yang disepakati, program-program CSR yang dirancang sebelumnya telah ditentukan timelinenya. Dalam proses penerimaan proposal tersebut, pihak yang akan bekerja sama akan diminta untuk mengajukan proposal terlebih dahulu untuk dikaji terlebih dahulu dengan menyelaraskan keadaan lingkungan dan tujuan dari program yang akan dilaksanakan. Setelah proses pengkajian terlewati, dan berbagai persyaratan telah dipenuhi, maka pihak penerima program CSR adalah pihak yang dinilai layak untuk menerima bantuan dari Unit CSR KAI.

Kedua, menentukan tujuan dari program CSR merupakan langkah yang dilakukan untuk mengetahui tujuan dari pemberian bantuan dan tanggung jawab melalui pemberdayaan masyarakat dan lingkungan. Hasibuan (2007:49) menjelaskan bahwa penetapan tujuan pada sebuah kegiatan atau program merupakan salah satu bagian dari tahap perencanaan. Penetapan tujuan dalam tahap proses perencanaan dapat diselaraskan dengan visi, misi, dan tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Penentuan tujuan program sampah organik black soldier flies

sendiri dilakukan guna efektivitas pencapaian tujuan yang ingin diraih, yaitu sebagai bentuk kepatuhan terhadap kebijakan pemerintah, dan untuk memecahkan permasalahan mengenai sampah yang menumpuk agar dapat ditangani dengan baik, sehingga sampah-sampah organik dapat diolah dengan efisien dan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat, serta terciptanya lingkungan yang bersih, tertata, dan tidak berbau sehingga meningkatkan kenyamanan masyarakat itu sendiri.

Ketiga, menentukan sumber daya dan finansial adalah langkah selanjutnya dalam proses perencanaan terhadap kegiatan program CSR yang akan dilaksanakan. Suwanto dan Priansa (2011: 45) menjelaskan penetapan sumber daya merupakan bagian dari tahap perencanaan yang nantinya akan berperan untuk melaksanakan dan mengembangkan rencana yang telah disusun.

Sumber daya manusia yang terpilih akan membentuk tim sesuai dengan pembagian tugas di bidangnya masing-masing, mulai dari penanggung jawab sampai anggota pengelola. Pelaksanaan kegiatan CSR ini melibatkan pihak masyarakat yang tinggal di wilayah RW 01, Simpangsari, Sukamiskin untuk membentuk tim, pembentukan tim ini bertujuan untuk menetapkan struktur tim, prosedur mengenai program CSR ini, dan pembagian tugas antar individu.

Kerja sama dalam tim akan menjadikan proses pekerjaan menjadi lebih mudah dan efisien karena penyelesaian suatu program dilakukan secara bersama-sama, dengan dibentuknya tim juga akan saling menjaga tanggung jawab atas program yang dilaksanakan, selaras dengan penjelasan Kahmad (2015: 6), pelaksanaan kegiatan apabila dijalankan dengan bekerja sama maka hasilnya akan ringan dan lebih baik dengan diiringi rasa disiplin dan professional.

Pembentukan tim dalam kegiatan program CSR ini melibatkan pihak internal dan eksternal perusahaan, yaitu Unit CSR KAI bidang Bina Lingkungan sebagai tim utama, dan pihak masyarakat RW 01 Simpangsari, Sukamiskin yang menjadi tim pengelola program CSR, tepatnya di TPST Simpel.

Kemudian setelah sumber daya manusia dan sumber daya alam telah tersedia, selanjutnya menetapkan sumber finansial guna mendukung pelaksanaan program CSR. Menurut Morissan (2008: 179), menyusun biaya anggaran merupakan salah satu pekerjaan penting, dimana kegiatan

ini merupakan bagian dari perencanaan program guna mengetahui dana yang dikeluarkan untuk membiayai suatu program.

Bantuan dana yang diberikan oleh Unit CSR KAI ini berbentuk hibah dan sangat terbatas. Dana hibah yang diberikan oleh Unit CSR KAI ini untuk membangun sarana dan menyediakan infrastruktur yang terbaik guna mendukung pelaksanaan program CSR.

