IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT. KERETA API INDONESIA (Persero) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh

ANNISA MELATI JAMAL

20321174

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT

Oleh:

ANNISA MELATI JAMAL

20321174

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: 29 November 2024

Mengetahui

Dosen Pembimbing Skripsi

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT

Disusun oleh:
ANNISA MELATI JAMAL
20321174

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 17 Desember 2024

Dosen Penguji :

Ketua : **Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom** (_____)
NIDN. 0529098201

Anggota : **Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A** (_____)
NIDN. 0505068902

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D
NIDN. 0506038201

PERNYATAAN ETIKA DAN AKADEMIK

Surat Pernyataan Integritas Akademik

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Annisa Melati Jamal
Tempat dan Tanggal Lahir	: 20321174
Alamat	: Jl Betawi No 44 RT 002 / RW 003, Sawahan Timur, Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat
NIM	: 20321174
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Hubungan Internasional adalah karya saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan:

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar.
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi.
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil kerja saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya di atas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 17 Desember 2024



Annisa Melati Jamal

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Maka jangan sekali-kali membiarkan kehidupan dunia ini memperdayakan kamu
(Q.S Fatir: 5)

"Win without bragging and lose without complaining,
Believe in yourself"

PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya

Bapak Jamaluddin, S.ST., MT dan Ibu Yura Adrina, S.ST yang selalu memberikan doa, dukungan materi dan financial, memberikan nasehat, dan selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya kepada saya.

Serta

Keluarga terdekat, teman-teman, dan seluruh pihak yang turut mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya, sehingga karya tulis skripsi ini dapat selesai dengan baik. Sekali lagi saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan hidayahnya, sehingga penulis mampu melaksanakan penelitian, menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat**". Tak lupa shalawat beriring dengan salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumil Qiyamah kelak. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Proses penyelesaian studi dan penelitian skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan baik pengajaran bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Berkat rahmat dari Allah SWT dan motivasi semangat dari berbagai pihak, penelitian ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ayah Jamal dan Ibu Rina, yang sudah memberikan doa di setiap sujudnya, yang selama ini sudah mendengarkan keluh kesah Melati selama proses pengerjaan skripsi ini, yang juga memberikan dukungan dan kata-kata yang membuat Melati semangat menyelesaikan skripsi ini, yang memberikan rasa cinta dan kasih sayangnya kepada Melati. Terima kasih atas semua yang sudah Ayah dan Ibu berikan ke Melati.
2. Kakak Putri, Abang Fikri, Abang Ilham, dan keluarga terdekat, yang sudah memberikan dukungan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi. Terutama kepada kakak Putri yang sering mendengarkan cerita Melati dalam proses penyelesaian skripsi dan selalu memberikan cinta kasih kepada Melati.
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan dan bantuan

bagi penullis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih telah membimbing penulis dengan sabar dan ikhlas.

4. Pimpinan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian skripsi dalam mendapatkan informasi dan data yang mendukung penelitian ini.
5. Bapak Taufik, selaku staf Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data-data objek penelitian ini.
6. Abang Gilang Hermando, terima kasih telah membantu Adek dengan penuh kesabaran, pengorbanan dan menemani dalam pengambilan data serta menemani proses penyelesaian skripsi.
7. Teman-teman dari Padang yaitu Tabel, Tatuik, Tasha, Zatif, Apen, Olif, Iky Gembol. Terima kasih telah memberikan bantuan, dukungan, semangat, makanan online kepada saya dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih sudah mendengarkan seluruh cerita keluh kesah saya. Sehat selalu teman-temanku, *See u* in Padang kota tercinta.
8. Teman-teman kuliah saya YPH Girls yaitu Intan, Sherina, Rani, Angel, Bunga, Rara, Septi, Aura dan PT AB Siap Tempur yaitu Lili, Cipa dan Dimoy. Terima kasih atas kehadiran kalian semua di dunia perkuliahan saya ini, terimakasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan di Yogyakarta ini, terima kasih atas bantuan dukungan, doa, canda tawa yang sudah kalian berikan. Dimanapun kita berada semoga kita tetap berjumpa lagi dilain kesempatan.
9. Terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat namun tidak dapat diucapkan satu-persatu oleh saya, serta
10. Terima kasih sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri Annisa Melati Jamal, terima kasih sudah tetap kuat dan bertahan sampai di titik ini. Semoga segala usaha dan kerja keras yang sudah dilakukan menjadi sebuah ibadah dalam membahagiakan kedua orang tua saya dan keluarga terdekat.

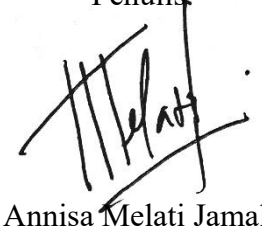
Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan mohon maaf apabila ada nama yang tidak disebutkan. Semoga kebaikan yang kalian berikan mendapat balasan yang lebih dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ditemukan banyak kekurangan, sehingga penulis dengan sangat terbuka menerima kritik dan saran yang nantinya dapat memperbaiki kualitas skripsi ini. Akhir kata, melalui penelitian

ini diharapkan bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 21 September 2024

Penulis



Annisa Melati Jamal

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN ETIKA DAN AKADEMIK ..... **iii**
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
ABSTRAK ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 2
C. Tujuan Penelitian 2
D. Manfaat Penelitian 3
E. Tinjauan Pustaka 3
1. Penelitian Terdahulu 3
2. Landasan Teori 8
F. Metodologi Penelitian 19
1. Jenis Penelitian 19
2. Lokasi Penelitian 20
3. Informan Penelitian 20
4. Sumber Data 20
5. Teknik Pengumpulan Data 20
6. Teknik Analisis Data 21

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN **22**
A. Profil PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 22
B. Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 22
C. Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 24
D. Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 24
E. Tugas dan Tanggungjawab pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 25
F. Struktur dan Jobdesk Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat27
G. Ruang Lingkup Usaha PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 29
H. Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero) 31
I. Budaya Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) 32

BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN 33
A. Temuan 33
1. Penerapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 33
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dalam Implementasi CSR 56
B. Pembahasan 57
1. Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 57
2. Corporate Social Responsibility Berdasarkan Teori Tripple Bottom Line Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat 63
3. Analisis SWOT 67

BAB IV PENUTUP 69
A. Kesimpulan 69
B. Keterbatasan Penelitian 70
C. Saran 71

DAFTAR PUSTAKA 72
LAMPIRAN 74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu 3
Tabel 3.1 Daftar Narasumber 33
Tabel 3.2 PBL Bidang Sarana Ibadah 37
Tabel 3.3 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 42
Tabel 3.4 PBL Bidang Kesehatan 45
Tabel 3.5 PBL Bidang Kelestarian Alam 47
Tabel 3.6 PBL Bidang Pendidikan 50
Tabel 3.7 Laporan Dana Program Bina Lingkungan 52
Tabel 3.8 Program Kemitraan 55
Tabel 3.9 Laporan Dana Program Kemitraan 56
Tabel 3.11 Analisis SWOT 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir 19
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT KAI Divisi Regional II Sumatera Barat 25
Gambar 2.2 Struktur Manajemen Humasda Divre II Sumatera Barat 29
Gambar 2.3 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero) 31
Gambar 2.4 Budaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) 32
Gambar 3.1 PBL Bidang Sarana Ibadah 37
Gambar 3.2 PBL Bidang Sarana Ibadah 37
Gambar 3.3 PBL Bidang Sarana Ibadah 38
Gambar 3.4 PBL Bidang Sarana Ibadah 38
Gambar 3.5 PBL Bidang Sarana Ibadah 38
Gambar 3.6 PBL Bidang Sarana Ibadah 38
Gambar 3.7 PBL Bidang Sarana Ibadah 39
Gambar 3.8 PBL Bidang Sarana Ibadah 39
Gambar 3.9 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 42
Gambar 3.10 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 42
Gambar 3.11 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 42
Gambar 3.12 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 43
Gambar 3.13 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 43
Gambar 3.14 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan 43
Gambar 3.15 PBL Bidang Kesehatan 45
Gambar 3.16 PBL Bidang Kesehatan 45
Gambar 3.17 PBL Bidang Pelestarian Alam 47
Gambar 3.18 PBL Bidang Pelestarian Alam 47
Gambar 3.19 PBL Bidang Pendidikan 50
Gambar 3.20 PBL Bidang Pendidikan 50
Gambar 3.21 PBL Bidang Pendidikan 50
Gambar 3.22 PBL Bidang Pendidikan 51
Gambar 3.23 PBL Bidang Pendidikan 51
Gambar 3.24 Program Kemitraan 55
Gambar 3.25 Program Kemitraan 55
Gambar 3.26 Program Kemitraan 55

ABSTRAK

Jamal, Annisa Melati. 20321174 (2024). Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia

PT Kereta Api Indonesia merupakan suatu Badan Usaha Milik Negara dengan berfokus pada transportasi perkeretaapian di Indonesia serta menjadi perusahaan perseroan yang memiliki peran sebagai organisasi *profitable* yang akan memberikan kesejahteraan *stakeholder* dan berperan sebagai *agen of development* yang memiliki tanggung jawab sosial menjalankan transportasi publik, salah satunya PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* sebagai rasa tanggung jawab sosial bagi masyarakat sekitarnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dan mengetahui kendala/hambatan yang dihadapi Humas dalam menjalankan penerapan program CSR. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara langsung bersama narasumber dan dokumentasi dilanjut dengan menganalisis data menggunakan teori dari berbagai data yang telah ditemukan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah menerapkan 2 (dua) program CSR yaitu Program Bina Lingkungan yang berfokus pada menjaga lingkungan sekitar operasional perusahaan menerapkan jenis CSR yaitu *Corporate Philanthropy* dan *Corporate Social Marketing.* Program Kemitraan dengan fokus kepada kesejahteraan ekonomi masyarakat dalam mengembangkan UMKM sesuai jenis CSR *Cause Related Marketing*, dengan berbagai implementasi CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat terealisasi dalam bentuk donasi bantuan dan kedermawanan sosial perusahaan berdasarkan teori *triple bottom line* yang berdampak kepada perusahaan peningkatan keuntungan dan kesejahteraan yang dirasakan masyarakat. Sedangkan hambatan atau kendala yang dirasakan dalam implementasi program CSR ini dilihat dari faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari faktor pendukung dan penghambat, faktor pendukung yaitu adanya ketersediaan anggaran dan koordinasi yang terjalin baik dengan masyarakat dalam melakukan program CSR. Untuk faktor penghambat, yaitu SDM yang terbatas pada tenaga kerja dan waktu, kecurangan yang dilakukan mitra binaan pada saat pembayaran dan masih menunggak, serta transparansi anggaran yang tidak terbuka kepada masyarakat.

Kata Kunci: *CSR*, Analisis SWOT, *Triple Bottom Line, KAI Divre II SB*

ABSTRACT

Jamal, Annisa Melati. 20321174 (2024). The Implementation of Corporate Social Responsibility in Maintaining The Image of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra. (Bachelor's Thesis). Department of Communication, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Indonesia Islamic University.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) is a State-Owned Enterprise focusing on railway transportation in Indonesia and is a limited liability company that has a role as a profitable organization that will provide stakeholder welfare and act as an agent of development that has a social responsibility to run public transportation, one of which is PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra which implements the Corporate Social Responsibility program as a sense of social responsibility for the surrounding community. The purpose of this study is to determine the implementation of Corporate Social Responsibility in maintaining the image of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra and to determine the obstacles/barriers faced by Public Relations in implementing the CSR program. This study uses a qualitative method by conducting observations and direct interviews with resource persons and documentation followed by analyzing data using theories from various data that have been found. Based on the result of the study, it shows that PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra has implemented 2 (two) CSR programs, namely the Community Development Program which focuses on maintaining the environment around the company's operations, implementing the types of CSR, namely Corporate Philanthropy and Corporate Social Marketing. Partnership Program with a focus on the economic welfare of the community in developing MSMEs according to the type of CSR Cause Related Marketing, with various CSR implementations of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra realized in the form of donations of assistance and corporate social generosity based on the triple bottom line theory which has an impact on the company's increased profits and welfare felt by the community. While the obstacles or constraints felt in the implementation of this CSR program are seen from internal and external factors using a SWOT analysis consisting of supporting and inhibiting factors, supporting factors are the availability of budget and good coordination with the community in carrying out the CSR program. For inhibiting factors, namely humas resources that are limites to labor and time, fraud committed by fostered partners at the time of payment and still in arrears, and budget transparency that is not open to the public.

Keyword: *CSR*, Analisis SWOT, *Triple Bottom Line, KAI Divre II SB*

BAB I

PENDAHULAN

A. Latar Belakang

PT. Kereta Api Indonesia yakni suatu Badan Usaha Milik Negara dengan berfokus pada transportasi perkeretaapian di negara Indonesia serta menjadi perusahaan perseroan yang memiliki peran sebagai organisasi *profitable* yang akan memberikan kesejahteraan *stakeholder* dan berperan sebagai *agen of development* yang memiliki tanggung jawab sosial menjalankan transportasi publik.

PT. Kereta Api Indonesia mempunyai beberapa Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Daerah Operasi dan Divisi Regional. Salah satunya yaitu Divisi Regional Sumbar yaitu Divre II Sumatera Barat. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumbar menjadi entitas usaha yang menjalankan jasa transportasi kereta api yang berdiri pada divisi regional dengan beroperasi di seluruh wilayah provinsi Sumatera Barat.

Sebuah perusahaan dalam melaksanakan usahanya tidak terlepas dari dukungan seorang humas. Hubungan masyarakat sebenarnya sudah dikenal sejak abad ke-20. Para pemilik perusahaan besar ketika itu memiliki pandangan bahwa perusahaan adalah milik pribadi dan urusan bisnis adalah urusan pribadi yang tidak boleh dicampuri pihak luar dan karenanya perusahaan cenderung menutup diri dari publik terlebih lagi media massa (Morissan, 2008). Para pemilik perusahaan ketika itu berpendapat bahwa semakin sedikit yang diketahui publik mengenai perusahaan, maka akan semakin baik perusahaan

Pada abad-20, muncullah ketidaksenangan masyarakat terhadap berbagai praktik bisnis yang tidak sehat dari perusahaan besar seperti korupsi, penyuapan, pencemaran lingkungan (Morissan, 2008) dan berbagai praktik bisnis yang terjadi yaitu dari operasional seperti yang terjadi pada KAI Divre II Sumatera Barat adanya kecelakaan perlintasan sebidang kereta api. Dimana saat itu, media massa akan mengambil kesempatan untuk melaporkan berbagai praktik bisnis tersebut. Menghadapi serangan dari media massa ini, perusahaan memerlukan adanya humas untuk memahami kondisi yang terjadi dan mencari solusi serta strategi bagaimana citra perusahaan tidak dipandang buruk oleh publik.

Salah satu bentuk strategi yang dimaksud adalah *Corporate Social Responsibility* Menurut Wibisono (2007), CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan

memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan atau sering disebut *triple bottom line*.

Adapun penelitian terkait *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan PT. KAI sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti pada Daop dan Divre antara lain Daop 8 Surabaya oleh Lela Eka Sasy Juliani, Divre III Palembang oleh Fadel Mochammad Ibrahim, Daop 9 Jember oleh Shanu dan Gardina, Daop 6 Palembang oleh Marleni dan Daop 4 Semarang oleh Eka Putri, dan Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam membangun reputasi perusahaan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. Namun, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan pembahasan teori *triple bottome line* dan mengaitkan hasil program yang diterapkan CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dengan jenis-jenis CSR menurut para ahli.

Mengacu pada latar belakang tersebut, peneliti hendak menyelidiki penerapan dari *Corporate Social Responsibility* untuk menjaga citra PT. Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat.

