

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan seperti ide, gagasan, informasi, sikap, emosi, atau perintah yang berbentuk symbol verbal maupun nonverbal antara diri sendiri individu lain, atau bahkan kelompok melalui media yang bertujuan untuk menciptakan suatu aktivitas. Proses ini tidak pernah terlepas dari kehidupan manusia, bahwa manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan sehingga merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi searah terjadi dengan tahap penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan tanpa adanya timbal balik. Komunikasi dua arah dapat menciptakan sebuah proses komunikasi, berawal dari proses penyampaian pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan, dan adanya timbal balik atau respon dari terhadap komunikator dan komunikan.

Komunikasi merupakan 'proses'-'pertukaran'-'informasi' melalui sistem symbol bersama. 'Studi komunikasi' adalah disiplin akademik yang difokuskan pada bentuk komunikasi, proses dan pemaknaan, termasuk, 'percakapan lisan', komunikasi antarpersonal dan organisasi.'Komunikasi massa adalah bagian dari komunikasi yang secara khusus terfokus pada institusi, praktek, dan efek dari kerja jurnalisme, penyiaran, periklanan, kehumasan, dan dihubungkan dengan

media komunikasi yang langsung dengan masyarakat luar yang tidak dikenal maupun memiliki segmentasi.<sup>1</sup>

Dalam proses pembelajarannya, masing-masing sub-ilmu komunikasi menjadi konsentrasi yang berbeda di dalam studi komunikasi. Dalam suatu organisasi atau perusahaan, untuk dapat menciptakan suatu komunikasi yang bersifat dua arah, timbal balik, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak, maka diperlukan seorang komunikator untuk menjalankan jembatan komunikasi antar kedua belah pihak dan mendengar apa yang diharapkan oleh publik kepada organisasi. Peran komunikator ini dijalankan oleh seorang humas (hubungan masyarakat). Sesuai dengan namanya, Humas adalah bagian dari divisi kajian komunikasi yang bertugas sebagai menjaga citra baik perusahaan. Jika ditinjau dari definisinya, menjaga citra baik tentunya memiliki komponen-komponen khusus berupa strategi dan taktik untuk mewujudkan visi misi 'menjaga citra baik' itu sendiri.

Public relations adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen permasalahan dan isu, membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini public, mendefinisikan dan menekan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini

---

<sup>1</sup> Alo Liliweri, 2011, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana, Hal: 37

untuk membantu mencegah kecenderungan negatif, dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.<sup>2</sup>

*Public Relations* merupakan bagian penting dalam sebuah sistem kepemimpinan seperti komunitas, organisasi, perusahaan atau instansi. *Public Relations* melakukan tugas-tugas dalam kajian komunikasi seperti menjalin hubungan dengan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Hubungan internal dengan perusahaan seperti *employee relations* (hubungan dengan karyawan), *consumer relations/stakeholder relations* ( hubungan dengan pemegang saham). Sedangkan hubungan eksternal *Public Relations* meliputi *community relations* (hubungan dengan komunitas), *government relations* (hubungan dengan pemerintah), *costumer relations* (hubungan dengan pelanggan), dan *media relations* (hubungan dengan media). Masing – masing hubungan tersebut memiliki strategi yang kait mengait demi terwujudnya visi misi organisasi yang menjadi tanggung jawabnya. Dalam strategi-strategi pada setiap kegiatannya, sebagai praktisi Public Relations harus melakukannya dengan terus-menerus agar menghasilkan hubungan yang loyal. Dalam menjalankan strateginya, PR tidak melulu tentang profit, namun bagaimana relasi tersebut berjalan stimulant dengan program yang dibuat agar masyarakat merasa nyaman dengan kegiatan sosial seperti Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Pada saat ini, Indonesia mengamanatkan agar perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) melakukan tangun jawab sosial dan lingkungan, hal itu

