

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar merupakan hal yang seharusnya dimiliki setiap perusahaan saat ini. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat mencerminkan kepedulian perusahaan serta dapat memberikan sebuah manfaat atas keberadaannya, bagi masyarakat, baik yang ada di sekitar perusahaan maupun di luar lingkungan perusahaan. Perusahaan harus menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya. Hubungan yang harmonis dapat terjalin apabila perusahaan peduli akan apa yang terjadi pada publiknya. Untuk dapat menunjang kegiatan tersebut, perusahaan mempunyai program tanggung jawab sosial yaitu kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kegiatan CSR merupakan program *Public Relations (PR)* untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan perusahaan. “CSR adalah pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya.” Kriyantono, (2008:13). Peran, fungsi, dan tugas PR dari sebuah organisasi, perusahaan atau lembaga semakin diperlukan dalam hal membentuk, meningkatkan,

memelihara citra dan reputasi perusahaan di mata publiknya. Kegiatan PR berupaya untuk terus-menerus memperoleh dukungan dan simpati publik agar keberadaan organisasi atau perusahaan bisa terus berlangsung dan memberikan kontribusi yang berguna bagi publik, baik *internal* maupun *eksternal*.

Program CSR yang dijalankan dengan baik akan menghasilkan citra yang positif di mata masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Citra positif dapat timbul karena adanya apresiasi masyarakat. Citra dalam hal ini adalah kesan yang diciptakan oleh perusahaan secara sengaja sehingga menarik perhatian khalayak umum untuk mengamati serta memperhatikan dan mempunyai pandangan tentang perusahaan tersebut. Sebuah pemahaman yang berasal dari informasi yang kurang lengkap akan menghasilkan citra yang kurang baik. Oleh karena itu, terciptanya suatu citra perusahaan yang baik di mata masyarakat akan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan tersebut memperlakukan publiknya.

Program-program CSR yang telah dibuat ditujukan untuk lingkungan perusahaan serta masyarakat secara luas. Melalui program CSR, perusahaan dapat turut serta berkontribusi terhadap pembangunan nasional melalui berbagai aspek. Kegiatan CSR berhubungan dengan masalah sosial, seperti membantu masyarakat yang terkena musibah bencana alam, melakukan kegiatan donor darah, melakukan sunatan massal, pemberian pengobatan gratis, dan lain-lain. Dalam hal ini, kegiatan CSR sangat erat kaitannya dengan kelangsungan hidup masyarakat dan erat juga terhadap pembentukan citra positif perusahaan.

PT. Sido Muncul merupakan salah satu perusahaan yang mengaplikasikan kegiatan CSR yaitu program Operasi Katarak Gratis bagi penderita katarak untuk masyarakat yang tidak mampu di seluruh Indonesia. Melalui Rumah Sakit, bekerjasama dengan Persatuan Dokter Mata Indonesia (PERDAMI) dan Gerakan Mata Hati Program Operasi Katarak Gratis tersebut dijalankan PT. Sido Muncul. Program Operasi Katarak Gratis ini disebar di berbagai daerah di Indonesia melalui kerja sama dengan rumah sakit dan klinik di daerah yang akan dibantu.

Katarak adalah sejenis kerusakan mata yang menyebabkan lensa mata berselaput dan rabun. Lensa mata menjadi keruh dan cahaya tidak dapat menembusnya. Katarak berkembang karena berbagai sebab, seperti kontak dalam waktu lama dengan cahaya ultra violet, radiasi, efek sekunder dari penyakit seperti diabetes, dan hipertensi, usia lanjut, atau trauma. Katarak biasanya berlangsung perlahan-lahan menyebabkan kehilangan penglihatan dan berpotensi kebutakan jika tidak diobati.

Program CSR dilakukan pada tahun 2011, yaitu dengan realisasi program pengobatan untuk 6000 warga penderita katarak kurang mampu. Tahun 2012 ditingkatkan lagi targetnya sampai 12.000 warga penderita katarak kurang mampu akan dibantu operasi gratis, sebagai kelanjutan program CSR tersebut, PT.Sido Muncul bertempat di Departemen Mata RSCM Kirana melaksanakan Penandatanganan Perjanjian Kerjasama beberapa pengusaha/yayasan/lembaga yang berkomitmen akan membantu membiayai operasi katarak kepada warga kurang mampu di wilayah Jakarta dan sekitarnya.

Penulis ingin meneliti Citra yang di hasilkan dari program kegiatan CSR. Pada penelitian ini berfokus pada kegiatan CSR yang dijalankan PT. Sido Muncul yaitu Program Operasi Katarak Gratis bagi masyarakat kurang mampu. Banyak perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR namun berbagai respon pula yang didapatkan. Banyak perusahaan yang mengalami kegagalan, mendapat cap perusahaan yang hanya latah mengadakan kegiatan sosial atau malah sukses dan memberikan sumbangan *real* bagi masyarakat serta memeberikan dampak yang baik bagi citra perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis membatasi penelitian pada program Oprasi Buta Katarak Gratis 2012 di wilayah Jakarta yaitu pada RS. Cipto Mangunkusuma tepatnya dilaksanakan RSCM. Kirana.

1.2 Rumusan Masalah

“Sejauhmana Citra PT. Sido Muncul Dalam Kegiatan CSR Melalui Program Operasi Katarak Gratis 2012 Di RSCM. Kirana Jakarta Pusat ?.”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah menemukan jawaban atas masalah serta mengukur variable penelitian yang ditetapkan di atas, yaitu: Mengetahui Sejauhmana Citra PT. Sido Muncul melalui kegiatan CSR Operasi Katarak 2012 Di RSCM. Kirana Jakarta Pusat.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat secara teoritis

Manfaat secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang kehumasan, khususnya kajian mengenai citra perusahaan melalui kegiatan CSR .

1.4.2. Manfaat secara praktis

Manfaat secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi PT. Sido Muncul dalam melaksanakan kegiatan CSR.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah mengapa penulis mengambil judul tersebut, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini, penulis memaparkan konsep dan teori dari beberapa para ahli yang relevan dengan masalah penelitian. Setelah itu disusun operasionalisasi variabel dan diakhiri perumusan kerangka pemikiran yang merupakan kesimpulan dari kerangka teori.

BAB III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian mencakup uraian mengenai desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, populasi dan sampel, teknik

pengumpulan data, validitas dan reliabilitas instrumen, serta analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dipaparkan mengenai deskripsi objek penelitian yang mencakup lokasi penelitian, struktur organisasi, dan yang berhubungan dengan subjek penelitian. Kemudian pada bab ini menjelaskan deskripsi data dari masing-masing variabel yang diakhiri dengan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilanjutkan saran yang relevan.