B. Rumusan Masalah

Merujuk latar belakang tersebut,dirumuskan bahwa rumusan permasalahan dari penelitian ini yakni :

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* guna mempertahankan citra dari PT. Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat?
2. Apa saja kendala atau hambatan yang dihadapi Humas dalam menjalankan penerapan *Corporate Social Responsibility* guna mempertahankan citra PT. Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan melaksanakan penelitian ini yakni :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam mempertahankan citra PT. KAI Divre II Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui kendala dan hambatan yang dihadapi Humas dalam menjalankan penerapan *Corporate Social Responsibility* guna mempertahankan citra PT. Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdampak pada peneliti dan PT. KAI Divre II Sumbar guna memberikan kontribusi di bidang pemikiran dan pengetahuan dengan terkait langsung pada CSR yang dapat menjaga citra suatu entitas usahanya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi umum : bisa memberi wawasan tentang *Corporate Social Responsibility* yang menjadi sasaran untuk menciptakan citra positif bagi perusahaan
b. Bagi peneliti : bisa memperluas wawasan serta memberi pengalaman selama meneliti melalui teori yang sudah didapatkan ketika berkuliah
c. Bagi akademik : bisa dijadikan referensi maupun rujukan untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan kajian *Corporate Social Responsibility* dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	**Lela Eka Sasi Juliyani (Ilmu Komunikasi) UIN Sunan Ampel Surabaya**
Jenis Karya	"Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya"
Tahun Pembuatan	2018
Metode Penelitian	Kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimana implementasinya dari CSR untuk menjaga citra dari PT. Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya
Hasil Penelitian	Praktisi humas PT. Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya telah menerapkan beberapa inisiatif yang mencakup berbagai hal, seperti pemberian pinjaman kepada mitra usaha, penyediaan pemeriksaan dan pengobatan secara gratis, bantuan sembako kepada

	yang membutuhkan, donor darah, penggalangan dana bagi panti asuhan, bantuan kepada korban dari bencana alam. Selain itu, mereka juga memberikan bantuan pendanaan untuk alat sekolah maupun pendidikan, menyumbangkan uangnya bagi pemeliharaan gereja dan masjid, melakukan penanaman pohon untuk upaya melestarikan lingkungan, serta mempublikasikan masing-masing program yang dilaksanakan untuk media.
Tujuan Penelitian	Memperoleh informasi tentang penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya guna menjaga citra perusahaannya, kita dapat menelusuri beberapa tindakan yang telah mereka lakukan.
Perbedaan	Berfokus pada cara humas melakukan CSR dalam mempertahankan citra secara umum tanpa studi kasus lainnya yang hanya berfokuskan pada 3P dari sebuah kejadian pada perusahaan
Persamaan	Menerapkan suatu metode kualitatif
Nama Peneliti	**Fadel Mochammad Ibrahim (Ilmu Komunikasi) Universitas Sriwijaya**
Jenis Karya	"Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility*"
Tahun Pembuatan	2018
Metode Penelitian	Kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimanakah strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia Divre III Palembang untuk melakukan program CSR
Hasil Penelitian	Penelitian ini mendapat temuan yakni Humas PT. Kereta Api Indonesia melaksanakan tugasnya guna

	meningkatkan citra dengan cara menemukan fakta, perencanaan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi
Tujuan Penelitian	Agar diketahui strategi dari Humas PT. Kereta Api Indonesia Divre III Palembang ketika melaksanakan program CSR
Perbedaan	Dalam peneliti ini humas meningkatkan citra yang didasarkan pada elemen yang dituangkan oleh Cutlip, Center dan Broom
Persamaan	Menerapkan suatu metode kualitatif
Nama Peneliti	**Shanu Tedy Tiyoto, Norita Citra dan Gardina Aulin (Akuntansi) Universitas Muhammadiyah Jember**
Jenis Karya	"Penerapan *Corporate Social Responsibility* Pada PT. KAI (Persero) Daop 9 Jember"
Tahun Pembuatan	-
Metode Penelitian	Deskriptif berpendekatan kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimanakah implementasi CSR PT. KAI (Persero) Daop 9 Jember serta apakah bersesuaian pada prinsip implementasi CSR
Hasil Penelitian	Penelitian memberikan hasil yaitu : 1. CSR PT. KAI Daop 9 Jember diwujudkan dengan bentuknya program kemitraan maupun bina lingkungan yaitu bantuan pendidikan, bencana alam, prasarana maupun sarana umum, kesehatan, pelestarian alam, sarana ibadah dan juga kemasyarakatan 2. Evaluasi dari CSR yakni pimpinan ikut pada keberjalanan CSR PT. KAI Daop 9 Jember telah melakukan CSR bersesuaian pada berbagai prinsip CSR antara lain *accountability* (pertanggungjawaban), *sustainability* (berkelanjutan), serta *transparency* (transparan)

Tujuan Penelitian	Agar diketahui mengenai implementasi CSR PT. KAI (Persero) Daop 9 Jember untuk menjaga citra perusahaan sesuai dengan kondisi yang ada
Perbedaan	Pada penelitian ini berfokus kepada penerapan CSR PT. KAI Daop 9 Jember bersesuaian pada prinsip yang telah diterapkan
Persamaan	Menerapkan suatu metode deskriptif berpendekatan kualitatif
Nama Peneliti	**Winda Khoirunnisa dan Rahma Nazila Muhammad (Akuntansi) Politeknik Negeri Bandung**
Jenis Karya	"Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT Kereta Api Indonesia (Persero)"
Tahun Pembuatan	2022
Metode Penelitian	Pendekatan kualitatif
Rumusan Masalah	1. Apa saja program CSR yang diterapkannya? 2. Bagaimana dampak yang dihasilkannya?
Hasil Penelitian	1. Menunjukkan bahwa PT KAI memfokuskan pelaksanaan CSR-nya pada kategori prioritas BUMN meliputi klasifikasi pemasaran sosial perusahaan, filantropi perusahaan, dan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial. 2. Dampak dari sisi kualitatif terhadap masyarakat memberikan fasilitas teknis, lingkungan alam yang terlindungi serta aktivitas sosial yang akan berdampak pada perusahaan menghasilkan reputasi dan citra positif
Tujuan Penelitan	1. Untuk mengetahui pelaksanaan program CSR 2. Untuk mengetahui dampak yang dihasilkan
Perbedaan	Tidak memakai kajian teori 3P
Persamaan	Penelitian ini sama menggunakan pendekatan kualitatif dan pembahasan mengarah kepada peningkatan citra perusahaan

Nama Penelitian	**Azizah Eka Putri (Universitas Slamet Riyadi Surakarta)**
Jenis Karya	"Aktivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Kereta Api Indonesia Wilayah Daop 4 Semarang Melalui Kegiatan *Rail Clinic* Dan *Rail Library*"
Tahun Pembuatan	2020
Metode Penelitian	Menerapkan penelitian deskriptif berpendekatan kualitatif
Rumusan Masalah	Bagaimanakah aktivitas CSR dari PT. Kereta Api Indonesia dengan aktivitas *Rail Clinic* maupun *Rail Library*?
Hasil Penelitian	PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi IV Semarang sudah menjalankan program CSR melalui penerapan berbagai tahapan antara lain pencarian dan penemuan fakta yang ada lapangan, merencanakan, mengkomunikasikan bersama stakeholder, serta mengevaluasi.
Tujuan Penelitian	Memberikan deskripsi maupun analisis kegiatan CSR PT. Kereta Api Indonesia dengan aktivitas *Rail Library* dan *Rail Clinic*
Perbedaan	Riset ini berfokuskan kepada CSR dengan aktivitas *Rail Library* maupun *Rail Clinic*
Persamaan	Menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif
Nama Peneliti	**Asmi Abbas (Manajemen Pemasaran) Universitas Andalas**
Jenis Karya	Penerapan CSR dalam Membangun Reputasi Perusahaan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat
Tahun Pembuatan	2020
Metode Penelitian	Pendekatan kualitatif

Rumusan Masalah	Bagaimana penerapan CSR dalam membangun reputasi perusahaan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat?
Hasil Penelitian	Dalam menerapkan program CSR di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dengan aktif menyalurkan dananya dan sosialisasi kegiatan CSR berupa program kemitraan dan bina lingkungan dengan memberikan bantuan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan diterapkannya program CSR ini dapat mempertahankan citranya dan membangan reputasi perusahaan. Hal ini ditunjukkan hampir setiap tahunnya meraih prestasi.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui penerapan CSR dalam membangun reputasi perusahaan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat
Perbedaan	Tidak menggunakan kajian teori *tripple bottom line* dan kajian jenis CSR
Persamaan	Sama-sama meneliti objek penelitian mengenai CSR KAI Divre II Sumbar

2. Landasan Teori

1) *Public Relations*

a) Definisi *Public Relations*

Kebutuhan akan humas sangat diperlukan pada sebuah perusahaan, karena humas berperan penting sebagai elemen yang akan menentukan kelangsungan sebuah perusahaan/organisasi. Humas memiliki tugas maupun tanggung jawab dalam mempertahankan citra atau reputasi pada sebuah perusahaan/organisasi dengan masyarakat/eksternal.

Secara umum, fungsi Humas adalah bagian dari manajemen yang bertujuan mencapai target tertentu melalui program kerja yang terperinci dan jelas. Humas melibatkan berbagai kegiatan seperti pencarian fakta, perencanaan, komunikasi,

dan evaluasi untuk mencapai hasil yang diinginkan (Ruslan, 2020). Humas bertindak sebagai perwakilan perusahaan atau organisasi dalam menjalankan komunikasi yang dilakukan langsung serta tak langsung bersama masyarakat umum atau khalayak.

Dengan melakukan komunikasi kepada khalayak, humas tentunya akan memiliki strategi bagaimana cara untuk mempertahankan citra perusahaan/organisasi. Dengan melakukan *planning* atau langkah-langkah agar peran humas tersebut terlaksana dan tercapai dengan satu tujuan. Humas salah satu tujuan yang diinginkan perusahaan/organisasi, humas akan memahami rintangan dan tantangan yang timbul dari internal dan eksternal perusahaan/organisasi yang akan terjadi kedepannya, seperti ketentuan/ketetapan pemerintah yang sangat merugikan, ketidakpahaman dari karyawan terhadap sikap penduduknya yang ada di sekitar entitas usaha. Pihak internal sebagai publik pada entitas usaha/organisasi yakni karyawannya sebagai pihak manajemen (direksi, CEO, *stakeholder* dan manajer), sementara *public* eksternal mencakup pelanggan atau konsumen, pemerintahan, media massa, bank, maupun yang lainnya (Kriyantono, 2008).

Dari penjelasan definisi humas di atas, penulis mengemukakan *public relations* sebagai fungsi manajemen yang melakukan pengelolaan komunikasi entitas usaha untuk memunculkan serta menjaga hubungan baik dari organisasi bersama publik luar maupun di dalam guna memunculkan *good image*.

b) Peran *Public Relations*

Peran humas sangat berkaitan dengan tugas yang akan dilakukan humas, berikut peran humas yang dijelaskan Dozier dan Broom (Mukarom,2015) :

1) Penasihat Ahli (*Expert Counselor*)

   Humas memiliki kemampuan guna memberi gagasan, ide, pendapat dan usulan tentang kemajuan dan perkembangan entitas usaha.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

   Dalam peran menjadi fasilitator komunikasi, humas aktif menjadi komunikator dan mediator guna mempermudah manajemen pada hubungannya dengan publik.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem-Solving Process Facilitator*)

Human berperan menjadi anggota tim manajemen perusahaan dalam proses untuk memecahkan permasalahan. Tujuannya adalah mempermudah pimpinan perusahaan menjadi sosok penasihat dalam mengambil keputusan yang rasional dan profesional terkait dengan masalah yang dihadapi, termasuk dalam manajemen krisis.

4) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Hal ini serupa terhadap seorang jurnalis dengan bertugas menyediakan layanan komunikasi, seperti penulisan siaran pers, penyuntingan majalah, dan pengelolaan situs web perusahaan.

c) Fungsi *Public Relations*

Cutlip dan *Center Confield* mengemukakan fungsi dari humas yakni :

1. Membangun hubungan harmonis dari organisasinya bersama publik baik internal hingga eksternal perusahaan.
2. Mendorong terciptanya komunikasi secara dua arah yang saling berbalik, melalui informasi dari perusahaannya pada publik maupun menerima *feedback* melalui publik kepada pimpinan perusahaan.
3. Memberikan pelayanan kepada publik serta memberi nasihat untuk pimpinan perusahaannya guna menciptakan situasi yang harmonis dalam kepentingan umum.
4. Memberikan dukungan dalam kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan.

2) Citra

a) Definisi Citra

Citra merupakan kesan yang didapatkan dari pengalaman dan pengetahuan seseorang terhadap suatu fenomena fakta yang benar-benar terjadi atau yang sudah terjadi. Landasan dari citra muncul melalui nilai kepercayaan secara konkret yang timbul otomatis serta juga berupa sebuah persepsi dan pandangan individu seseorang, hal ini merupakan proses dengan perjalanan yang begitu lambat atau cepat, yang dikenal dengan sebutan citra (image) (Ardianto, 2017).

b) Citra Perusahaan

Yaitu citra yang muncul melalui perusahaan dari berbagai fokusan seperti pelayanan yang diberikan, produk yang dipromosikan, dan lain sebagainya. Citra perusahaan ini akan terbentuk dari berbagai hal lainnya. Secara garis besar, untuk menimbulkan citra, hendaknya perusahaan menyampaikan prestasi apa yang telah diraih, memberikan peluang lapangan kerja bagi masyarakat, bahkan perusahaan juga sering mengupgrade ke hal yang lebih positif.

Citra perusahaan merupakan *fragile commodity* bisa dibilang komoditas yang mudah pecah. Namun, prinsip yang dipegang sebuah perusahaan agar mendapatkan citra positif yaitu esensial, sukses secara berkelanjutan dan bertahap dengan jangka waktu yang panjang.

Pentingnya citra dalam sebuah perusahaan dijelaskan oleh (Kustadi, 2004) antara :

1) Dalam kampanye pemasaran eksternal, humas bertujuan untuk mengkomunikasikan harapan bersama. Dengan cara ini, citra positif akan mempermudah perusahaan dalam berkomunikasi supaya mewujudkan misi, visi maupun tujuan perusahaannya.
2) Humas juga bertanggung jawab terhadap harapan dan pengalaman dari konsumennya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
3) Humas berperan menjadi penyaring yang memberi pengaruh persepsi terhadap aktivitas perusahaannya. Citra positif berfungsi sebagai pelindung pada kesalahan yang mungkin terjadi dan menunjukkan kualitas teknis dan fungsional perusahaan.
4) Humas memiliki pengaruh yang signifikan pada manajemen internal. Ketika citra perusahaan kurang baik, hal ini dapat mempengaruhi sikap karyawan dalam perusahaan tersebut.

3) *Corporate Social* Responsibility

Perusahaan saat menjalankan aktivitas tidak lepas dari masyarakat di sekeliling perusahaannya. Maka, untuk membentuk hubungan yang harmonis dengan publik harus menerapkan program *Corporate Social Responsibility.* CSR menjadi kebutuhan dari entitas usaha melakukan interaksi bersama komunitas lokalnya yang menjadi bagian dari masyarakat dengan menyeluruh. Melalui CSR, perusahaannya akan berupaya beradaptasi serta memperoleh keuntungan sosial dari hubungan

bersama komunitas lokalnya hingga membangun kepercayaan (trust) antara perusahaan dan masyarakat sekitarnya (Rudito, 2019).