---

<sup>2</sup> Keith Butterick, 2013, Pengantar Public Relations, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, hal :7

tercantum di Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, bahwa<sup>3</sup> :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bahwa Perseroan merupakan organisasi yang tentunya diwajibkan secara hukum Negara untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan merupakan kegiatan Public Relations untuk memberikan kepedulian perusahaan kepada masyarakat. Dalam prakteknya, sebagian besar kegiatan TJSL ini dilakukan mengenai isu-isu tentang lingkungan. Sebagai ilmunan, Philip Kotler dan Nancy Lee juga menyatakan bahwa *Corporate*

---

<sup>3</sup> Dedi Kurnia Syah Putra, 2015, *Komunikasi CSR Politik*, Jakarta:Prenadamedia Group, Hal:11

*Social Responsibility* ini memiliki beberapa inisiatif seperti *Corporate Cause Promotions, Corporate Philanthropy, Corporate Social Marketing, Community Voluntering, Cause Related Marketing, dan Social Responsible Bussines Practice*. Masing-masing inisiatif memiliki strategi yang tidak sama. Beberapa inisiatif melakukan bantuan secara langsung dalam bentuk fisik maupun non fisik, dan tidak langsung yaitu melalui program-program yang berupa kampanye kehumasan, *community relations* yang tentunya dilakukan secara berkala dan terus-menerus. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menjalin loyalitas publiknya. Manfaat dengan menggunakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan ini yaitu<sup>4</sup> : 1. Reputasi meningkat, 2. Nilai pemegang saham bertambah, 3. Para karyawan termotivasi dan bahagia.

Seperti PT. Perusahaan Listrik Negara Persero atau PT. PLN (Persero), merupakan salah satu perusahaan listrik terbesar yang berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang juga memiliki kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah berjalan belasan tahun dan berkelanjutan. Di PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau PT. PLN (Persero) ini memiliki divisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang melaksanakan tugas CSR. Program *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)* Program-programnya bervariasi, seperti PLN Peduli, Perlindungan Terhadap Pelanggan, Program Kemitraan BUMN dengan Usaha kecil dan Bina Lingkungan,

---

<sup>4</sup> Butterick, Op.cit, hal :97

Program Kemitraan (PK), Program Bina Lingkungan, dan Lingkungan Hidup. Selain itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ini berusaha untuk berperan serta dalam kesejahteraan masyarakat, dalam pembangunan, pendidikan, *community empowering*, pengembangan *home industry*, serta pelestarian alam. Dengan melaksanakan program-program tersebut dinilai dapat meminimalisir adanya krisis yang sewaktu-waktu menimpa perusahaan sehingga program tersebut dilakukan berkelanjutan untuk membuat loyalitas masyarakat dan stakeholder perusahaan semakin baik. Terlebih untuk mewujudkan cita-cita PT. PLN (Persero) dengan membuat program ‘35.000MW Untuk Indonesia’ yang telah dimulai sejak Mei 2015.

PT. PLN (Persero) tersebar sangat luas di seluruh Indonesia, yang juga memiliki daerah Cabang masing-masing sesuai dengan tingkatan daerahnya seperti misalnya Distribusi maupun Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan, dan lain-lain. Salah satunya yaitu Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta, yang juga turut serta dalam kontribusi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang sangat bermacam-macam seperti, Bedah Rumah Pensiunan, Workshop dan Kuliah Umum Jobfair Universitas Gadjahmada, Pelatihan Manajemen Sampah, Siluk Sekolah Sungai, Sungai Mudal Kulonprogo, dan Kesejahteraan Krisan Samigaluh yang menjadi program berkelanjutan sejak 2013.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta

sedang konsentrasi dalam kegiatan CSR di Dusun Karang Gerbosari Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak 2013, hal ini menjadi sorotan PT. PLN (Persero), hingga pada tahun 2016 PT. PLN (Persero) berinisiatif untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), khususnya Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta. Berdasarkan observasi, dalam kegiatan ini, fakta lapangan seperti gangguan penyulang (SAIDI SAIFI) di daerah Kulonprogo, dibukanya kawasan dan akses Bandara, membantu program Pemerintah menurunkan angka kemiskinan Desa Gerbosari, potensi peningkatan komoditas florikultura, belum adanya kelembagaan agribisnis yang sesuai dengan sumberdaya manusia di pedesaan, dan kebutuhan akan permintaan bunga potong krisan yang terus meningkat.

