

Program tanggung jawab sosial perusahaan sebagai strategi komunikasi perusahaan dalam hubungan stakeholder

Meilani Dhamayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109855&lokasi=lokal>

Abstrak

Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) merupakan suatu wujud dari kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya. Sebagai sebuah organisasi, perusahaan dituntut dapat memperhatikan lingkungannya sebagai wujud kepedulian sosial dari perusahaan yang tidak semata berorientasi kepada profit semata.

Kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan lingkungannya, juga dapat menjadi jalan strategis dalam membangun hubungan dengan stakeholder. Hal ini disebabkan sebagai sebuah organisasi dukungan stakeholder akan menciptakan sebuah image positif terhadap organisasi dan membangun reputasi.

Image dan reputasi perusahaan akan tercapai dengan baik, jika ada kerjasama serta hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan stakeholder-nya. Dan, hal ini tidak akan tercapai tanpa adanya peran serta public relations dalam setiap program. Walaupun demikian, harus disadari bahwa program komunikasi tidak semata-mata menjadi tanggungjawab departemen public relations dan komunikasi. Setiap individu dan bagian dalam perusahaan memiliki peran yang penting untuk menciptakan image yang positif terhadap perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian, yaitu ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi PT.Bogasari dalam menyelenggarakan program tanggungjawab sosial. Bagaimana peranan departemen public relations dan komunikasi dalam penyelenggaraan program tanggungjawab sosial. Bagaimana bentuk program tanggungjawab sosial yang diselenggarakan PT.Bogasari, dan bagaimana pandangan dan reaksi penerima manfaat program tanggungjawab sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Data dan informasi diperoleh melalui wawancara melalui bentuk wawancara tidak terstruktur atau indepth interview dengan sejumlah informan yang menurut penulis cukup kompeten, yaitu asisten CEO merangkap Direktur Departemen Kemitraan, Bp.Paulus Soegiono, Manager humas, Bapak Roland Tunay, praktisi departemen kemitraan Ibu Sukwanti dan praktisi public relations, Ibu Santi Sumiyati. Di pihak stakeholder penerima manfaat. wawancara dilakukan pada Sakijan, perwakilan dari UKM; Ahmad Kohar dari pengurus rumah singgah puspita, Rika Anggraini dari LSM dan Fhelis Sudaryanto dari Dewan kelurahan Kalibaru.

Dari data-data yang dikumpulkan ternyata program tanggungjawab sosial yang diselenggarakan oleh PT.Bogasari masih berorientasi pada produk yang mereka hasilkan. Hal ini dapat dilihat dari seluruh UKM yang didukung adalah berbasis tepung. PT.Bogasari dalam memberikan bantuan lebih pada pinjaman lunak pada UKM tersebut. Karena UKM memberi kontribusi yang besar bagi perusahaan, maka budget yang

dikeluarkan PT.Bogasari lebih besar pada penguatan UKM. Beberapa program langungjawab sosial lain, ada yang dalam bentuk charity. Namun hal itu hanya sebagian kecil saja.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi PT.Bogasari dan perusahaan lainnya dalam menyelenggarakan program langungjawab sosial. Dari sisi akademis, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kepentingan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan program tanggungjawab sosial dan reputasi perusahaan. Selain itu diharapkan pula penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi ilmu komunikasi, khususnya manajemen korporasi.