Pemahaman tentang CSR sebenarnya merupakan komitmen perusahaan yang diwujudkan dalam pedoman yang mengatur cara kerja perusahaan agar bersesuaian pada aturan yang diberlakukan, serta memberi kontribusi pada pembangunan maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Lingkup CSR diawali dari lingkungan internal perusahaannya melalui upaya memastikan seluruh komponen dari entitas usaha memahami etika dan mematuhi pada aturan. Selanjutnya, lingkup CSR meluas kepada lingkungan eksternal (stakeholder) yang melibatkan interaksi dengan berbagai pihak di luar perusahaan.

Tanggungjawab sosial berorientasi dalam kehidupan sosial yang ada pada luar korporat yakni pengembangan masyarakat (*community development)* didasarkan dengan hubungan bersama masyarakatnya (*community relations*), penguatan yang ditujukan oleh masyarakat (*community empower*) dan pelayanan masyarakatnya (*community services*).

Perusahaan sangat membutuhkan strategi dalam memunculkan citra positif untuk perusahaannya. Adapun strategi yang diberikan perusahaan dengan cara CSR. Menurut wibisono, CSR sebagai suatu tanggungjawab entitas usaha kepada pemangku kepentingan dengan menerapkan perilaku yang etis, memberikan jalan penutup untuk perusahaan agar tidak dinilai jelek dan memberikan jalan yang bagus bagi perusahaan untuk dipandang baik dengan mencakup aspek sosial dan ekonomi di masyarakat atau disebut dengan *triple bottom line* (Wibisono, 2007).

Philip Kotler & Nancy Lee mengemukakan CSR yakni komitmen guna mengoptimalkan kesejahteraan masyarakatnya dengan bisnis bersifat kontribusi maupun sukarela dari sumber dayanya yang dimiliki. Istilah “diskresioner” dalam CSR terdapat arti berbagai praktik ini bukanlah kewajiban, namun tetap dibutuhkan dan harus dilakukan. Apabila tidak dilaksanakan, dapat menyebabkan dampak merugikan untuk perusahaannya (Rachman, 2011).

Menurut Philip Kotler & Nancy Lee, CSR yakni komitmen guna meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui praktik bisnis yang tidak diwajibkan dan kontribusi dari perusahaan. Istilah “diskresioner” digunakan untuk menggambarkan bahwa praktik ini merupakan hal yang seharusnya dilakukan, karena jika tidak dilakukan, dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri (Rachman,2011).

a) Faktor Pelaksanaan CSR

Menurut Michael E. Porter bahwa faktor yang mendasari untuk menerapkan CSR yaitu :

1. Kewajiban moral
2. Izin operasi
3. Keberlanjutan
4. Reputasi

Adanya program penerapan CSR merupakan perusahaan tersebut menjalankan tata kelola secara baik (*Good Corporate Governance*). Melalui hal tersebut perusahaan memiliki arahan dan rujukan yang berhubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang dapat dipenuhi dengan profesional agar terciptanya agar terciptanya suasana yang kondusif dan tidak ada kesalahan yang muncul atau bisa diselesaikan secepat mungkin. Melalui program penerapan CSR ini bisa mengkonstruksi reputasi perusahaan, misalnya meningkatkan citra perusahaannya itu sendiri.

b) Peran Humas Pada Kegiatan CSR

Corporate Social Responsibility sebagai suatu program dari *public relations* supaya menyerahkan dirinya guna menanggulangi berbagai permasalahan sosial di lingkungan. Pada penerapan program CSR dilaksanakan oleh *public relations* yang didapat membentuk sebuah citra perusahaannya (Kriyantono,2008). Dalam konteks ini, tanggung jawab sosial dari perusahaan (CSR) tak hanya berfokus pada kewajiban finansial perusahaan dengan tercermin dalam angka-angka keuangan, melainkan juga harus memperhatikan triple bottom line. Hal itu mengacu pada nilai finansial, sosial, dan lingkungan. Dalam hal ini, CSR perusahaan harus mengambil pendekatan yang bijaksana untuk mempertimbangkan dampak dan tanggung jawabnya terhadap ketiga aspek tersebut.

Menurut Idris, substansi CSR dalam memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan cara memunculkan kerja sama dengan *stakeholder* yang diberikan fasilitas dari perusahaan melalui penyusunan program untuk pengembangan masyarakat yang ada disekitarnya. Pada proses pengembangan ini, terdapat tiga *stakeholder* yang paling berhubungan yaitu perusahaan, pemerintah, dan masyarakat (Mukarom, 2015).

Pada pelaksanaan CSR, *public relations* (PR) mempunyai peran yang begitu signifikan guna mengoptimalkan efektivitas perusahaannya dengan mengkonstruksi hubungan yang berjangka panjang dari beberapa pihak terkait. Eksistensi PR pada manajemen dianggap menjadi suatu hal yang penting maupun tanggung jawab dari manajemen level atas. Fungsi PR dalam hal ini dapat dikatakan sebagai "mata, telinga, dan tangan kanan" dari pimpinan perusahaan (Soemirat, 2017).

Selain itu, PR juga akan menciptakan citra positif bagi perusahaan. Pada buku Zaenal Mukarom tahun 2015 menjelaskan bahwa pembentukan citra perusahaan ini PR melakukan beberapa langkah-langkah CSR yaitu *fact pinding, planning, communicating, evaluation*. Menurut Cutlip & Center proses PR mengarah pada pendekatan manajerial (Soemirat, 2017), sebagai berikut :

a. Pengumpulan Fakta (*Fact Finding*)

   Banyaknya masalah masyarakat yang ada di dekat entitas usaha, PR mulai dikumpulkan data mengenai masalah yang muncul dari berbagai sumber misalnya data statistik, media massa maupun keluhan yang diberikan langsung dari masyrakatnya tersebut.

b. Mengumpulkan Informasi (*Information Gathering*)

   Dalam menghadapi berbagai masalah oleh masyarakat, PR bertugas untuk melakukan pengumpulan data dan informasi terkait dengan masalah tersebut dari berbagai sumber misalnya data statistik, media massa maupun umpan balik yang diberikan langsung dari masyarakatnya.

c. Perumusan Masalah (*Problem Formulation*)

   Permasalahan diberikan untuk kesenjangan harapan dan kenyataan. Guna melakukan menyelesaikan permasalahan tersebut, PR memanfaatkan keterampilan dan pemikiran yang tepat. Perumusan masalah didasarkan pada pengumpulan informasi fokus pada komunitas organisasi.

d. Perencanaan Dan Pemrograman (*Planning and Programming*)

   Pada tahap ini, PR telah mengidentifikasi penyebab masalah dan merencanakan berbagai tahap selanjutnya. Tahap itu diberikan dengan rumusan berbentuk rencana maupun program dengan didukung oleh

pimpinan perusahaan dan telah disetujui oleh berbagai divisi perusahaan terkait.

e. Aksi dan Komunikasi (*Action and Communication*)

PR melakukan komunikasi secara dua arah guna menjaga dan membangun adanya reputasi maupun citranya dari perusahaan dalam pandangan publik. Dalam program CSR, PR akan melakukan komunikasi untuk menyampaikan untuk menyampaikan pesan kepada komunitas sekitar, media, dan menggunakan berbagai cara komunikasi yang sesuai.

f. Evaluasi (*Evaluation*)

Tahap evaluasi memiliki tujuan guna mengukur efisiensi dan efektivitas dari program yang dilaksanakan. Temuan yang dapat dipakai untuk menentukan programnya tersebut apakah dapat dilanjut atau berhenti. Jika program dapat dilakukan tindak lanjut, evaluasi juga membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

c) Manfaat dan Tujuan CSR

1. Manfaat CSR

Dalam pandangan (Wahyuningrum, 2015), kegiatan CSR perusahaan memiliki manfaat yang signifikan. Perusahaan yang memandang CSR sebagai suatu kewajiban dianggap telah melakukan investasi sosial. Perusahaan mendapat beberapa kebermanfaatan, antara lain :

a. Mengoptimalkan kinerja finansial dan profitabilitas supaya lebih kokoh, contohnya melalui efisiensi lingkungan.
b. Memperkuat komitmen karyawannya misalnya dengan diperhatikan maupun dihargai.
c. Mengoptimalkan *assessment*, akuntabilitas dan komunitas investasi.
d. Meminimalkan kerentanan gejolak bersama komunitas.
e. Mempertinggi *corporate building* dan reputasi.

Menurut (Mardikanto, 2014) menjelaskan alasan dilakukannya CSR mencakup:

a. Mengoptimalkan citra perusahaan

b. Mengoptimalkan kinerja karyawan
c. Lingkungan sosial yang baik

2. Tujuan CSR

Adapun tujuan CSR untuk dilakukan sebagai berikut :

a. Mengurangi resiko sosial
b. Pengembangan bisnis perusahaan
c. Memunculkan harmonisasi bersama masyarakat
d. Peranan secara aktif untuk melakukan perbaikan untuk masyarakat melalui perusahaannya dalam masyarakat sekitar
e. Menumbuhkembangkan kepercayaannya dari mitra bisnis dan masyarakat
f. Memunculkan harapan masyarakatnya supaya perusahaannya berhasil mengejar suatu sasaran ekonomis serta sosial.

d) Jenis – Jenis CSR

Penentuan program CSR yang dilakukan perusahaan ditentukan dengan pelaksanaan CSR yang hendak dicapainya. Menurut (Kotler, 2005) terdapat enam kategori dari CSR yang dapat dipertimbangkan :

1) *Cause Promotion*, Tujuannya adalah mengoptimalkan kesadaran maupun perhatian terhadap suatu permasalahan sosial tertentu. Perusahaannya bisa menyediakan pendanaan maupun sponsor.
2) *Cause Related Marketing,* Pada program tersebut, perusahaan menjalankan komitmen guna memberikan sumbangan, pendapatan melalui penjualan produk bagi aktivitas sosial. Seringkali didasari dengan pada penjualan suatu produk, berjangka waktu tertentu, serta untuk suatu tujuan.
3) *Corporate Social Marketing,* Perusahaan menciptakan dan mengimplementasikan program untuk mengubah tingkah laku masyarakat dengan maksud meningkatkan kesehatan dan keselamatan umum, menjaga kelestarian lingkungan, serta meningkatkan kesejahteraan sosial. Program ini lebih berfokus pada mempengaruhi perubahan tingkah laku terkait isu-isu kesehatan, kecelakaan, lingkungan, dan partisipasi masyarakat.

4) *Corporate Philanthropy,* Kegiatan yang memberi sumbangan secara langsung bagi suatu masalah sosial, dimana perusahaan memberikan sumbangan derma kepada masyarakat sekitarnya.
5) *Community Volunteering,* Karyawan memberikan donasi bakat dan waktu supaya memberi kontribusi pada aktivitas sosial. Perusahaan akan mendorong dan mendukung karyawan maupun stakeholder untuk terlibat pada aktivitas sosial.
6) *Socially Responsible Business Practice,* Praktik investasi dan bisnis mendorong adanya isu-isu sosial. Perusahaan melakukan adopsi kemudian menerapkannya dan guna mendukung upaya peningkatan kesejahteraan maupun pelestarian terhadap lingkungan diluar ketetapan yang telah ditetapkan.

e) Teori *Triple Bottom Line* Pada *Corporate Social Responsibility*

Teori *triple bottom line* sebagai sebuah konsep yang menyatakan bahwa agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang, mereka harus memperhatikan "3P". Disamping mencari laba (profit), perusahaannya wajib memperhatikan serta terlibat pada upaya untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat (people) serta menjalankan peran aktif untuk menjaga kelestarian lingkungannya (planet) (Wibisono, 2007).

a. *Profit*

Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha merupakan faktor utama dan menjadi tujuan pokok dalam setiap perusahaan. Pendapatan ini pada dasarnya adalah tambahan pendapatan yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus tetap berfokus pada mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan mereka untuk terus beroperasi dna berkembang. Ada beberapa langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan keuntungan, seperti meningkatkan produktivitas dan efisiensi biaya guna menciptakan keunggulan kompetitif yang memberikan nilai tambah yang maksimal.

b. *People*

Perusahaan sadar terkait masyarakat sekitarnya menjadi *stakeholder* sebab dukungan mereka dibutuhkan untuk eksistensi, perkembangan perusahaannya dan kelangsungan hidup mereka. Perusahaan harus memiliki

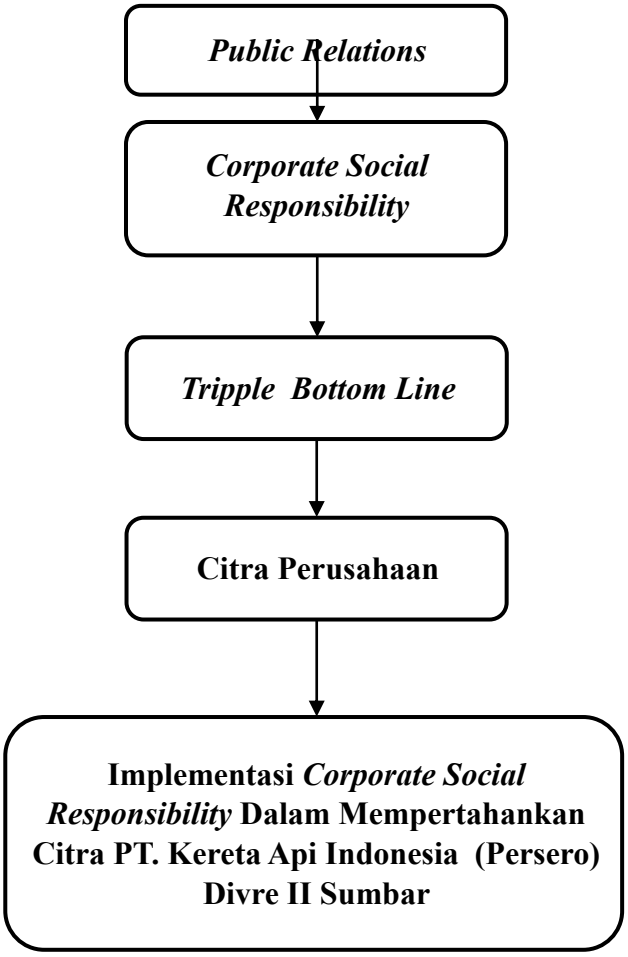
komitmen supaya memberi kebermanfaatan yang besar pada masyarakat. Disamping hal tersebut, operasi perusahaannya memiliki potensi memberi dampak bagi masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan mengacu dengan keputusan perusahaannya serta bukan menjadi tuntutan paksaan yang hadir dari masyarakat. Supaya memperkuat komitmen pada CSR, perusahaannya perlu mempunyai pandangan terkait hal itu. Dengan aktivitas sosial perusahaannya misal dengan menguatkan ekonomi lokal, melaksanakan investasi masa depan maupun ikut mempertahankan keberadaan perusahaannya.

c. Planet (Lingkungan)

Lingkungan merupakan aspek yang berhubungan pada semua aspek kehidupan dari entitas usaha. Hubungan entitas usaha bersama lingkungan sebagai korelasi sebab-akibat, di mana apabila perusahaannya merawat lingkungan, maka lingkungan akan memberi kebermanfaatan untuk perusahaan. Namun apabila entitas usahanya justru merusak lingkungan, maka lingkungan pun tidak dapat memberi kebermanfaatan untuk perusahaannya. Melalui cara memperhatikan ketiga aspek ini, perusahaan dapat mencapai keberlanjutan jangka panjang dan memainkan peran aktif dalam mendorong kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

Implementasi konsep dari *triple bottom line* antara lain *people, profil,* maupun *planet* begitu dibutuhkan entitas usaha melaksanakan operasi. Perusahaan dalam hal ini tak hanya laba semata namun memerdulikan juga lingkungan sekitar maupun masyarakat. Sebab telat kewajiban perusahaan nya supaya peduli pada lingkungan hidup maupun berkelanjutan dari adanya keragaman hayati. Contohnya, perbaikan pemukiman, penghijauan lingkungan hidup, dan pengembangan pariwisata.