Keenam hal tersebut menjadi landasan untuk PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta untuk memiliki inisiatif melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam penelitian ini, kegiatan CSR dan PKBL dilakukan menggunakan empat tahapan yang terdiri dari **penelitian, perencanaan, penggiatan, dan evaluasi**. Tahap penelitian ini diperoleh hal-hal yang melatar belakangi kegiatan CSR dan PKBL Kemilau Krisan Bukit Menoreh. Kemudian dalam tahap perencanaan, PT. PLN (Persero) UP 3 Yogyakarta merumuskan tentang penjadwalan kegiatan pada tahun 2016, 2017, dan 2018. Lalu, pada tahap penggiatan dilaksanakan pada penuh dalam waktu tiga tahun, dan evaluasi dilakukan setiap triwulan. Oleh karena itu, untuk memenuhi syarat

kelulusan penulis melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang, Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 2019”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, terkait dengan tahap penelitian yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) UP 3 Yogyakarta merumuskan bahwa kegiatan CSR dan PKBL Kemilau Krisan Bukit Menoreh merupakan kegiatan yang dinilai dapat meningkatkan citra perusahaan, oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih jauh tentang implementasi CSR dan PKBL pada perusahaan perseroan khususnya perusahaan kelistrikan yaitu PT. PLN (Persero). Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian :

Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang, Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 2019?

## **C. Tujuan**

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian yang dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

Untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang, Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 2019.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah Manfaat penelitian adalah untuk menentukan hasil penelitian ini, data serta informasi-informasi yang diperoleh penulis berguna bagi kepentingan pengembangan program serta kepentingan ilmu pengetahuan. Dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Study Deskriptif Kualitatif ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang Desa Gerbosari Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta 2019) memiliki 3 manfaat, manfaat yang ditinjau dari segi teoritis maupun manfaat praktisnya, yang penulis paparkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis : bagi penulis penelitian ini bermanfaat sebagai sarana pembelajaran penelitian kualitatif tentang *Corporate Social Responsibility*, yang dikhususkan dalam Perseroan Terbatas seperti Perusahaan Listrik Negara. Kemudian, jika ditinjau dari segi Mahasiswa Universitas Mercubuana Yogyakarta berguna untuk menjadi referensi peneliti dalam ruang lingkup kampus dalam menyusun penelitian tentang *Corporate Social Responsibility*. Ada pula manfaat penelitian ini berfungsi untuk

menjadi bahan referensi peneliti lainnya dalam meneliti tentang CSR khususnya di PT. PLN (Persero).

## 2. Manfaat Praktis :

Manfaat Praktis adalah manfaat penelitian dari aspek praktis atau aplikatif, yakni manfaat penelitian bagi program.<sup>5</sup> Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa kegiatan *Coporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan berhasil memikat loyalitas masyarakat kepada perusahaan, khususnya PT. PLN (Persero) UP3 Yogyakarta.

## E. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan. Merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.<sup>6</sup>

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini merujuk pada metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistic, dan dengan cara deskripsi

---

<sup>5</sup> Soekidjo, 2010, link : <https://konsultasiskripsi.com/2017/08/24/pengertian-manfaat-penelitian-skripsi-dan-tesis/>

<sup>6</sup> Deni Darmawan, 2014, Metode Penelitian Kuantitatif, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, halm : 122

dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>7</sup>

Pendekatan penelitian merujuk pada pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>8</sup> Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>9</sup>

Kemudian, jenis penelitian ini termasuk kedalam penelitian studi deskriptif, sesuai dengan tujuannya, memberikan gambaran tentang sesuatu gejala atau suatu masyarakat tertentu.<sup>10</sup> Permasalahan yang dikaji dalam penelitian merupakan turunan dari ilmu sosial, oleh karena itu penelitian ini disusun dengan metode deskriptif kualitatif. Dalam tahapan prosesnya peneliti mengamati, serta mencari data dengan sumber yang valid dengan melakukan wawancara, serta mengkaji dokumen-dokumen yang telah diarsipkan dalam perusahaan yang diteliti.