Dana utama diberikan oleh Unit CSR KAI, sedangkan dana tambahan untuk biaya operasional didapatkan dari dana sukarela atas partisipasi masyarakat wilayah RW 01 Simpangsari, Sukamiskin. Dana tambahan didapatkan dengan mengeluarkan iuran sebesar Rp.15.000/perkeluarga dalam perbulannya.

Keempat, langkah terakhir yang dilakukan pada tahap perencanaan ini adalah menentukan target sasaran. Target sasaran ditentukan untuk siapakah pihak yang akan diberikan bantuan program CSR yang tepat sasaran berdasarkan kondisi lingkungan yang terjadi. Mukarom (2015: 205) menjelaskan bahwa penetapan target sasaran adalah langkah penting yang harus dilakukan agar program yang berjalan sesuai dengan tujuan dan sesuai dengan sasaran yang akan dituju.

Penentuan target sasaran yang dilakukan oleh Unit CSR KAI, bahwa wilayah RW 01 Simpangsari, Sukamiskin diprioritaskan sebagai penerima bantuan program CSR berdasarkan kondisi lingkungan yang kurang memadai, selaras dengan penjelasan Langkah selanjutnya dalam tahap penentuan target sasaran pada manajemen CSR yang dilakukan oleh Unit CSR KAI yakni melakukan analisis target sasaran yang lebih mendalam untuk menilai bahwa wilayah RW 01 Simpangsari, Sukamiskin berhak diberi bantuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tahap Pengambilan Tindakan dan Komunikasi

Tahap pengambilan tindakan komunikasi (*taking action and communicating*) merupakan tahap pelaksanaan dan proses tindaklanjut dari dua tahap sebelumnya. Menurut Morissan (2008: 108) tahap pengambilan tindakan dan pelaksanaan komunikasi ini merupakan tahapan yang sudah dirancang sejak awal perencanaan. Tahap ini dinilai penting karena dalam pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh suatu perusahaan harus mampu memperhatikan segala kebutuhan dan menyentuh langsung elemen-elemen kehidupan masyarakat. Tahapan proses komunikasi yang

dilakukan pada program CSR memiliki peran untuk mengetahui cara apa yang ditempuh dan media apa saja yang digunakan untuk memberikan informasi kepada sasaran atau khalayak.

Pertama, pelaksanaan program CSR sampah organik melalui metode *black soldier* ini melibatkan berbagai pihak, yakni pihak internal dan eksternal perusahaan. Mulyana (2017: 82) menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan berperan untuk mengandalkan anggota perusahaan untuk melaksanakan sesuatu sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selaras dengan hal tersebut, pihak internal perusahaan yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR ini ialah Unit CSR KAI, khususnya bidang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), sedangkan pihak eksternal yang terlibat ialah Kementerian BUMN, Pemerintah Kota Bandung, Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung.

Program CSR ini dilaksanakan atas bentuk instruksi dari Kementerian BUMN dan dalam pelaksanaannya melibatkan pula pihak lainnya, bukan hanya Pemerintah Kota Bandung dan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung, tetapi pejabat daerah seperti Ketua RW, Lurah, masing-masing Ketua RT, dan masyarakat sekitar wilayah RW 01 Simpangsari, Sukamiskin ikut andil untuk bersama-sama bersinergis atas pelaksanaan program CSR ini.

Kedua, pelaksanaan program CSR melalui pengelolaan sampah organik dengan metode *black soldier flies* ini merupakan proses yang sangat penting, berhasil atau tidaknya sebuah program yang dilakukan salah satunya adalah berdasarkan pada tahap pelaksanaannya, selaras dengan penjelasan Hadi (2018: 216) bahwa bentuk tanggung jawab perusahaan yaitu dengan membantu kegiatan *phylanthrophy*, contohnya dalam bentuk program atau bantuan berjangka panjang.

Program ini diputuskan untuk dilakukan dengan tujuan untuk mewujudkan lingkungan RW 01 Simpangsari, Sukamiskin yang bersih, nyaman, serta tertib sampah melalui pengelolaan sampah organik metode *black soldier flies* dengan mendukung sarana dan prasana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan program.