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif, tujuannya guna menggambarkan perilaku, peristiwa ataupun objek tertentu. Penelitian deskriptif menjadi jenis penelitian yang dilaksanakan guna memahami nilai variabel mandiri, mencakup satu variabel ataupun independen, tanpa menghubungkan bersama variabel yang lain (Sugiyono, 2015).

Pemakaian metode deskriptif ini dipilih bersesuaian pada maksud serta tujuan penelitian yang dilaksanakan. Pendekatan kualitatif dipakai guna menganalisis data yang ada, melalui tujuan memberikan gambaran dan penjelasan kejadian pada lapangan secara sistematis. Metode penelitian deskriptif kualitatif tersebut sejalan dengan perumusan masalah yang telah ada dan digunakan untuk mempelajari permasalahan yang ada serta memberikan bersesuaian pada tujuan penelitiannya dilakukan.

Penelitian deskriptif kualitatif ini mendeskripsikan dengan faktual, sistematis serta akurat terkait penerapan CSR. Hasilnya disajikan berbentuk kalimat logis dan juga menggambar kenyataan yang ada.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat khususnya pada Jalan Stasiun No. 1 Kota Padang.

3. Informan Penelitian

Informan yang dilakukan wawancara yakni kepala dan staf divisi Humas PT. KAI Divre II Sumbar. Data diambil dengan teknik *purposive sampling* yakni penentuan sampelnya sesuai dengan karakteristiknya yang dianggap memiliki keterkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2015).

4. Sumber Data

1) Data Primer

Yakni sumber data yang langsung memberi data untuk dikumpulkan datanya (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi kepada divisi bagian Humas PT. KAI Divre II Sumatera Barat.

2) Data Sekunder

Yakni data yang didapatkan dengan langsung dengan perantara ataupun yang didapatkan oleh pihak lainnya (Ruslan, 2010). Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan data sekunder berupa arsip-arsip, dokumentasi atau berita yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Yakni percakapan dari dua belah pihak yakni pewawancara melalui pengajuan pertanyaan serta terwawancara yang memberi jawaban terhadap pertanyaan (Maleong, 2021). Wawancara dipakai guna menggali data yang meluas serta mendalam pada informan melalui acuan daftar pertanyaan sudah ada sebelumnya. Yang mana wawancara tersebut menjadi metode untuk

mendapatkan informasi. Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara khusus kepada divisi Humas PT. KAI Divre II Sumbar.

2) Observasi

Yaitu metode untuk mengumpulkan data yang dipakai guna melakukan himpunan data dengan penginderaan dan pengamatan (Bungin, 2008). Pada observasi yang dilakukan, peneliti mengobservasi langsung pada lokasi penelitian melalui pengamatan aktivitas dari humas Humas PT.KAI Divre II Sumbar. Peneliti menerapkan *participant observation* yakni observasi dilaksanakan melalui pelibatan diri serta menjadi bagian terhadap lingkungan sosial yang diamatinya saat itu (Ruslan, 2010).

3) Dokumentasi

Yaitu metode yang dipakai guna menyelidiki data historis melalui cara pengumpulan data misalnya arsip, buku, foto, dan yang lainnya (Bungin, 2008).

6. Teknik Analisis Data

Bodega dalam (Sugiyono, 2015) menjelaskan analisis data sebagai serangkaian proses melakukan penyusunan dan pencarian dengan sistematis data yang didapatkan melalui catatan yang didapat di lapangan, wawancara, maupun bahan yang lain, dengan begitu akan mudah untuk dipahami maupun temuan itu bisa diinformasikan pada individu lainnya. Analisis data tersebut sifatnya induktif sebagai analisis dengan mengacu data yang didapatkan melalui pengorganisasian, penjabaran, data ke berbagai unit, mensintesis, melakukan penyusunan pola, penentuan mana yang penting untuk dipelajari, serta menarik kesimpulan yang dibagikan pada individu lain.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang pusat tentunya juga harus memiliki kerjasama lain di setiap daerah untuk melancarkan kegiatan transportasi di berbagai daerah tersebut, salah satunya di Sumatera Barat yang dikenal dengan nama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. Berikut data diri perusahaan yang terlampir (Humas KAI Divre II SB, 2023):

Nama	: PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat
NPWP	: 01.000.016.4-093.000
NPPKP	: 01.000.016.4-093.000
Alamat Kantor Pusat	: Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1 Bandung – 40117
Alamat Kantor Cabang	: Jl. Stasiun No. 1 Kelurahan Sawahan Timur, Kecamatan Padang Timur, Padang – 25121
Telp	: (0751) 32200 – 32001 – 34601 - 34602
Bidang Usaha	: Layanan Jasa Angkutan Kereta Api
Jumlah Pegawai	: 480 pegawai

B. Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Pada masa penjajahan Inggris ke Sumatera Barat menjadi awal perkembangan kereta api di wilayah Sumatera Barat dan pada masa itu juga negara-negara Eropa mulai berdatangan dan membangun jalur-jalur perkeretaapian lain di Sumatera Barat.

Dan tidak hanya itu, pemerintah Hindia Belanda juga ikut berpartisipasi dalam membangun rel kereta api yang menghubungkan beberapa wilayah di Jawa pada Februari 1870, belum merasa puas dengan pembangunan di Jawa, mereka memperluas pembangunannya ke luar Jawa khususnya daerah yang memiliki kekayaan alam yang melimpah seperti Aceh, Sumatera Selatan dan Sumatera Barat.

Dan ditambah lagi pemerintah Hindia Belanda mulai sibuk mengutus delapan orang Belanda dan Ir. Caheyseaner dibantu oleh Ir. W. Verwey, JW. Uzerman, RAJ. Snethge, ANJ.

Vaan Hess yang ditugaskan untuk melakukan penelitian membangun jalan kereta api untuk mengangkut batu bara di Sawahlunto tahun 1873.

Awal pembuatan pembangunan rel kereta api berjalan bulan Juli 1891 dengan jalur Pulau Air ke Padang Panjang, empat bulan kemudian pada November 1891 pertambahan jalur sampai Bukittinggi sepanjang 90 km. Pembangunan berikutnya yaitu membangun jalur kereta api Padang Panjang sampai Muaro Kalaban sepanjang 56 km yang selesai bulan Oktober 1892, lalu dilakukan pembangunan dari Muaro Kalaban hingga Sawahlunto tahun 1894, kemudian jalur Bukittinggi ke Payakumbuh tahun 1896. Pembangunan jalur Lubuk Alung hingga Pariaman yang selesai pada tahun 1908, pada bulan Januari 1911 selesai pembangunan jalur Pariaman hingga Naras, kemudian tahun 1924 diselesaikan pembangunan jalur Sijunjung. Dan tidak terasa pembangunan jalur kereta sudah sepanjang 230 km di seluruh daerah di Sumatera Barat selama 22 tahun lamanya. Selain itu, selama pembangunan juga banyak memakan korban orang-orang pribumi yang dipaksa kerja membangun jalur rel kereta api pada saat itu.

Setelah itu dilakukan pembangunan jalur Naras sampai Sungai Limau beserta Jalur Payakumbuh – Limbanang, namun tidak lama jalur itu ditutup oleh pemerintah Belanda dikarenakan terjadinya kesalahan teknis pada saat itu dan akan dibuka kembali pada waktu yang belum bisa ditentukan. Sekitar tahun 1943 – 1945 pada zaman pemerintahan Jepang berdiri perusahaan kereta api di Sumatera Barat yang diberi nama *Seibu Sumatora Tetsudo* dan pembangunan jalur kereta api kembali berjalan yang menghubungkan Muaro Sijunjung sampai Pekanbaru Riau sepanjang 250 km selama kurang lebih 2 tahun pembangunan. Jalur lintas yang dibangun tersebut digunakan pemerintah Jepang untuk mengangkut bahan bakar batubara dari Sawahlunto ke Logas Pekanbaru yang mana digunakan untuk segala hal keperluan kapal Jepang.

Hingga pada tahun 1945 perusahaan kereta api yang dikelola Jepang berpindah tangan ke Indonesia dan langsung berubah nama menjadi Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI). Pada tahun 1963 berubah singkatan menjadi DKA yang telah dikeluarkan PP No. 22 yang berbunyi "bahwa pada bulan Mei 1963 DKA diubah menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA)". Selanjutnya pada PP No. 61/71 yang berbunyi "bahwa mulai tanggal 15 September 1971 PNKA ditetapkan menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PERJAN)". Pada Januari 1991 kembali disahkan Perusahaan Jawatan Kereta Api (PERJAN) yang diubah menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (PERUMKA) yang dimana berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 1990. Selanjutnya diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1998 dan Akta Notaris Imas Fatimah No. SH. 2 pada tanggal 1 Juni 1999,

Perusahaan Umum Perkeretaapian (PERUMKA) diubah menjadi PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Pemerintah Indonesia juga melakukan pembangunan jalur rel kereta api lintas dari Bukit Putus sampai Indarung yang diresmikan oleh Menteri Perhubungan RI Roesmin Nurjaddin sepanjang 14 km pada tanggal 1979 dan lebih memudahkan serta melancarkan pengangkutan semen dan batubara dari Indarung ke Teluk Bayur (Humas KAI Divre II SB, 2000).

C. Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

1. Visi

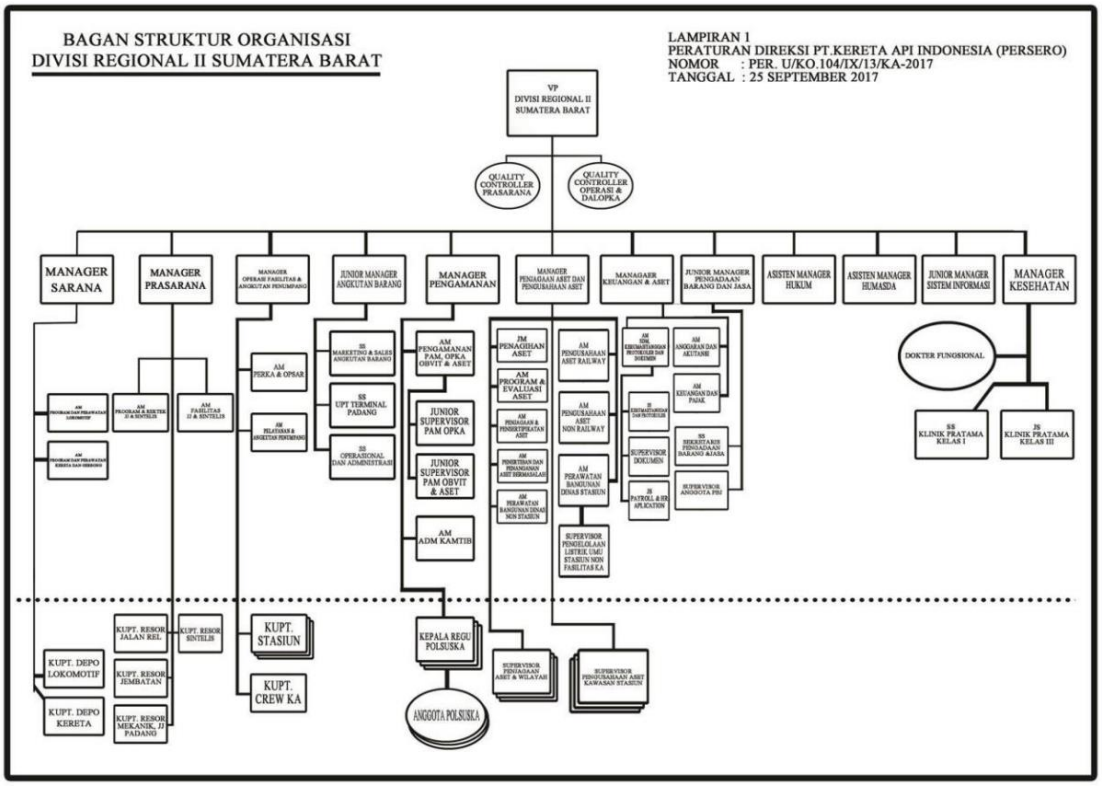
Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia

2. Misi

1) Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan
2) Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi
3) Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi

D. Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Demi kelancaran tujuan dari sebuah perusahaan, tentunya memiliki struktur organisasi didalamnya. Dimana struktur perusahaan akan tersusun sesuai dengan posisi masing-masing yang berdasarkan kemampuan yang berbeda agar perusahaan dapat berjalan lancar. Bentuk struktur perusahaan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat adalah lini dan staff, hal ini terlihat dari adanya garis wewenang yang berlangsung dari pimpinan sampai ke bawahan. Berikut struktur organisasi dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Sumber : E-PPID KAI - Divre II Sumatera Barat

E. Tugas dan Tanggungjawab pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Untuk visi dan misi perusahaan agar tercapai pasti memerlukan tanggungjawab dalam melaksanakan tugasnya yaitu *Vice President* Divisi Regional II Sumatera Barat.

1. Manager Keuangan dan SDM

a. Berkaitan dengan tas yang diberikan kantor pusat yaitu merumuskan kebijakan pada wilayah operasinya yaitu Divre II Sumatera Barat
b. Mengendalikan, melaksanakan dan melaporkan rencana anggaran penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan
c. Pelaksanaan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan Divisi Regional II Sumatera Barat
d. Mengelola keuangan pembayaran non gaji, pembayaran pada pihak ketiga dan menyelesaikan dokumen keuangan lainnya
e. Melaksanakan penagihan atas piutang angkutan penumpang, barang dan pengusahaan aset

f. Mengelola SDM Divisi Regional II Sumatera Barat
g. Mengelola dokumen perusahaan dan perpustakaan serta penata pusat arsip

2. Manager Unit Kesehatan

Bertanggung jawab mengelola jaminan pemeliharaan kesehatan bagi pegawai, pensiunan dan keluarga serta mengelola seluruh program hiperkes dan keselamatan kerja di area masing-masing. Dalam menjalankan tugasnya dibantu dua Ass Man dan beberapa senior supervisor, yaitu :

1) Ass Man Pelayanan Kesehatan
2) Senior Supervisor Klinik Pratama (Klinik Padang)
3) Manager Prasarana, yang bertugas dalam merumuskan kebijakan wilayah Divre II Sumatera Barat

3. Manager Operasi dan Pemasaran

Dalam bidang ini terdapat tugas pokok dan tanggungjawab dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan pelaksanaan operasi angkutan kereta api, pemasaran angkutan, *hospitality* pada *frontliner*, pelayanan kebersihan stasiun dan fasilitas umum, kebersihan KA dan pelayanan di atas KA, *customer care* dan pengelolaan listrik umum non fasilitas operasi KA pada Divisi Regional II Sumatera Barat.

4. Manager Sarana

Bidang sarana ini bertanggungjawab dalam melaksanakan penyusunan program sarana siap operasi, pemeliharaan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja saran, menganalisis keluhan pengguna jasa, pembinaan teknis terhadap UPT Depo Lokomotif dan Depo kereta serta melakukan persediaan suku cadang sarana Lokomotif kereta, gerbong dan fasilitas pendukung gudang operasi Padang.

5. Manager Aset dan Pengusahaan Aset

Bertanggung jawab dalam merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang ditetapkan *Commercialization of Railway Assets*, *Commercialization of Non Productive Assets* terkait dengan tugas pokok dalam mengelola pelaksanaan pengusahaan aset *railway* dan *non railway*.