---

<sup>7</sup> Moleong Lexy J, 2017, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung.: PT Remaja Rodaskarya, hal :9

<sup>8</sup> Moeloeng Lexy J,2001, Metode Pendidikan Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Halm : 3

<sup>9</sup> Moleong Lexy J, 2017, Op.cit, hal : 11

<sup>10</sup> Ibid, hal : 114

Kemudian, penelitian ini diharapkan penulis dapat mempelajari tentang *Coprorate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosisal Perusahaan yang di spesifikasikan dengan Perusahaan Perseroan Terbatas, khususnya Perusahaan Listrik Negara.

## 2. Objek dan Subjek Penelitian

### a. Objek penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility*  
Subjek peneltian

Lalu, subjek Penelitian dalam penelitian ini yaitu :

PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3)  
Yogyakarta dan dilaksanakan oleh Divisi *Corporate Social Responsibility*  
(CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

## 3. Sumber Data

Literatur Kualitatif adalah *gaining entry* atau *establishing rapport*, yakni *kulo nuwun* terhadap lokasi penelitian dan silaturahmi dengan responden.<sup>11</sup> Ditinjau dari pengertian tersebut, sumber data dalam Penelitian ini yaitu Divisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Divisi ini dipilih karena mereka sebagai komunikator dalam Program PKBL dan CSR PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>11</sup> A. Chaedar Alwasilah, 2017, Pokoknya Kualitatif, Bandung : Pustaka Jaya, halm :101

Dalam sebuah penelitian tentunya memiliki teknik agar data yang diperoleh dapat merumuskan masalah. Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.<sup>12</sup> Oleh karena itu teknik pengumpulan data pada penelitian adalah sebagai berikut :

a. Data Primer :

1) Observasi :

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu obyek dengan sistematis fenomena yang diselidiki yang dapat dilakukan sesaat ataupun mungkin dapat diulang.<sup>13</sup> Peneliti harus mempertimbangkan penekanan atau intensitas yang diberikan oleh para sumber.<sup>14</sup>

Dalam observasi yang penulis lakukan adalah dengan melakukan pengamatan mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Kemilau Krisan Bukit Menoreh di Agrowisata Krisan Gerbosari. Pengamatan penulis lakukan di dua tempat yaitu :

- Kantor PT. PLN (Persero) UP3 Yogyakarta : dalam pengamatan tersebut, kami melakukan perijinan dan mengetahui bahwa divisi humas dan CSR dan PKBL PT. PLN (Persero) Yogyakarta terpisah. Hal ini untuk memudahkan bahwa kegiatan CSR dalam

---

<sup>12</sup> Moleong Lexy J, 2017, Op.cit, hal : 9

<sup>13</sup> Sukandarrumidi, 2012, Metodologi Penelitian : Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, Hal :69

<sup>14</sup> Moleong Lexy J, 2017, Op.cit, hal 233

perusahaan tersebut memiliki tugas dan program masing-masing, terutama divisi CSR dan PKBL yang bertugas melaksanakan kegiatan Corporate Social Responsibility dan Program Kemitraan Bina Lingkungan untuk mewujudkan visi serta misi PLN. Dalam kegiatannya, seperti kegiatan Kemilau Krisan Bukit Menoreh ini, terdapat *action plan* yang telah direncanakan dan terjadwal berkelanjutan dan menahun, pada pelaksanaannya yang dikontrol setiap triwulan dan evaluasi berkala secara rutin.