Ketiga, dalam pelaksanaan program CSR, dilakukan *monitoring* atau proses pemantauan secara berkala pada setiap kegiatan yang dilakukan, selaras dengan penjelasan Hadi (2018: 260) bahwa pemantauan dilakukan

dalam rangka menyelidiki dan proses perbaikan atas suatu program di masa depan, serta untuk menentukan tingkat pencapaian kinerja aktivitas yang telah dilalui. Tahapan ini berguna untuk mengontrol kegiatan, baik yang telah dilakukan maupun yang belum dilakukan terkait pengelolaan sampah organik.

Kegiatan *monitoring* dilakukan oleh Unit CSR KAI terhadap Tim Pengelola Program CSR di TPST Simpel untuk mengetahui sejauh mana berkembang kegiatan program yang dilaksanakan, mengetahui hambatan atau kendala yang terjadi, mengetahui kebutuhan yang diperlukan, serta sebagai proses diskusi untuk memberikan masukan atau berbagi pengalaman para binaan.

Keempat, tahap pelaksanaan komunikasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan guna menyampaikan informasi atau pesan melalui media. Menurut Permasih, et al. (2018: 30), proses pelaksanaan komunikasi mempunyai sifat praktis karena perusahaan dapat mengelolanya secara *online* melalui media yang dipilih. Pemilihan jenis komunikasi disesuaikan terhadap kondisi dan urgensi yang terjadi, hal ini dilakukan agar pelaksanaan kegiatan dalam situasi apapun dapat tetap berjalan. Komunikasi yang dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola Program CSR adalah dengan komunikasi kelompok kecil.

Pelaksanaan komunikasi ini bertujuan untuk tetap menjalin komunikasi baik secara *verbal* maupun *non-verbal* antara Unit CSR KAI dengan Tim Pengelola Program CSR. Kegiatan komunikasi ini dilakukan untuk menjaga hubungan dan pemantauan terhadap kinerja program CSR, dan sebagai bentuk diskusi perihal *schedule*, *timeline* program, *update* perkembangan sampah, *monitoring progress* program, serta *sharing* mengenai hasil dari pengelolaan sampah dan saling tukar pengalaman.

Tahap pelaksanaan komunikasi kelompok kecil ini diperuntukkan bagi pihak perusahaan yang memberikan bantuan, yaitu Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola Program CSR sampah organik *black soldier flies*.

Kelima, tahap komunikasi dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan dilakukan sebagai pengenalan terhadap suatu program kepada publik. Suyanto (2010: 13) menjelaskan bahwa sosialisasi merupakan aktivitas yang bertujuan guna membujuk, memberitahu, atau mempengaruhi masyarakat atas suatu produk, jasa, dan program yang

dihasilkan.

Sosialisasi dalam program CSR pengelolaan sampah organik melalui metode *black soldier flies* ini sangat penting bagi masyarakat. Ridwanullah & Herdiana (2018: 95) menjelaskan bahwa sosialisasi dibutuhkan sebagai bagian dari komunikasi untuk memperkenalkan program kegiatan kepada semua pihak yang terlibat baik masyarakat maupun *stakeholder* yang terkait dalam pelaksanaan kegiatan. Program CSR perlu diketahui oleh masyarakat supaya masyarakat tertarik untuk mendukung program yang dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola CSR di TPST Simpel.

Sosialisasi yang dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola Program CSR ini adalah dengan cara memberikan edukasi kepada masyarakat, memberikan pengertian kepada warga perihal pemilahan dan pemanfaatan sampah, memberikan penyuluhan kepada daerah lain, bahkan melakukan *workshop* untuk mahasiswa-mahasiswa dari berbagai Universitas.

Keenam, proses komunikasi menggunakan media sosial sebagai media perantara untuk memberikan informasi dalam pelaksanaan program CSR pengelolaan sampah organik melalui metode *black soldier flies*. Media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan pada era modern saat ini. Menurut Nasrullah (2017: 13), media sosial termasuk dalam sebuah ruang di dalam internet yang berperan sebagai media untuk bertukar informasi, berkomunikasi, berinteraksi antar individu, serta menjalin kerja sama pada penggunaannya.