6. Bagian Pengadaan Barang dan Jasa

Tugas dan tanggung jawab yang dimiliki bagian ini yaitu melaksanakan pengelolaan administrasi pengadaan barang dan jasa, menyusun Rencana Kerja dan Syarat dalam

pengadaan barang dan jasa, evaluasi administrasi dan teknis, menyampaikan laporan hasil pengadaan barang dan jasa.

7. Manager Sistem Informasi

Bagian ini mempunyai tugas dan tanggungjawab dalam mengelola infrastruktur teknologi informasi, mengelola aplikasi pelayanan bagi penumpang, melakukan penanganan apabila ada gangguan pada sistem informasi, memastikan kualitas layanan informasi pada wilayah Divre II Sumatera Barat.

8. Bagian Keamanan

Bertugas pada mengawasi dan mengendalikan operasional keamanan dan ketertiban di atas KA, lingkungan operasi stasiun, lingkungan *Righ of Way*, dan seluruh aset milik perusahaan pada Divre II Sumatera Barat.

9. Asisten Manager Hukum

Memiliki tugas dalam memberikan pertimbangan dan pendampingan atas bantuan hukum dan peraturan bagi pegawai Divre II Sumatera Barat.

10. Asisten Manager Humasda

Bertanggungjawab dalam menjalankan tugas perencanaan program humas seperti melakukan penyuluhan, hubungan masyarakat dan membentuk citra perusahaan Divre II Sumatera Barat.

F. Struktur dan Jobdesk Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Humas pada Divisi Regional II Sumatera Barat adalah satuan organisasi di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada di bawah organisasi Divisi Regional II Sumatera Barat yang berkedudukan di Kota Padang. Humas Divre II Sumatera Barat dipimpin seorang Manager Humas yang bertanggung jawab pada *Executive Vice President* Divre II Sumatera Barat.

Manajer Humas Divre II Sumatera Barat mempunyai tugas pokok untuk merencanakan dan melakukan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakatan, penyuluhan dan pembentukan citra perusahaan baik secara internal maupun eksternal di wilayah operasional perusahaan.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Manager Humas mempunyai fungsi dan tanggung jawab, sebagai berikut:

1. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero)
2. Melaksanakan fungsi *Corporate Image Building*
3. Mengelola informasi dan komunikasi di dalam perusahaan (internal) dan menjalin hubunhgan dengan media massa di luat Perusahaan (eksternal)
4. Membantu melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* di wilayah operasional perusahaan

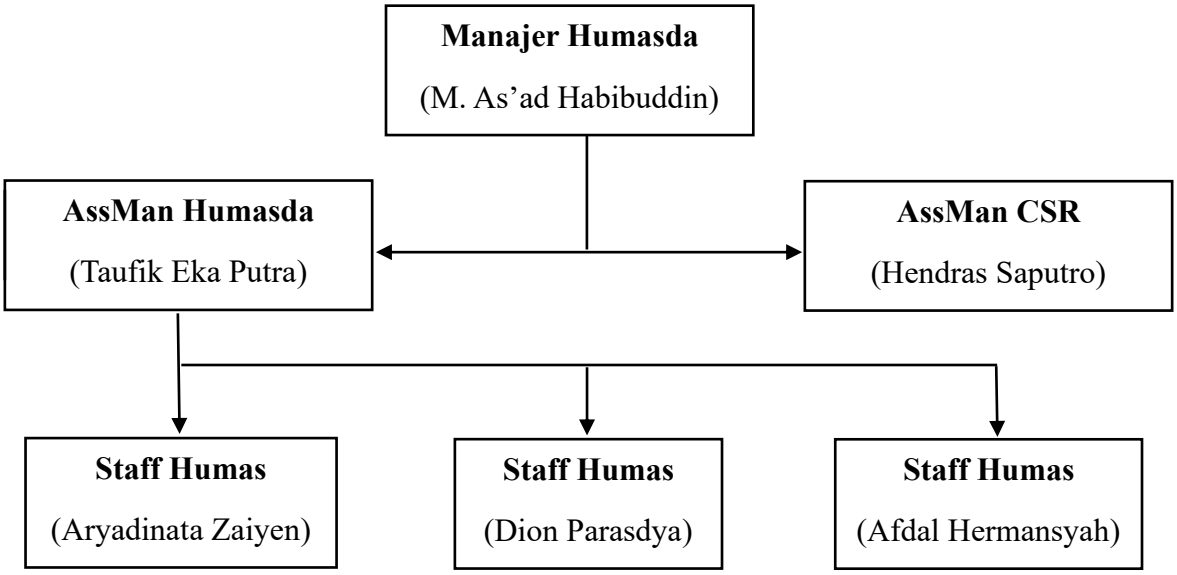
Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya tersebut, Manager Humas Divre II Sumatera Barat dibantu oleh seorang Asisstant Manager Internal dan Eksternal. Asisstant Manager tersebut mempunyai tugas pokok dan tanggung jawab melaksanakan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakatan, penyuluhan dan pembentukan citra perusahaan internal dan eksternal, antara lain:

1. Internal

a. Melaksanakan kegiatan kliping media massa
b. Melaksanakan layanan informasi kepada publik internal yang membutuhkan
c. Memberikan layanan informasi kepada publik internal yang membutuhkan
d. Melaksanakan kegiatan peliputan dan dokumentasi kegiatan perusahaan
e. Bertanggung jawab mengurusi update berita media massa dan media monitoring
f. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan administrasi keuangan kehumasan

2. Eksternal

a. Menjalin hubungan yang baik dengan wartawan media massa
b. Melakukan evaluasi terhadap pemberitaan di media massa secara rutin
c. Membuat *press release* dalam setiap kegiatan perusahaan yang dipublikasikan
d. Mengkoordinasikan dan mengatur kegiatan konferensi pers
e. Membantu melaksanakan kegiatan – kegiatan CSR perusahaan, mulai dari pembentukan, pelaksanaan sampai dengan pendokumentasian
f. Merencanakan dan melaksanakan program komunikasi kepada public eksternal melalui event pameran, iklan, pengisian program TV, dan promosi kehumasan
g. Memberikan pelayanan informasi kepada Masyarakat eksternal termasuk pers yang membutuhkan



Gambar 2.2 Struktur Manajemen Humasda Divre II Sumatera Barat

G. Ruang Lingkup Usaha PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tidak hanya ada di Padang namun di seluruh Indonesia yang dikenal dengan pelayanan yang prima dan baik kepada pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal kepada PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat kepada pelanggan dapat terlihat diantaranya (Humas KAI Divre II SB, 2023) :

1. Jasa Layanan Penumpang

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai pengelola perkeretaapian di Indonesia telah banyak mengoperasikan kereta api baik penumpang maupun barang di wilayah Jawa dan Sumatera, diantaranya :

a) Kereta Api Eksekutif
b) Kereta Api Bisnis
c) Kereta Api Campuran (Ekonomi, Eksekutif dan Bisnis)
d) Kereta Api Ekonomi AC
e) Kereta Api Ekonomi
f) Kereta Api Lokal
g) Kereta Rel Listrik

2. Jasa Layanan Angkutan

Sebagai alat transportasi tentu tidak hanya menyediakan jasa layanan penumpang melainkan berkaitan dengan angkutan. Layanan angkutan yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat adalah sebagai berikut :

a) Barang Curah, merupakan layanan angkutan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat diantaranya batubara, semen, pasir, gula pasir, beras, pupuk, aspal, klinker, dan lainnya.
b) Barang Packaging, merupakan layanan angkutan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumbar berupa semen, beras, gula pasir, pupuk dan paletasi.
c) Paletasi, merupakan *insulated and refrigerated containers*, *standard containers*, *hard-top containers*, *open-tor containers*, *flatracks platforms*, *ventilated containers*, *bulk containers*, *and tank containers*.
d) Barang Curah Liquid / Cair, merupakan layanan angkutan kereta yang berupa bahan kimia, BBM, minyak goreng, air mineral, dan lainnya.
e) Barang Retail, merupakan layanan angkutan kereta seperti barang antaran, hasil produksi dan barang elektronik.

3. Jasa Layanan Sewa Sarana

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menyediakan layanan sewa sarana, yang dimana layanan sewa sarana ini diberikan berupa penyewaan aset-aset sebagai berikut :

a) Aset *Railway*, berupa gedung, tanah, *space* iklan, gudang/ruangan, tower, dan kereta makan.
b) Aset *Non Railway*, berupa persewaan rumah perusahaan, gudang/bangunan, lahan tanah, lahan untuk *space* iklan, lahan untuk tower.

H. Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Logo ini merupakan logo terbaru dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang baru diganti pada tanggal 28 September 2020 yang bertepatan dengan hari Kereta Api Indonesia.



Gambar 2.3 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/

1. **Bentuk**
   a) Terinspirasi dari bentuk rel kereta yang digambarkan dengan garis menyambung ke atas dari bentuk rel kereta, menjelaskan KAI dapat terus berkembang dan menjadi solusi terintegrasi, andal, dan sinergis terbaik dalam ekosistem transportasi serta dapat menghubungkan Indonesia dari Sabang hingga Merauke di masa mendatang.
   b) Dengan menggunakan huruf miring dinamis dan memodifikasinya pada huruf A, menjelaskan karakteristik KAI yaitu agresif, berpikiran terbuka dan dapat dipercaya.
   c) Teks harus kuat tetapi bersahabat dan gambar dengan warna yang berbeda, menjelaskan hubungan yang harmonis dan kompeten antara KAI dengan seluruh pemangku kepentingan.
2. **Warna**
   a) Warna Biru Tua, dijelaskan dapat mendukung stabilitas, profesionalisme, kepercayaan diri.
   b) Warna Orange, menunjukkan antusiasme, kreativitas, determinasi, kesuksesan dan kebahagiaan.

I. Budaya Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



Gambar 2.4 Budaya PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/

1. Amanah, untuk memegang kepercayaan yang diberikan dengan teguh
2. Kompeten, untuk terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
3. Harmonis, untuk menghargai perbedaan dan peduli antar sesama
4. Loyal, untuk mengutamakan kepentingan bangsa dan negara
5. Adaptif, untuk terus berinovasi dan antusias menghadapi perubahan
6. Kolaboratif, untuk membangun kerja sama yang sinergis

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

Dalam penelitian deskriptif kualitatif analisis data merupakan sebuah tahapan untuk menelaah data yang telah diperolaeh dari informan yang telah diwawancarai penulis. Selain itu, analisis penelitian ini berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran dari penelitian yang telah dilakukan. Pembahasan yang dilakukan mengenai "Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat".

Secara sistematis pada bab temuan ini dibagi menjadi beberapa subbab yang menjadi pokok bahasan untuk menganalisis hasil data yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya. Pada bab kali ini penulis memaparkan bagaimana PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menjaga citranya. Dengan maksud bahwa program CSR yang diterapkan ini merupakan bukti adanya pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Pada bab ini, peneliti akan mempertahankan hasil data yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan staf Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat.

Tabel 3.1 Daftar Narasumber

Nama Informan	Usia	Jabatan	Waktu Wawancara	Lokasi Wawancara
Taufik	31 Tahun	AssMan Humas	27 Maret 2024	Ruangan Divisi Humas

Sumber : Observasi Penelitian

1. Penerapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat memiliki 2 (dua) program CSR dalam mempertahankan citra yang ditemukan dalam wawancara, sebagai berikut:

a. Program Bina Lingkungan

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat melakukan program bina lingkungan yang akan secara langsung terjun langsung pada masyarakat atau publik lainnya. Dalam kegiatan penerimaan program bina lingkungan ini PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memerlukan proposal yang diajukan kepada pihak Humas bidang CSR dan akan dinilai melalui survei yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan dan tim Humas CSR. Penilaian yang dilakukan oleh pihak Humas ini dilihat dari kondisi sekitar apakah layak diberikan bantuan atau tidak dan apakah akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar serta bertahan lama. Dan Humas CSR menyalurkan PBL dalam 5 (lima) bidang yaitu sarana ibadah, kesehatan, pendidikan, pelestarian alam dan sosial kemasyarakatan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat, sebagai berikut:

> "ada beberapa program yang telah diterapkan dari program bina lingkungan ini berupa bidang kesehatan, keagamaan, olahraga, pendidikan dan sosial kemasyarakatan" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

> "sebelum kami memberikan bantuan kami akan melakukan survei melalui proposal yang masuk dan telah di ajukan ke pusat" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

1) Bidang Sarana Ibadah

Pada bidang sarana ibadah melalui program bina lingkungan ini banyak menyalurkan dana dalam mendirikan Masjid/Mushalla dan renovasi terkait sarana ibadah yang berada didaerah operasional Divre II Sumatera Barat seperti di Kota Padang, Padang Pariaman, dan Kota Pariaman. Program bina lingkungan pada bidang sarana ibadah telah disalurkan sejumlah Rp 174.610.000,-. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku Staff Humas KAI Divre II Sumatera Barat, sebagai berikut:

> "dalam bidang sarana ibadah kita sudah menyalurkan dana bantuan pada tahun 2023 sebanyak Rp 174.610.000 itu kita sebarkan ke beberapa wilayah Divre II Sumbar dalam pembangunan masjid atau lainnya terkait

mengenai hal ibadah" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024).

Tahapan untuk merealisasikan program CSR pada sarana melalui pengajuan proposal dan kita melakukan suvei lapangan untuk melihat secara jelas dan nyata bahwa daerah tersebut sangat membutuhkan pembangunan atau perbaikan sarana ibadah. Setelah melakukan survei lapangan dan telah setujui oleh KAI Pusat.

"setelah pengajuan proposal, kita melakukan verifikasi dan memastikan dalam survei lokasi dalam melihat titik pembangunan tersebut. Dan pencairan dana ini kita berikan setelah Melawati hasil pengajuan kepada pusat dengen diberikan persetujuan dari hasil laporan kegiatan pemantuan lapangan" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Berikut beberapa program yang telah disalurkan oleh Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat sesuai dari data yang telah diberikan oleh pihak perusahaan, sebagai berikut:

a) **TJSL Masjid Al Minangkabawi Divre II Sumbar**

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia melakukan program bina lingkungan pada bidang sarana memberikan bantuan dalam pembangunan Masjid Al Minangkabawi Divre II Sumbar yang berada di Jalan Stasiun Simpang Haru Kota Padang. Masjid ini dibangun untuk memberikan fasilitas kepada masyarakat kota Padang. Bantuan ini diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat sebesar Rp 10.000.000,-.

b) **TJSL Renovasi Lantai Dalam Masjid dan WC Suaru Jambu Korong Singguling**

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat memberikan bantuan pada program bina lingkungan untuk Surau Jambu Korong Singguling yang berada di daerah Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman. Bantuan yang diberikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat berupa renovasi lantai surau dan WC sebesar Rp 4.800.000,-

c) TJSL Pembangunan Masjid Jabal Ilmu Man Kota Pariaman

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan berupa bantuan pembangunan Masjid Jabal Ilmi yang berada di MAN Kota Pariaman sebesar Rp 6.960.000,-. Bantuan yang diberikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II membantu dan memudahkan guru,murid, dan masyarakat dalam hal melakukan ibadah.

d) TJSL Pembangunan TPA/TPS Masjid Raya Singguling Nagari Lubuk Alung

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan untuk masyarakat terutama anak yang berumur 7 – 10 Tahun. Bantuan ini berupa pembangunan TPA/TPS Masjid Raya Singguling yang berada di daerah Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman sebesar Rp 6.850.000,-

e) TJSL Pembangunan Masjid Raya Cimparuh Kota Pariaman

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan berupa bantuan kepada masyarakat kota Pariaman dalam pembangunan Masjid Raya Cimparuh sebesar 9.000.000,-. Masjid ini merupakan Masjid Raya satu-satunya di kota Masjid Raya yang berada di daerah Pariaman Tengah.

f) TJSL Renovasi Masjid Istiqomah Adam Sorin

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam memberikan dana sebesar Rp 10.000.000 untuk renovasi perbaikan Masjid Istiqomah Adam Sorin yang berada di Jalan Baru Kota Pariaman.

g) TJSL Pembangunan Musholla Mujahidin

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memberikan bantuan program bina lingkungan untuk pembangunan Musholla Al Mujahidin di daerah Sungai Sapih Kota Padang. Masjid ini berada di tengah-tengah pemukiman masyarakat yang padat dan terbatas akses.

h) TJSL Pembangunan Musholla Ikhwatul Muslimin

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah melakukan program bina lingkungan dengan memberikan sumbangan dana untuk pembangunan Musholla Ikhwatul Muslimin. Musholla Ikhwatul Muslimin berada di sudut kota Padang Kecamatan Lubuk Kilangan.