- Agrowisata Krisan Gerbosari : pada agrowisata tersebut, penulis melakukan pengamatan pada area agrowisata. Terdapat beberapa program CSR yang telah diberikan dan dilaksanakan melalui beberapa tahapannya oleh PT. PLN (Persero) UP 3 Yogyakarta untuk Agrowisata Krisan Gerbosari dalam wujud ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’. Mendokumentasikan fasilitas yang diberikan dalam kegiatan tersebut dan mengamati manfaat setelah diberikannya kegiatan tersebut untuk Paguyuban, dan warga sekitar.

Pengamatan ini dibantu dengan menggunakan dengan alat pencatat (buku), serta gawai yang digunakan untuk mendokumentasikan gambar keadaan setelah dilakukannya program CSR dan PKBL ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’.

## 2) Wawancara atau Interview :

Interview atau wawancara adalah proses tanya jawab lisan, dalam mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar dengan telinga sendiri dari suaranya. Saat sekarang, proses tanya jawab dapat dilaksanakan dalam jarak jauh.<sup>15</sup> Melalui interview peneliti mendapatkan informasi mendalam (*indepth information*), seperti :

- a) Peneliti dapat menjelaskan pertanyaan yang tidak dimengerti responden
- b) Peneliti dapat mengajukan pertanyaan *susulan* (*follow up question*)
- c) Responden cenderung menjawab apabila diberi pertanyaan
- d) Responden dapat menceritakan sesuatu yang terjadi dimasa silam maupun mendatang.<sup>16</sup>

Menurut pengertian diatas, dalam penelitian peneliti melakukan wawancara dengan :

Divisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Divisi ini dipilih karena mereka sebagai komunikator dalam Program PKBL dan CSR PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta.

Penulis berkomunikasi dengan Bu Rachmawaty, sebagai penanggung jawab program CSR dan PKBL “Kemilau Krisan Bukit Menoreh”.

---

<sup>15</sup> Sukandarrumidi, Op.cit, Hal: 88

<sup>16</sup> A. Chaedar Alwasilah, 2017, Op.cit, halm :101

Selanjutnya, penulis mencatat hasil wawancara. Dalam wawancara ini penulis dapat mengetahui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dilakukan pada Perusahaan Perseroan khususnya dibidang kelistrikan ditingkat Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan di Provinsi Yogyakarta. Maka, penulis tertarik untuk meneliti PKBL dan CSR yang diterapkan dalam Perusahaan Perseroan yang pada intinya telah menjadi kewajiban dan berkelanjutan.

b. Data Sekunder

1) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditunjuk kepada subjek penelitian. Dokumen yang diketik dapat berupa berbagai macam, tidak hanya dokumen resmi. Dokumen dibedakan menjadi :

- a) Dokumen Primer : Bila dokumen itu ditulis oleh pelakunya sendiri.
- b) Dokumen sekunder : seseorang bila peristiwa yang dialami disampaikan pada orang lain dan orang ini yang kemudian menuliskannya.<sup>17</sup>

Dokumen dapat berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, catatan kasus, rekaman kaset, rekaman video, foto dan sebagainya.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Sukandarrumidi, 2012, Op.cit, Hal : 100

<sup>18</sup> Ibid, hal:101

Lalu, berdasarkan pengertian diatas, dalam peneliti Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta (Study Deskriptif Kualitatif ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang Desa Gerbosari Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta 2019 Terhadap Citra Perusahaan) ini, maka penulis memperoleh data :

a) Dokumen primer :

Dokumen primer ini diperoleh dari PT. PLN (Persero) UP3 Yogyakarta berupa laporan pertanggungjawaban program kerja dan video testimony terkait program implementasi CSR dan PKBL Kemilau Krisan Bukit Menoreh. Lalu, Selain itu, adapun dokumentasi berupa foto yang penulis peroleh secara pribadi, maupun dari laporan pertanggungjawaban PT. PLN (Persero) UP3 Yogyakarta.

b) Dokumen sekunder :

Sedangkan untuk data sekunder, penulis memperoleh dari pemberitaan tentang Agrowisata Krisan Gerbosari, yang berkaitan PT. PLN (Persero) khususnya PT. PLN (Persero) UP3 Yogyakarta yang berpengaruh Citra Perusahaan.