Pelaksanaan komunikasi dalam program pengelolaan sampah organik melalui metode *black soldier flies* ini yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti *instagram*, *website*, dan *youtube* melalui akun resmi PT Kereta Api Indonesia (Persero). Kegiatan komunikasi menggunakan media sosial ini dilakukan guna menyebarluaskan informasi-informasi mengenai program CSR yang dilakukan oleh Unit CSR KAI, khususnya melalui program pengelolaan sampah organik melalui metode *black soldier flies*.

Unit CSR KAI disini bekerja sama dengan Unit *Public Relations* untuk membantu kegiatan *publishing* untuk menginformasikan kepada publik eksternal bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki program mengenai pengolahan sampah organik ini. Selain untuk

menginformasikan kepada publik, media sosial digunakan sebagai media untuk mengembangkan program CSR yang dijalankan, *update* berita mengenai sampah di dalam negeri maupun luar negeri, sampai melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan *stakeholders* lainnya.

Tahap Evaluasi Program

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir dari kegiatan program CSR yang dilakukan oleh Unit CSR KAI dalam memberikan bantuan di bidang Bina Lingkungan melalui program pengelolaan sampah organik menggunakan metode *black soldier flies*. Menurut Hasybullah (2018: 64), evaluasi dilakukan pada tahap yang paling akhir, tahap evaluasi memberikan jawaban mengenai keberhasilan suatu kegiatan atau program yang dijalankan, dan seberapa besar kesesuaian pelaksanaan berdasarkan perencanaan yang telah dibentuk.

Kartini (2013: 55) menjelaskan evaluasi memiliki tujuan untuk mengukur hasil kinerja yang sudah dilakukan pada suatu program sudah efektif atau belum. Akhirnya, program CSR yang dilakukan akan diputuskan untuk dilanjutkan atau mengalami perubahan dari program sebelumnya.

Pertama, pelaporan setiap satu bulan sekali merupakan tahapan evaluasi yang pertama dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama Tim Pengelola Program CSR. Evaluasi yang dilakukan pada tahap ini ialah dengan cara Tim Pengelola Program CSR mengirimkan laporan kepada Tim Unit CSR KAI, setelah hasil laporan diterima oleh Tim Unit CSR KAI, kemudian akan dilaksanakan *meeting* atau diskusi internal perusahaan guna membahas perihal hasil laporan yang diberikan oleh Tim Pengelola Program CSR berdasarkan fakta di lapangan.

Selaras dengan salah satu prinsip utama dari *corporate social responsibility* (CSR) bahwa pada tahap evaluasi terhadap program yang dijalankan, pelaporan yang diberikan harus bersifat terbuka, prinsip ini merupakan hal penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Hadi (2011: 56) menjelaskan transparansi atau keterbukaan penting untuk dilakukan guna mengurangi tingkat kesalahpahaman yang terjadi dengan masyarakat, khususnya informasi dari program yang dijalankan oleh perusahaan.

Laporan kegiatan program CSR dilakukan oleh Tim Pengelola

Program CSR yang dibuat dalam bentuk *report* atau kajian mengenai pengelolaan keuangan, pelaporan mengenai alat atau sarana yang digunakan, perkembangan kegiatan program, sampai pelaporan terhadap hasil kinerja atau hasil olahan sampah, serta hasil budidaya maggot, dalam laporan evaluasi juga didukung dengan bukti dokumentasi, baik itu dalam bentuk foto, *video*, ataupun *file*.

Kedua, tahap evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan program CSR dilakukan oleh Unit CSR KAI bersama dengan Tim Pengelola Program CSR sebagai langkah terakhir dalam manajemen *corporate social responsibility* (CSR) untuk melihat keberhasilan program yang dilakukan, dan mengetahui dampak positif yang dihasilkan dalam kegiatan CSR yang dilakukan. Djaali, et al. (2000: 3) menjelaskan bahwa evaluasi berperan sebagai sebuah proses untuk menilai hasil dari pelaksanaan yang sudah dilakukan melalui standar yang disepakati secara objektif. Dampak yang dihasilkan dari kegiatan program CSR, ditentukan melalui perkembangan yang terjadi pasca kegiatan program dilaksanakan, dimana ketika program tersebut mampu dijalankan secara berkelanjutan dan tercapainya tujuan dari program itu sendiri.