Tabel 3.2 PBL Bidang Sarana Ibadah

No	Uraian Kegiatan	Kab/Kota	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Bina Lingkungan TJSL Masjid Al Minangkabawi Divre II Sumbar	Kota Padang	26 Januari 2023	Rp 100.000.000	 **Gmbar 3.1** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Bantuan Bina Lingkungan Renovasi Lantai Dalam dan WC Surau Jambu Korong Singguling Wilayah Divre II Sumatera Barat	Padang Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 4.800.000	 **Gambar 3.2** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
3	Bantuan Bina Lingkungan Pembangunan Masjid Jabal	Kota Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 6.960.000	

	Ilmi Man Kota Pariaman				 **Gambar 3.3** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
4	Bantuan Bina Lingkungan Pembangunan TPA/TPS Masjid Raya Singguling Nagari Lubuk Alung	Padang Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 6.850.000	 **Gambar 3.4** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
5	Bantuan Bina Lingkungan Pembangunan Masjid Raya Cimparuh Kota Pariaman	Kota Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 9.000.000	 **Gambar 3.5** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
6	Bantuan Bina Lingkungan Renovasi Masjid Istiqomah Adam Sorin	Kota Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 10.000.000	 **Gambar 3.6** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

7	Bantuan Bina Lingkungan KAI Pembangunan Musholla Al Mujahidin	Kota Padang	8 Juni 2023	Rp 24.000.000	 **Gambar 3.7** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
8	Bantuan Bina Lingkungan Pembangunan Musholla Ikhwatul Muslimin	Kota Padang	8 Juni 2023	Rp 13.000.00	 **Gambar 3.8** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

Sumber : Humas KAI Divre II SB

2) Bidang Sosial Kemasyarakatan

Program Bina Lingkungan Bidang Sosial Kemasyarakatan Humas CSR PT Kereta Api Indonesia menyalurkan dana sebanyak Rp 111.950.000 yang disalurkan ke beberapa aktivitas sosial seperti panti asuhan dan sosial, bencana alam yang terjadi sekitar operasional perusahaan, dan bantuan berupa sarana kesenian dan olahraga. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat, sebagai berikut:

> "TJSL bidang Sosial Kemasyarakatan dalam bentuk sumbangan dan barang yang kita berikan kepada masyarakatan sekitar yang mengalami bencana alam dan juga kita berikan kepada kegiatan olahraga atau kesenian. Terutama kita memberikan bantuan kepada panti asuhan dan panti sosial untuk meringankan kehidupan mereka" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Bantuan sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta memberikan momen

Ramadha untuk panti asuhan dan anak yatim dalam bentuk makanan dan pemberian dana dan bantuan berupa barang kepada korban bencana alam.

> "penyuluhan dana kepada panti asuhan dan anak yatim kita lakukan di daerah sekitar Divre II Sumbar ini agar memberikan manfaat khususnya membantu anak yatim piatu. Dan kita juga mengadakan bantuan sosial kemasyarakan untuk korban bencana alam dalam memberikan bantuan dana dan barang yang dapat dimanfaatkan bagi korban" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Tahapan yang dilakukan oleh Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat dengan cara berbeda tergantung kegiatan yang akan pihak perusahaan lakukan dalam bidang sosial kemasyarakatan ini.

> "Pada kegiatan panti sosial dan asuhan kita melakukan survei Lokasi yang dilakukan sebelum realisasi CSR dilakukan, Taoi panti tidak mengajukan proposal karena ini merupakan inisiatif perusahaan saja. Kami akan memprioritaskan lokasinya yang berada di wilayah operasional kami" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

> "Sedangkan pada tahapan implementasi bagi korban bencana alam tidak kita lakukan survei Lokasi atau perencanaan. Karena bencana ala mini kejadian yang dating secara tiba-tiba dan juga menjadi tanggung jawab kepedulian perusahaan atau inisiatif kita. Yang mana kita langsung terjun ke lokasi kejadian untuk menyerahkan bantuan dana dan sumbangan barang bagi korban tersebut" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

a. TJSL Berbagi Keberkahan Ramadhan 1444H

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah melakukan program bina lingkungan bidang sosial masyarakat dalam kegiatan berbagi keberkahan Ramadhan 1444 H di Panti Asuhan dan Pondok Tahfidz Al Fath Tauhid yang berada di Kota Padang. Bantuan ini berupa takjil dan makanan sekaligus pemberian sejumlah uang tunai.

b. TJSL Pembangunan WC, Alat Olahraga dan Kesenian

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat juga menerapkan program bina lingkungan pada bidang sosial kemasyarakatan. Bantuan program ini berupa pembangunan WC dan Alat Olahraga dan Kesenian untuk MAN 1 Padang Pariaman yang berada di Jalan Padang-Bukittinggi KM 37, Sintuk Toboh Gadang, Padang Pariaman, Sumatera Barat.

c. TJSL Peralatan Latihan Karate Beladiri

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam memberikan bantuan untuk peralatan latihan karate dan latihan bela diri yaitu Dojo Karate yang bertempat di Stasiun Naras Pariaman sebagai stasiun Transit antara Padang – Pariaman.

d. TJSL Bencana Alam

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memberikan bantuan program bina lingkungan berupa dana dan bahan bangunan Rp 10.850.000 pada pasca kebakaran yang terjadi di masyarakat lingkungan Sawahan Timur Kota Padang yang banyak merugikan masyarakat dari kebakaran tersebut.

e. TJSL Panti Sosial

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program CSR bina lingkungan dalam perlindungan masyarakat yaitu Dungmas KAI khususnya diberikan kepada UPTD Panti Sosial Bina Grahita Harapan Ibu yang akan terbantu dalam perkembangan Panti Sosial tersebut yang berada di Kota Padang.

f. TJSL Bencana Alam Longsor

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan untuk korban longsor dan galodo dalam menyerahkan bantuan kebutuhan pokok, tikar, kain sarung, kebutuhan anak-anak dan lainnya senilai Rp 74 juta bagi korban di Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Agam.

Tabel 3.3 PBL Bidang Sosial Kemasyarakatan

No	Uraian Kegiatan	Kab/Kota	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Bantuan Bina Lingkungan Berbagi Keberkahan Ramadhan 1444 H Panti Asuhan dan Pondok Tahfidz Al-Fath Tauhid	Kota Padang	8 Juni 2023	Rp 2.000.000	 **Gambar 3.9** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Bantuan Bina Lingkungan Pembangunan WC dan Sarana Wudhu, Alat Olahraga dan Kesenian MAN 1 Padang Pariaman	Padang Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 7.600.000	 **Gambar 3.10** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
3	Bantuan Bina Lingkungan Peralatan Latihan Karate Penunjang Giat Latihan Beladiri Dojo Karate di Stasiun Naras Pariaman	Kota Pariaman	25 Agustus 2023	Rp 10.500.000	 **Gambar 3.11** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

4	Bina Lingkungan Bantuan Pasca Kebakaran di Lingkungan Sawahan Timur	Kota Padang	18 Oktober 2023	Rp 10.850.000	 **Gambar 3.12** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
5	Bantuan Bina Lingkungan KAI Dungmas (Perlindungan Masyarakat) untuk UPTD Panti Sosial Bina Grahita Harapan Ibu Padang	Kota Padang	18 Oktober 2023	Rp 7.000.000	 **Gambar 3.13** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
6	Bina Lingkungan Bantuan Korban Longsor Agam	Kab. Agam	18 Juli 2023	Rp 74.000.000	 **Gambar 3.14** *Sumber : https://sumbar.antaranews.com/berita/574560/pt-kai-salurkan-bantuan-senilai-rp74-juta-bagi-korban-longsor-di-agam*

Sumber : Humas KAI Divre II SB

3) Bidang Kesehatan

Pada Bidang Kesehatan dengan Program Bina Lingkungan, Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah menyalurkan dana CSR TJSL sebesar Rp 24.700.548,- yang diberikan kepada Masyarakat umum di Kota Padang, Kabupaten Padang Pariaman, dan Kota Pariaman dalam hal pengobatan gratis, pemeriksaan mata dan pemberian kaca mata gratis serta penyuluhan kesehatan bagi masyarakat sekitar. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "TJSL Bidang Kesehatan dalam menjalankan program bina lingkungan kita berikan kepada Masyarakat sekitar atau public dalam bentuk penyuluhan dan pengobatan gratis…" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Tahapan program implementasi CSR dalam bidang Kesehatan ini dilakukan melalui survei lapangan yang dilihat dari lokasi wilayah untuk melayani masyarakat khususnya daerah terpencil yang sulit dijangkau. Langkah ini sebagai tahap program aktivitas CSR dalam peningkatan kesehatan yang mana survei lokasi ini untuk memastikan dan melihat secara nyata lokasi yang benar dan sangat membutuhkan pemberdayaan kesehatan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "Tim survei CSR akan mensurvei lokasi terlebih dahulu, wilayah-wilayah mana yang pantas untuk mendapatkan bantuan dalam meningkatkan kesehatan bagi masyarakat yang masih membutuhkan fasilitas pengobatan gratis" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

a. TJSL Bakti Sosial Kesehatan

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan bidang kesehatan berupa bakti sosial pengobatan gratis bagi lansia dan anak-anak, penyuluhan kesehatan, pemeriksaan mata dan pemberian kacamata gratis bagi masyarakat kota Padang yang dilaksanakan di Dinas Kesehatan Kota Padang

b. TJSL Penyuluhan Kesehatan

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat berupa penyuluhan kesehatan, pemeriksaan mata dan pemberian kacamata gratis yang terbuka untuk umum dalam rangka memperingati HUT KA ke-77 yang dilaksanakan di Stasiun Simpang Haru Kota Padang.

Tabel 3.4 PBL Bidang Kesehatan

No	Uraian Kegiatan	Kab/Kota	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Bantuan Bina Lingkungan Bidang Kesehatan Berupa Bakti Sosial Pengobatan Gratis, Penyuluhan Kesehatan, Pemeriksaan Mata dan Pemberian Kacamata Gratis	Kota Padang	29 Juni 2023	Rp 14.701.500	 **Gambar 3.15** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Bantuan Bina Lingkungan Bidang Kesehatan Berupa Bantuan Sosial Pengobatan Gratis, Penyuluhan	Padang Pariaman	27 September 2023	Rp 9.999.048	 **Gambar 3.16** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

	Kesehatan, Pemeriksaan Mata dan Pemberian Kacamata Gratis Dalam Rangka Memperingati HUT KA ke-77				

Sumber : Humas KAI Divre II SB

4) Bidang Pelestarian Alam

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat tercatat bahwa telah menyalurkan dana CSR untuk pelestarian alam berupa penanaman pohon (Go Green KAI) yang bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Padang dan peduli lingkungan (Pling KAI) untuk forum anak gaung berupa pemberian pengelolaan bak sampah. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "pihak perusahaan memberikan CSR TJSL pada PBL Pelestarian Alam dalam rangkap menjaga lingkungan sekitar operasional seperti penanaman pohon dengan tagline KAI Pling dan KAI Go Green" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Tahapan yang dilakukan dalam implementasi CSR dalam bentuk pelestarian lingkungan yaitu perencanaan. Dengan tahap perencanaan ini dilakukan untuk menentukan rencana program dalam melestarikan lingkungan sebagai kepedulian perusahaan terhadap lingkiungan. Hal diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "perencanaan untuk penanaman pohon dalam merelisasikan penghijauan merupakan rencana program yang bersifat jangka panjang dalam hal ini. Perencanaan ini juga kita pikirkan yang mana kita lakukan dalam mengurangi pencemaran seperti amdal dan polusi udara dan dampak lingkungan lainnya" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024).

a. TJSL KAI Pling (Peduli Lingkungan)

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat juga melakukan program bina lingkungan dengan semboyan KAI Pling (Peduli Lingkungan) yang dilakukan untuk forum anak Nagari Gaung Nan XX Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Bantuan ini berupa bak sampah, dan lainnya sebesar Rp 40.000.000,-

b. TJSL KAI Go Green

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan untuk pelestarian alam dengan semboyan KAI Go Green yang bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Padang. Bantuan ini berupa bibit tanaman serta penanaman pohon untuk menjaga kelestarian alam dan penyelamatan ekosistem hutan.

Tabel 3.5 PBL Pelestarian Alam

No	Uraian Kegiatan	Kab/Kota	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Bantuan Bina Lingkungan KAI Pling (Peduli Lingkungan) untuk Forum Anak Nagari Gaung Nan XX	Kota Padang	24 Oktober 2023	Rp 40.000.000	 **Gambar 3.17** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Bantuan Bina Lingkungan KAI Go Green Dinas Lingkungan Hidup Kota Padang	Kota Padang	02 November 2023	Rp 20.000.000	 **Gambar 3.18** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

Sumber : Humas KAI Divre II SB

5) Bidang Pendidikan

Sedangkan untuk PBL bidang Pendidikan, PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah menyalurkan dana sebesar Rp 73.035.000,- yang diberikan kepada anak yayasan dan sekolah dasar dengan semboyan Edufriend dalam bentuk media pembelajaran seperti fasilitas perpustakaan atau bantuan beasiswa/dana bos. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "pihak perusahan menyalurkan dana PBL pada bidang Pendidikan yang diberikan kepada sekolah-sekolah untuk melakukan perkembangan dan pembangunan seperti memberikan fasilitas Edufriend untuk siswa/i agar memiliki pengetahuan yang lebih luas" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Tahapan implementasi CSR pada peningkatan pendidikan ini dengan melakukan survei lokasi. Untuk mengetahui data kebenaran yang jelas yang nyata maka diperlukan tim untuk mensurvei sekolah-sekolah di Divre II Sumbar. Dan sebelum melakukan pemberian CSR, Humas CSR melakuakn sosialisasi terkait keselamatan perjalanan kereta api untuk meminimalisir tindakan pelemparan batu pada kereta api dan kecelakan perlintasan KA. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "survei sekolah dilakukan ya sebelum penerapan CSR yang berguna untuk mengetahui keberadaan sekolah-sekolah mana saja yang berarea dekat rel maupun asset kereta api yang akan diprioritaskan untuk mengurangi tindakan kliminalitas seperti kecelakaan perlintasan KA dan pelemparan batu yang kita adakan sosialisasi mengenai keselamatan perjalanan KA" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

a. TJSL Paud

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan bidang pendidikan untuk Paud Tunas Bangsa yang berapa di Kota Padang. Bantuan ini berupa sarana dan prasarana seperti alat permainan edukatif bagi anak-anak paud dalam mengembangkan kemampuan dasar belajarnya.

b. TJSL SD IT Yayasan Birul Walidain

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam pendidikan berupa sarana Edufriend yang dilakukan pada SD IT Yayasan Birul Walidain yang berada di Kudu Gantiang V Koto Timur, Kabupaten Padang Pariaman. Bantuan ini berupa fasilitas pembelajaran untuk anak-anak.

c. TJSL Edufriend SD N Lubuk Alung

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam pendidikan berupa sarana Edufriend yang dilakukan pada SD 05 Lubuk Alung yang berada di daerah Lubuk Alung, Kabupaten Padang Pariaman. Bantuan ini berupa fasilitas pembelajaran seperti buku bacaan, dan lainnya untuk anak-anak.

d. TJSL Edufriend SD N Koto Luar Pauh

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam pendidikan berupa sarana Edufriend yang dilakukan pada SD Negeri 18 Koto Luar Pauh yang berada di daerah Limau Manis Pauh, Kota Padang. Bantuan ini berupa fasilitas pembelajaran seperti buku bacaan, dan lainnya untuk anak sekolah dasar.

e. TJSL Yayasan Alhafidz

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan program bina lingkungan dalam pendidikan berupa sarana Edufriend yang dilakukan pada Yayasan Alhafidz Ibnu Hajar yang berada di Matur, Kabupaten Agam. Bantuan ini berupa fasilitas pembelajaran untuk anak-anak yayasan.