Data tersebut diperoleh dari narasumber yang telah melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) untuk memberikan data

lapangan. Data-data tersebut berupa laporan pertanggungjawaban program CSR dan PKBL Kemilau Krisan Bukit Menoreh yang menjadi arsip kegiatan, video rekaman testimony kegiatan, dokumentasi berupa foto yang dibutuhkan untuk menunjang validasi penelitian ini.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution menyatakan bahwa :

“Analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang ‘grounded’. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersama dengan pengumpulan data. *In fact, data analysis in qualitative research is an on going activity that occures throughout the investigative process rather than after process.* Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data.”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian* (Vols. Cetakan ke-19), Bandung: Penerbit Alfabeta, hal : 245

Analisis data versi Miles dan Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu *data verification*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*<sup>20</sup>. Langkah-langkah akan dipaparkan sebagai berikut :

a. *Data Reduction* ( Reduksi Data)

Reduksi data merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Menemukan segala sesuatu yang awal mulanya asing, tidak dikenal dan tidak memiliki pola-lah yang seharusnya menjadi perhatian. Dalam hal ini informasi yang diperoleh dari narasumber menjadi data pokok yang harus direduksi dan dirumuskan hingga kemudian diverifikasi.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan berupa teks yang bersifat naratif yang bertujuan untuk menggabungkan informasi yang tersusun agar mudah dipahami. Data-data yang ditemukan di lapangan selanjutnya diuji, dianalisis, lalu dikategorikan sebab-akibatnya.

c. *Conclusion Drawing / verification*

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Temuan berupa deskripsi yang awalnya rumusan masalah menjadi jelas yang berhubungan dengan teori yang di aplikasikan.