Mukarom (2015: 242) menjelaskan keberhasilan dari sebuah program dapat ditinjau dari perilaku khalayak, masukan terhadap lembaga, dan sikap. Evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan program CSR yang dilaksanakan adalah ketika setiap kegiatan dalam program CSR dapat dioperasikan dengan baik, pengolahan sampah dipilah dan diolah dengan efektif melalui metode *black soldier flies*, berkembangnya budidaya maggot, dan hasil dari olahan sampah organik dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Kesesuaian penerima bantuan pun dilihat dari bagaimana masyarakat di wilayah RW 01 Simpangsari, Sukamiskin dapat menerima edukasi mengenai pengelolaan sampah dengan baik, menjadi lebih *aware* dan peduli terhadap lingkungan, serta mendukung jalannya program CSR, serta perubahan terhadap lingkungan yang sebelumnya kumuh, tidak tertib sampah menjadi lingkungan yang asri, bersih, dan nyaman.

Tolak ukur keberhasilan program yang dijalankan juga dinilai berdasarkan prestasi yang diraih oleh PT KAI, melalui program CSR sampah organik *black soldier flies*, yang merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki oleh CSR PT Kereta Api Indonesia (Indonesia),

mampu mengantarkan perusahaan menjadi pemenang atau *awardee* di ajang CSR Awards.

Nova (2012: 321) bahwa contoh dari manfaat melakukan *corporate social responsibility* yaitu terbentuknya hubungan yang tulus dan harmonis antara perusahaan dengan pemegang kepentingan lainnya, maka dari itu tindak lanjut dari keberhasilan program CSR sampah organik *black soldier flies* ini adalah program yang dijalankan sudah efektif, langkah selanjutnya adalah program CSR ini akan terus dilaksanakan dan akan dilakukan pengembangan untuk daerah yang berbeda.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan yang dilakukan peneliti, bahwa proses manajemen pada program CSR Bina Lingkungan melalui pengelolaan sampah organik metode *black soldier flies* ini telah terlaksana dengan baik, dengan menggunakan teori *four steps public relations*. Peneliti mendapatkan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai manajemen *corporate social responsibility* (CSR) PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui program sampah organik *black soldier flies*, yaitu melalui tahapan perumusan masalah, perencanaan program, pengambilan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program.

Tahap merumuskan masalah (*defining of problem*) yang telah dilakukan Unit CSR KAI adalah melakukan *research* analisa keadaan lingkungan dan analisa arahan pemerintah pusat dan setempat sebagai langkah untuk merumuskan masalah sebelum program CSR dilaksanakan, *research* analisa keadaan lingkungan dilakukan guna menyesuaikan dengan kondisi keadaan lingkungan yang sebenarnya sesuai fakta di lapangan, dan analisa arahan pemerintah pusat dan setempat dilakukan guna melaksanakan program CSR atas dasar instruksi langsung dari pemerintah pusat dan pemerintah setempat.

Tahap perencanaan program (*planning and programming*) yang telah dilakukan Unit CSR KAI adalah dengan melalui proses pengajuan proposal, penetapan tujuan program CSR, penetapan sumber daya dan finansial, serta penetapan target sasaran. Perencanaan program CSR ini telah disusun dan dirancang bersama-sama guna menghasilkan tujuan yang sama dan menjadi penentuan dalam pelaksanaan program CSR.

Tahap pengambilan tindakan (*taking action and communicating*) yang

telah dilakukan Unit CSR KAI ini melalui beberapa klasifikasi. Pada tahap pelaksanaan atau pengambilan tindakan, yaitu; bersinergi bersama pemerintah pusat, pemerintah setempat, dan warga sekitar, mengelola sampah dengan menggunakan metode maggot, melakukan *monitoring* program CSR, dan pada tahap komunikasi, yaitu; menggunakan komunikasi terhadap kelompok kecil, melakukan sosialisasi dan pelatihan mengenai pengelolaan sampah organik metode *black soldier flies*, melakukan komunikasi dan penyebaran informasi menggunakan media sosial.