Tabel 3.6 PBL Bidang Pendidikan

No	Uraian Kegiatan	Kab/Kota	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Permohonan Sarana Pendidikan Paud dan Alat Permainan Edukatif Paud Wilayah Divre II Sumatera Barat	Kota Padang	8 Juni 2023	Rp 7.385.000	 **Gambar 3.19** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Bantuan Bina Lingkungan KAI Edufriend SD IT Yayasan Birul Walidain Kudu Gantiang V Koto Timur	Padang Pariaman	11 Januari 2023	Rp 16.000.000	 **Gambar 3.20** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
3	Bantuan Bina Lingkungan KAI Edufriend SDN 05 Lubuk Alung	Padang Pariaman	11 Januari 2023	Rp 13.550.000	 **Gambar 3.21** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

4	Bantuan Bina Lingkungan Edufriend SDN 18 Koto Luar Pauh	Kota Padang	8 Juni 2023	Rp 16.000.000	 **Gambar 3.22** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
5	Bantuan Bina Lingkungan KAI Edufriend Yayasan Alhafidz Ibnu Hajar	Kab. Agam	11 Januari 2023	Rp 20.100.00	 **Gambar 3.23** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*

Sumber : Humas KAI Divre II SB

Laporan Dana CSR Program Bina Lingkungan
PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat

Tabel 3.7 Laporan Dana Program Bina Lingkungan

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Bantuan Sarana Ibadah	Rp 174.610.000
2	Bantuan Sosial Kemasyarakatan	Rp 111.950.000
3	Bantuan Kesehatan	Rp 24.700.548
4	Bantuan Pelestarian Alam	Rp 60.000.000
5	Bantuan Pendidikan	Rp 73.035.000
TOTAL		**Rp 444.295.548**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah menyalurkan CSR program Bina Lingkungan dengan total keseluruhan Rp 444.295.548,- yang langsung diberikan kepada masyarakat sekitar ruang lingkup operasional PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. Bantuan ini berbagai macam kegiatan yang telah dibagi-bagi dan terbatas anggaran yang dikeluarkan tiap tahunnya.

b. Program Kemitraan

Program yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat ini bukan hanya program bina lingkungan. Akan tetapi, PT Kereta Api Indonesia (Divre) II Sumatera Barat juga menjalankan penerapan program kemitraan yang terfokuskan kepada UMKM yang berada disekitar daerah operasional perusahaan. Dan juga memerlukan persyaratan menjadi anggota mitra binaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat, sebagai berikut:

1) Memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) serta kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah)

2) Warga Negara Indonesia
3) Berdiri sendiri bukan perusahaan atau cabang perusahaan
4) Berbentuk usaha orang perseorangan
5) Memiliki potensi dan prospek usaha
6) Belum memenuhi persyaratan perbankan atau lembaga keuangan non-bank

Cara Mengajukan Menjadi Mitra Binaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) :

a) Sedang tidak menjadi mitra binaan BUMN lain
b) Mengajukan permohonan dalam bentuk proposal kepada Tim Pelaksana CSR PT KAI berdasarkan wilayah usahanya
c) Melakukan seleksi administrasi, survei dan evaluasi
d) Mitra binaan akan gugur apabila tidak memenuhi persyaratan
e) Penandatanganan perjanjian dan penyaluran dana usaha

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut :

> "program yang kedua yaitu program kemitraan atau mitra binaan dengan maksud kami memberikan bantuan modal kepada UMKM yang memasukan proposal sesuai dengan syarat ketentuan yang berlaku dengan memberikan pinjaman minimal Rp 5.000.000,- sampai 200.000.000,- dalam jangka waktu pinjaman maksimal selama 3 tahun.. Lalu, kami proses dan akan menindaklanjutinya ke lapangan"(wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Program Kemitraan ini berguna untuk meningkatkan usaha kecil sebagai mitra binaan agar mandiri sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Yang mana PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta meminjamkan dana kepada UMKM sekitar. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "pada program kemitraan kita tidak menghibahkan namun peminjaman dana yang mana dana tersebut akan diputar dan diolah untuk diberikan ke yang lainnya. Akan tetapi, bagi pelaku usaha yang macet-macet itu banyak dan sekarang lebih kita perketat lagi dalam hal ada bentuk jaminan seperti BPKP kendaraan bermotor, sertifikat tanah, dan lainnya. Jadi kalo ada kredit yang

macet masih ada jaminan uang itu bisa minimal kembali agar bisa dikembambangkan lagi dan tidak masuk ke laba perusahaan. Jadi dari laba dikurangi 4% katakanlah 10 juta nanti tiap tahun berikutnya naik menjadi 12 juta yang 12 juta tersebut tidak masuk kesini tapi dipinjamkan lagi terus dan terus seperti itu" (wawancara Bapak Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

Tahap selanjutnya, setelah mengajukan proposal dan melewati hasil survei lapangan. Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat mengadakan rapat dengan dewan direksi kantor pusat PT KAI (Persero) untuk memutuskan pinjaman. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

"Tim kami akan melakukan rapat dengan pihak CSR pusat untuk menentukan besar pinjaman kepada calon mitra berdasarkan hasil survey" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

1. Usaha Kue Kering Jihan Pinkan

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memberikan bantuan berupa modal pengembangan untuk Usaha Kue Kering Jihan Pinkan sebesar Rp 15.000.000,-. Usaha ini berupa pembuatan oleh-oleh khas padang seperti karak kaliang, karipik pisang salai, dan lainnya yang berpusat di Kota Padang.

2. Keripik Taleh Malika

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat telah menerapkan CSR pada program kemitraan yaitu pemberian bantuan modal untuk pengembangan dan peningkatan usaha pada Keripik Taleh Malika sebesar Rp 9.000.000,-. Keripik Taleh Malika ini merupakan usaha keripik taleh/talas dengan berbagai varian seperti taleh asin gurih, taleh stik, taleh balado yang pabriknya berada di kota Payakumbuh dengan memasarkan produk ke berbagai daerah provinsi Sumatera Barat.

3. Adel Shoes

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional Sumatera Barat menerapkan program CSR pada Program Kemitraan dalam memberikan bantuan modal sebesar Rp 30.000.000,- untuk Adel Shoes yang beralamat di

Jalan By Pass KM 7 Kota Padang yang bergerak pada produksi sepatu kulit laki-laki dan perempuan. Dari hasil penelitian bahwa Adel Shoes telah berkembang dan memiliki usaha besar yang awal mulanya hanya fokus dalam penjualan sepatu kulit sampai sekarang melakukan penjualan produk sepatu dan sandal yang berbagai macam dengan harga yang terjangkau.

4. Rumah Makan Puncak Limau Manis

Humas CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memberikan bantuan modal pada program CSR Kemitraan sebesar Rp 30.000.000,- untuk Rumah Makan Puncak Limau Manis yang beralamat di Jalan Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang yang bergerak di bidang kuliner masakan kampung ciri khas Padang. Target sasaran pada rumah makan ini yaitu karyawan/i perkantoran dan Universitas, sampai saat ini rumah makan telah banyak didatangi pelanggan dan ramai pada jam makan siang atau istirahat.

Tabel 3.8 Program Kemitraan

No	Instansi Penerima Bantuan	Tgl Penyaluran	Jumlah Penyaluran	Keterangan
1	Usaha Kue Kering Jihan Pinkan	21 September 2023	Rp 15.000.000	 **Gambar 3.24** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
2	Keripik Taleh Malika	7 Desember 2023	Rp 9.000.000	 **Gambar 3.25** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
3	Adel Shoes	10 Oktober 2023	Rp 30.000.000	 **Gambar 3.26** *Sumber : Humas KAI Divre II SB*
4	RM Puncak Limau Manis	10 Oktober 2023	Rp 30.000.000	

Sumber : Humas KAI Divre II SB

Laporan Dana CSR Program Mitra Binaan
PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat

Tabel 3.9 Laporan Dana Program Mitra Binaan

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Usaha Kue Kering Jihan Pinkan	Rp 15.000.000
2	Keripik Taleh Malika	Rp 9.000.000
3	Adel Shoes	Rp 30.000.000
4	Rumah Makan Puncak Limau Manis	Rp 30.000.000
TOTAL		**Rp 84.000.000,-**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah menyalurkan dan menerapkan Corporate Social Responsibility untuk program kemitraan dengan total keseluruhan sebesar Rp 84.000.000 yang diberikan kepada UMKM di Sumatera Barat untuk membantu perkembangan usaha UMKM dan memberikan dampak juga kepada PT Kereta Api Indonesia dalam meningkatkan citra positifnya melalui promosi yang dilakukan oleh mitra binaan

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dalam Implementasi CSR

a. Faktor Pendukung

Anggaran diperlukan untuk mendalami setiap program *Corporate Social Responsibility* agar dapat berjalan. Maka dari itu perusahaan mencairkan anggaran yang diberikan kepada mitra binaan dan penerima bantuan CSR KAI Divre II Sumatera Barat. Selain anggaran yang menjadi Sumber Daya Manusia sebagai pelaksana CSR juga menjadi faktor pendukung program yang berjalan. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "terutama anggaran yang sudah pasti. Tahun 2023 kita telah menyalurkan total dana keseluruhan Rp 528.295.548 kepada beberapa mitra binaan dan Masyarakat lainnya yang berhak menerima bantuan yang tersebar di wilayah operasional Divre II ini" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

b. Faktor Penghambat

Agenda monitoring yang dilakukan setiap bulan tidak bisa dilakukan secara rutin yang setiap bulanannya sebab pihak perusahaan kurang dalam SDM dan waktu yang digunakan. Selain itu, Humas CSR juga masih kurang melakukan pemetaan masalah sosial dengan baik. Serta Humas CSR juga melihat bahwa mitra binaan masih melakukan kecurangan pada saat membayar bukan atas nama sendiri dan masih ada yang menunggak pembayaran. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Taufik selaku AssMan Humas, sebagai berikut:

> "yang kami rasakanya dalam hal masalah sosial yang belum kami reliasasikan secara terarah dan masih belum memenuhi kebutuhan masyarakat. Kami juga terbatas waktu yang sulit melakukan monitoring kepada mitra binaan atau penerima bantuan yang telah kami salurkan seperti perkembangan pembangunan sarana ibadah. Kami melakukan monitoring setahun atau per enam bulan sekali" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

> "Dan juga mitra binaan juga masih ada yang melakukan kecurangan pada saat membayar dan menunggak" (wawancara Taufik, AssMan Humas, 27 Maret 2024)

B. Pembahasan

1. Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Peranan Humas PT KAI Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan posisi sebagai perantara dari pihak perusahaan dengan publik dalam menyampaikan aspirasi atau memberikan pelayanan yang baik untuk masyarakat sekitar sesuai dengan visi misi dan tujuan PT KAI Divre II Sumatera Barat yaitu menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk masyarakat.

Humas dalam meningkatkan citra perusahaan seringkali dihadapkan dengan permasalahan terutama di lingkungan sekitar operasional PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat seperti di lingkungan sekitar perlintasan kereta api. Permasalahan tersebut biasanya berupa ketidaknyamanan masyarakat sekitar dengan kebisingan, rawan kecelakaan di sekitar perlintasan kereta api dan

lainnya. Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan program unggulan yang direncanakan Humas untuk mendapatkan kepercayaan dan citra positif dari masyarakat atau publik.

Oleh karena itu, dalam menjalankan perannya Humas harus menjadi *Communicator* dalam aktivitas sosialisasi, menjadi pembina hubungan (*Relationship*) yang baik melalui perantara media massa dalam aktivitas publikasi dan menjadi *Backup Management* dalam aktivitas dokumentasi. Selain itu, dalam menjalankan perannya Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat harus memiliki kemampuan dalam *Entertaint*, mampu membuat dan mengolah berita, memiliki kemampuan multimedia seperti *basic* editing foto, video, desain grafis dan memiliki kemampuan berbahasa yang baik dalam menghadapi publik. Dalam menerapkan peranan tersebut, Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menjalankannya dengan pendekatan manajerial seperti pengumpulan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), aksi (*action*).

Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat sudah menjalankan peranannya dengan baik yang terlihat dari terjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan berusaha menyelesaikan semua tugas-tugas yang ada sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari kehumasan, karena adanya hubungan dan komunikasi yang baik akan menumbuhkan sikap dan memberikan gambaran yang positif atau citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat yang baik sehingga muncul kepercayaan masyarakat dengan bukti (output).

Penerapan CSR ini salah satu wujud yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dalam rangka mewujudkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat di lingkungan sekitar operasional PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. Program CSR yang dimaksud berupa pemberian bantuan kepada masyarakat atau daerah sekitar masyarakat contoh di lingkungan masyarakat ada karang taruna yang pemudanya suka olahraga, maka pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat memberikan bantuan alat-alat olahraga, bantuan lainnya berupa alat-alat untuk renovasi masjid dengan tujuan mendapatkan pandangan, opini serta citra yang baik di mata masyarakat. Program dari CSR itu sendiri ada 2 yaitu Program Bina Lingkungan, Program Kemitraan.

a. Program Bina Lingkungan

Sesuai Peraturan Menteri BUMN tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara pada Nomor PER-09/MBU/07/2015. Program ini merupakan program pemberdayaan masyarakat oleh BUMN dengan memberikan bantuan kepada masyarakat diseluruh wilayah tidak terkecuali pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat.

Program ini merupakan bantuan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dan termasuk kegiatan pemberdayaan kondisi sosial kemasyarakatan oleh BUMN dengan memberikan bantuan hibah kepada masyarakat ke seluruh wilayah Republik Indonesia dengan mengutamakan di wilayah perusahaan sekitar BUMN.

Dalam mengimplementasikan program CSR bidang Bina Lingkungan ini dengan melakukan pengumpulan fakta. Yang mana Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat dituntut peka dan rasa terhadap keadaan lingkungan kemasyarakatan yang berada di sekitar wilayah operasional perusahaan untuk dijasikan fakta yang menjadi kebutuhan masyarakat sekitar.

Selanjutnya, tahapan yang dilakukan adalah mensurvei lokasi sasaran yang akan dituju sebagai lokasi sasaran yang akan menjadi tempat pemberdayaan sosial kemasyarakatan. Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat memastikan kebenaran data agar memudahkan realisasi program CSR yang akan diberikan.

Pada tahap terakhir yaitu pengimplementasikan program CSR sebagai wujud kepedulian KAI Divre II Sumatera Barat terhadap sosial. Penerapan ini dilakukan jika tahap perencanaan telah dilaksanakan, Adapun bentuk pengimplementasian CSR dalam berbagai bisang sosial, sebagai berikut:

1) Bidang Sarana Ibadah

Tanggung jawab sosial KAI Divre II Sumatera Barat dalam peningkatan sarana yaitu berkomitmen untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap isu tertentu di masyarakat untuk mencaoi satu tujuan yang dapat meningkatkan lingkungan lebih baik. Program bina lingkungan dalam aspek sosial terkait pengembangan prasarana dan saran ibadah untuk masyarakat juga dilakukan dalam program CSR.