---

<sup>20</sup> Ibid, hal : 246-252

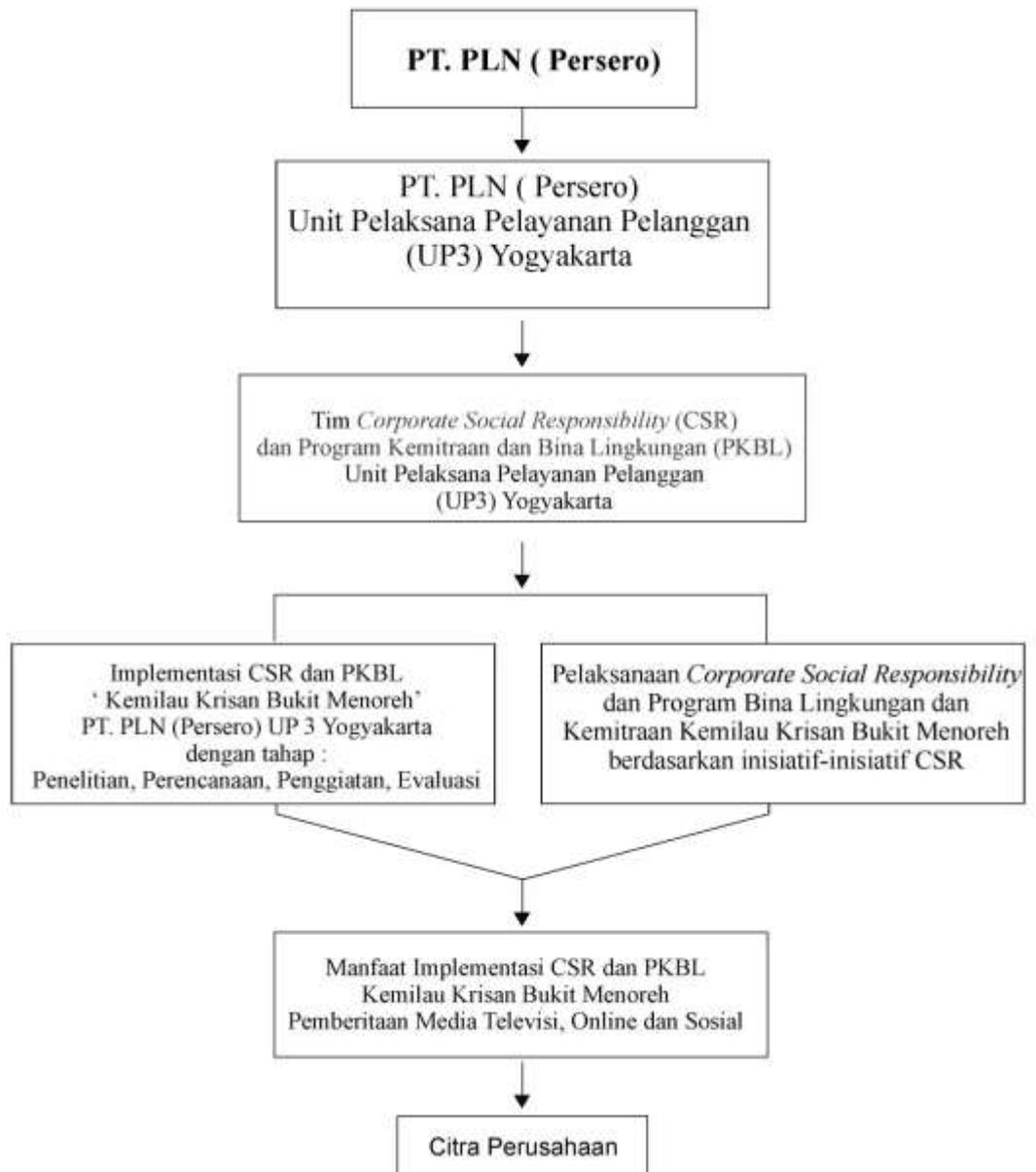
## **F. KERANGKA TEORITIK**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah, berikut kerangka teoritik penelitian yang berjudul Implementasi Corporate Social Responsibility pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang, Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 2019).

Penelitian ini memiliki Objek PT. PLN (Persero) dengan wilayah operasional Unit Pelaksanaan Pelayanan Pelanggan daerah Yogyakarta, yang memiliki kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan nama Divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PT. PLN memiliki divisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang bertugas melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk mendapatkan citra baik perusahaan. Bagan kerangka teoritik akan dipaparkan sebagai berikut :

## Bagan 1.1

### Kerangka Teoritik



( Gambar 1. Kerangka Teoritik)

Pada penelitian yang berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Yogyakarta

dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ‘Kemilau Krisan Bukit Menoreh’ Dusun Karang, Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 2019, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik perolehan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini membahas tentang program CSR dan PKBL yang dilaksanakan oleh divisi CSR dan PKBL PT. PLN (Persero) UP 3 Yogyakarta yang dibawah oleh PT. PLN (Persero) untuk mewujudkan visi dan misinya. Kegiatan CSR dan PKBL Kemilau Krisan Bukit Menoreh ini, dilakukan melalui 4 tahapan yaitu **Penelitian, Perencanaan, Pnggiatan, dan Evaluasi** dengan program pelaksanaan yang di implementasikan berdasarkan dengan teori tentang inisiatif-inisiatif *Corporate Social Responsibility* yang dicetuskan oleh Philip Kotler dan Nancy Lee. Lalu, dihubungkan dengan teori manfaat implementasi *Corporate Social Responsibility*, yang berperan dalam peningkatan citra perusahaan. Dalam hal ini pemberitaan pada media televisi, online, dan sosial dinilai dapat meningkatkan citra perusahaan. Bahwa citra akan terangkat karena kegiatan yang sesuai antara perencanaan dan pnggiatan, sehingga citra terangkat melalui pemberitaan positif pada media-media tersebut.