Tahap evaluasi (*evaluation*) yang telah dilakukan Unit CSR KAI adalah dengan melakukan evaluasi dalam bentuk laporan bulanan yang ditujukan pada Unit CSR KAI dari Tim Pengelola Program CSR, dan evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan program CSR. Program ini telah memberikan manfaat bagi masyarakat yang diberi bantuan dan memberikan dampak positif bagi perusahaan, yaitu mendapatkan prestasi pada ajang CSR Awards sehingga mampu meningkatkan *corporate image* PT Kereta Api Indonesia (Persero).

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N. (2019). *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan di PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda. Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Andini, M. S. (2021). Strategi *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina EP Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan Melalui Koperasi Mina Agar Makmur di Tambun. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 8(2).
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, E. dan Soemirat, S. (2008). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Baskin, O., Aronoff, C., & Lattimore, D. (1997). *Public Relations: The Profession and The Practice*. New York: McGraw Hill.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, Center, & Broom. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Djaali., Mulyono, P. & Ramly. (2000). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*.

Jakarta: PPs UNJ.

- Effendi, M. E. (2009). *The Power of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Group.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks The Triple Bottom Line of 21st Century Bussiness*. Capstone: Oxford.
- Erlangga, S. F. (2021). Manajemen Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Membentuk *Brand Image* Perusahaan: Studi Deskriptif pada PT LEN Industri Persero. *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasan, S. & Andriany, D. (2015). *Pengantar CSR: Sejarah, Pengertian dan Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasibuan, M. S. P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasybullah, M. A. (2018). Manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun Cigugur Kuningan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Kahmad, D. (2015). *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kartini, D. (2013). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Refika Aditama.
- Komariah, A. & Satori, D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Malik, D. D. (2004). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mardikanto, T. (2018). *CSR: Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Korporasi). Bandung: Alfabeta.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mukarom, Z. & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relations: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, D. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, N. & Zainuddin, M. (2017). *Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Corporate Social Responsibility: Kasus Pelaksanaan*

- CSR oleh PT Pertamina UP-IV Balongan). *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
- Mursitama, T. N., Hasan, M. F., & Fakhrudin, I. Y. (2011). *Corporate Social Responsibility di Indonesia: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Institute for Development of Economic and Finance (INDEF).
- Nandyo, P. (2019). Konsep dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus di Sari Ater Hotel & Resort. *Proyek Akhir. Program Studi Administrasi Hotel. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugraha, A. S. (2011). Pengaruh Sebelum dan Sesudah Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas PT Telkom Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Pace, R. W. & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Terj. Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parlindo, A., Abidin, Y. Z., & Muchtar, K. (2018). Pengelolaan CSR PT Pertamina EP Asset 1 Lirik Melalui Kawasan CSR Terpadu Pertamina. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2).
- Permasih, I., Yusuf, Z. A. & Ma'arif, A. A. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(1).
- Primarni, A. (2003). *Introduction to Public Relations*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Buku Kita.
- Rahmatullah & Kurniati, T. (2011). *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Ridwanullah, A.I. & Herdiana, D. (2018). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid. *Jurnal Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 12(1).
- Ruslan, R. (2001). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasinya)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, I. (2011). *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*.

Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi II, cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2004). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organik, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Sukandarrumidi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sulistyaningtyas, I. D. (2010). Riset sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program *Public Relations*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Susanto, A. B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategic Management Dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Suwanto & Priansa, D. J. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suyanto, J. (2010). *Gender dan Sosialisasi*. Jakarta: Nobel Edumedia.
- Syahriani, D. & Siwi, M. (2018). Hubungan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1).
- Wibawa, D. (2012). Meraih Profesionalisme Wartawan. *Jurnal MIMBAR*, 28(1).
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Yulianita, N. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: LLPM Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba.
- Zebua, W. D. A. (2019). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Program Pinkvoice oleh Starbucks Indonesia dalam Membangun Citra. *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi*, 3(1).

F. Febriyanti, A.S. Muhtadi, R. Rustandi