Penyaluran dana untuk pembangunan dan pengembangan sarana ibadah ini dilakukan oleh KAI Divre II Sumatera Barat dengan tujuan selain menjadi tempat ibadah juga dapat digunakan sebagai sarana silaturahmi umat islam dan tempat musyawarah. Maka hal ini dapat mewujudkan citra KAI Divre II Sumatera Barat di mata masyarakat sebagai perusahaan BUMN.

Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat ini menerapkan CSR dalam bentuk *Corporate Social Marketing* yang dikemukan oleh Kotler (2005) yaitu perusahaan meningkatkan kesejahteraan sosial yang merubah tingkah laku masyarakat dan dinikmati secara langsung oleh masyarakat berdasarkan social motive murni.

2) Bidang Kesehatan

Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan KAI Divre II Sumatera Barat ini memfokukan perhatian terhadap kesehatan masyarakat yang mana memberikan dengan bentuk sosialisasi mengenai kesehatan. Dengan adanya implementasi CSR ini dapat meningkatkan kesehatan masayarakat dalam melakukan pemeriksaan gratis dan memanfaatkan fasilitas kesehatan yang diberikan oleh KAI Divre II Sumatera Barat. Dengan demikian akan mempengaruhi persepsi citra positif dari masyarakat kepada KAI Divre II Sumatera Barat.

Pada program CSR bidang kesehatan ini menunjukan ciri CSR yang dilakukan Humas yaitu *Corporate Social Marketing* yang berfokus kepada isu-isu kesehatan yang terjadi dimasyarakat.

3) Bidang Pelestarian Alam

Tanggung jawab sosial yang diberikan Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat berupa pelestarian lingkungan hidup yang mengandung arti untuk peningkatan kesejahteraan dan mutu hidup Masyarakat agar dapat menunjang pembangunan secara berkesinambungan. Hal ini berarti bahwa KAI Divre II Sumatera Barat melaksanakan suatu kegiatan yang diikuti dengan Upaya mencegah dan menanggulangi pencemaran atau kerusakan pada lingkungan hidup.

Untuk mendukung dan menjamin tercapainya tujuan CSR secara efektif antara lingkungan dan pembangan yang diperlu diberi pengaturan. KAI Divre

II Sumatera Barat ini mengelola lingkungan hidup yang juga bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Padang dalam hal pemanfaatan, penataan, pengembangan lingkungan.

Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat ini melakukan penanaman pohon atau program KAI Pling dan KAI Go Green yang bertujuan untuk mengurangi polusi udara dan sebagai keindahan lingkungan. Hal ini diterapkan jenis CSR yaitu *Corporate Social Marketing.*

4) Bidang Sosial Kemasyarakatan

Tanggung jawab sosial program Bina Lingkungan pada aspek sosial Masyarakat dalam meningkatkan salah satu upaya permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat seperti bencana alam yaitu longsor dan kebakaran untuk mendorong produktivitas dan membantu Masyarakat. Dalam program CSR yang diterapkan oleh Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat ini dapat diharapkan dapat dinikmati oleh masyarakat.

Kegiatan yang dilakukan Humas CSR KAI Divre II Sumbar ini menerapkan CSR berupa *Corporate Philantrophy* yaitu memberikan sumbangan secara langsung bagi suatu masalah sosial yang sedang terjadi.

5) Bidang Pendidikan

Sosialisai dan program CSR pada bidang Pendidikan untuk mengurangi Tindakan kriminalitas yang terjadi pada perjalanan KA. Implementasi dalam bentuk peningkatan pendidikan yang dilakukan Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat ini menerapkan *Corporate Philantrophy* yang dimaksud bahwa pelaksaan ini bermotif pemberian sosial berupa sumbangan kepada permasalahan yang terjadi pada dunia pendidikan.

Sedangkan program penyuluhan berupa sosialisasi yang diberikan mengenai keselamatan perjalanan KA dalam bentuk mengurangi pelemparan batu kepada KA dan keselamatan melintasi perlintasan kereta api, dimana Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat melakukan *Corporate Social Marketing* dengan memfokuskan untuk perubahan tingkah laku seseorang dengan sasaran kepada anak sekolah dasar yang sering melakukan pelemparan batu pada gerbong sekolah pada saat mereka berada di sekitaran rel perlintasan kereta api.

Program yang diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan jenis CSR yang dikategorikan oleh Kotler & Lee yaitu *Corporate Philanthropy* yang merupakan kegiatan memberikan sumbangan secara langsung bagi suatu masalah sosial dan memberikan berupa derma kepada masyarakat sekitarnya.

b. Program Kemitraan

Program Kemitraan ini salah satu program yang dilakukan untuk pembiayaan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri dengan memberikan bantuan tambahan modal. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan jenis CSR berdasarkan pemikiran Kotler & Lee yaitu *Cause Related* Marketing merupakan program perusahaan menjalankan komitmen guna memberikan sumbangan, peningkatan pendapatan melalui penjualan produk bagi aktivitas sosial.

Dengan memaksimalkan potensi untuk berkembang di dunia usaha dari pinjaman yang diberikan minimal Rp 5.000.000,- (lima juta rupiah) dan maksimal Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) dengan melalui pertimbangan kemampuan bayar mitra. Jangka waktu minimal 1 (satu) tahun dan maksimal 3 (tiga) tahun). Dalam mengajukan penerima dana modal ini melalui proses pengajuan berbentuk proposal, dimana proses ini harus memenuhi syarat dan ketentuan untuk menjadi mitra.

Program mitra binaan yang dilakukan KAI Divre II Sumatera Barat ini merupakan pembangunan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi. Yang mana memaksimalkan potensi dengantujuan mampu membantu Masyarakat untuk mengembangkan usahanya dari modal pinjaman yang diberikah oleh KAI Divre II Sumatera Barat

Tahapan awal dalam program mitra binaan ini yaitu proses pengajuan bantuan dalam bentuk proposal untuk mendapatkan bantuan dari Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat yang mana semua proses ini mitra binaan harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Kemudia adanya proses pengenalan program kemitraan yang dilakukan hingga Masyarakat tau akan keberadaan program mitra

binaan ini melalui proses promosi atau pemberian informasi kepada Masyarakat/public yang ingin menjadi mitra binaan pada program ini.

Selanjutnya, proses survei Lokasi yang dilakukan Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat sebagai bukti penunjang untuk memudahkan calon mitra binaan menerima pencairan pinjaman dana. Proses terakhir yang dilakukan yaitu pencairan dana untuk calon mitra binaan, KAI Divre II Sumatera Barat merealisasikan pencairan pinjaman kemitraan jika tahapan tersebut sudah terlaksana dan disetujui oleh KAI Pusat. KAI Divre II Sumatera Barat menerapkan tahapan evaluasi dan pelaporan untuk memonitoring hasil usaha tiap tahunnya.

Dengan adanya implementasi dan tahapan yang dilakukan akan mempermudah KAI Divre II Sumatera Barat dalam merealisasikan CSR dalam bentuk program kemitraan ini. Selain itu, KAI Divre II Sumatera Barat tidak hanya memikirkan profit perusahaan akan tetapi, juga memperdulikan kesenjangan ekonomi masyarakat sehingga diberdayakan peningkatan ekonomi masyarakat tersebut. Pemberdayaan yang berkelanjutan dapat mempertahankan citra KAI Divre II Sumatera Barat hingga saat ini masih terbilang baik.

2. Corporate Social Responsibility Berdasarkan Teori Tripple Bottom Line Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Temuan-temuan penelitian yang sudah dijelaskan pada sub bab diatas akan dikonfirmasikan dengan teori dan dalam penelitian ini menggunakan teori Tripple Bottom Line dan didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Asmi Abbas (2020), bahwa ia juga menuliskan penelitian CSR KAI Divre II Sumatera Barat yang menjelaskan hanya sebatas mengenai penerapan CSR yang dilakukan pada KAI Divre II Sumatera Barat tanpa mengkaji kendala atau hambatan yang dirasakan oleh KAI Divre II Sumatera Barat dengan menggunakan Analisis SWOT dan teori Tripple Bottom Line. Adapun perbandingan dari penelitian sebelumnya dapat dijelaskan, sebagai berikut :

Fakta menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat mengutamakan kepentingan stakeholder (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan), selain itu juga ingin mempertahankan keberlangsungan hidupnya, maka PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Divisi Regional II Sumatera Barat wajib berfokus dalam memperhatikan 3P. Selain mengerjar keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan dan ikut serta dalam kehidupan masyarakat terutama kesejahteraan hidup (people), dan berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian dan perlindungan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan (social responsibility), mempunyai manfaat untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga citra dan strateginya.

Pada saat PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dapat membangun budaya berbasis nilai bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal (masyarakat) dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka akan memberikan dampak dan manfaat baik yang lebih bagi perusahaan dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Implementasi *Corporate Social Responsibility* juga dapat menjadi praktik bisnis PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dalam membentuk dan memperkuat reputasi/citra perusahaan serta dapat meningkatkan keuntungan (*profit*) perusahaan. Rata-rata pelanggan lebih menyukai sebuah produk dari perusahaan yang memiliki reputasi dan citra yang baik. Hal ini sesuai dengan temuan peneliti melalui observasi langsung dan wawancara dengan informan yaitu bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat melalui program kemitraan melalui pemberian dana atau modal kepada mitra usaha atau UMKM sekitar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan pengembangan usaha, serta melalui program bina lingkungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat melakukan penerapan CSR dalam sosial kemasyarakatan dengan memberikan program yang didasarkan *social motive* murni yang menunjukkan bahwa aktivitas pelaksanannya memiliki kemanfaatam yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh Masyarakat, pembangunan sarana ibadah oleh KAI Divre II Sumatera Barat sebagai tanggung jawab sosial didudukkan sebagai kebutuhan dalam mendukung *going concern* dan juga menjadi investasi jangka panjang dalam mendukung keunggulan perusahaan.

Teori Tripple Bottom Line yang dikemukakan oleh (Wibisono,2007) terbagi dalam 3 (tiga) asumsi sebagai berikut :

a. Teori Ekonomi (Profit)

Dilihat dari asumsi pertama bahwa Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat selain mengejar keuntungan, badan usaha tersebut juga harus memperhatikan dan ikut serta dalam mensejahteraan perekonomian masyarakat sekitar. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan *community empowering* yaitu strategi penerapan tanggung jawab perusahaan yang memberikan akses luas terhadap masyarakat khususnya mitra usaha untuk menunjang kemandirian dan pengembangan usahanya.

Peningkatan ekonomi masyarakat ini dapat mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat sehingga mendapatkan banyak prestasi, penghargaan serta peningkatan angkutan penumpang yang selalu meningkat tiap tahunnya dan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat juga mendapatkan profit yang menguntungkan.

b. Teori Sosial (People)

Dalam asumsi yang kedua sebagai perusahaan sebaiknya menunjukkan berbagai aktivitas sosial sebagai suatu upaya perusahaan untuk bersinergi dapat melanjutkan kelangsungan hidupnya. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat telah menerapkan CSR dalam aspek sosial pada program bina lingkungan yang berupa bantuan bidang kesehatan seperti bakti sosial pengobatan gratis dan pemberian kacamata gratis.

Sedangkan untuk program bina lingkungan bidang pendidikan berupa program KAI Edufriend dalam memberikan fasilitas pembelajaran. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat juga melakukan teori sosial pada program CSR bina lingkungan pada bidang sosial kemasyarakatan yang diberikan kepada masyarakat sekitar daerah operasi perusahaan seperti bantuan korban bencana alam dan program KAI Dungmas (Perlindungan Masyarakat). Dan juga telah menerapkan CSR dalam program kemitraan yang membantu perekonomian UMKM dalam meningkatkan kualitas usahanya.

Dengan program yang diterapkan dapat mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat yang dikenal baik dan positif dan memberikan dampak peningkatan penumpang tiap tahunnya dalam menggunakan jasa transportasi yang disediakan oleh perusahaan.

c. Teori Lingkungan (Planet)

Dalam asumsi ketiga sebagai perusahaan yang ingin keberlangsungan hidupnya bertahan baik maka PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat menerapkan bentuk CSR dalam program bina lingkungan pada bidang pelestarian lingkungan/alam seperti program KAI Pling (Peduli Lingkungan) dengan memberikan bantuan kepada masyarakat untuk bisa mengelola sampah dan program KAI Go Green yang bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup dalam hal memberikan bantuan bibit tanaman untuk dikelola masyarakat serta penanaman pohon dalam melestarikan lingkungan.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat juga menerapkan CSR program bina lingkungan bidang pembangunan sarana ibadah yang memberikan bantuan kepada seluruh masyarakat untuk bisa memakai dalam hal beribadah setiap harinya. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat pembangunan masjid dan gereja yang bersifat jangka panjang dalam pemanfaatannya.

Hal ini diterapkan melalui upaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat dalam menjaga lingkungan, masyarakat dapat memperoleh manfaat lebih banyak sumber daya terutama dalam hal kenyamanan dan ketersediaan sumber daya yang menjamin keberlanjutan yang lebih baik akan tercapainya keuntungan. Penerapan ini akan berdampak pada citra positif PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat karena menonjolkan kegiatan sosial dan lingkungan.

3. Analisis SWOT

Tabel 3.11 Analisis SWOT

Kekuatan (Strengths)	**Kelemahan (Weaknesses)**
• Anggaran • Komitmen pelaksanaan CSR	• SDM yang terbatas
Peluang (Opportunities)	**Ancaman (Threats)**
• Koordinasi terjalin baik	• Kecurangan dari mitra binaan. • Transparansi anggaran tidak terlaksana

Dari table tersebut, faktor pendukung dan penghambat implementasi CSR pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat yang berasal dari faktor internal dan eksternal, sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. *Strengths* (Kekuatan)

1) Anggaran, KAI Divre II Sumatera Barat dalam melaksanakan program CSR menyiapkan anggaran keperluan yang dibutuhkan sehingga program CSR berjalan baik dan memiliki manfaat bagi masyarakat
2) Komitmen pelaksanaan CSR, KAI Divre II Sumatera Barat sebagai salah satu perusahaan naungan BUMN yang berkomitmen dalam melaksanakan CSR yang didasari pada asas kemakmuran, kemanusiaan, dan berkelanjutan bagi semua lapisan masyarakat

b. *Weaknesses*

SDM yang terbatas, Humas CSR KAI Divre II Sumatera Barat keterbatasan sumber daya dalam hal tenaga kerja dan waktu dalam melakukan evaluasi program CSR yang telah disalurkan ke masyarakat terutama kepada mitra binaan yang harus dikontrol perkembangannya

2. Faktor Eksternal

a. *Opportunities* (Peluang)

Koordinasi yang terjalin baik, KAI Divre II Sumatera Barat mendapat dukungan dari pihak masyarakat dalam pelaksanaan program-program yang ingin dilakukan.

b. *Threat* (Ancaman)

1) Kecurangan mitra binaan, adanya kecurangan yang dilakukan mitra binaan yang menyetor pembayaran angsuran bukan atas nama peminjam dan masih terdapat beberapa mitra binaan yang menunggak
2) Transparansi anggaran tidak terlaksana, masyarakat selama ini hanya menerima begitu saja bantuan dari Humas CSR tanpa mengetahui apakah anggaran tersebut benar dan disalurkan dengan semestinya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan pendekatan teori penjelasan tentang rumusan masalah yang peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain implementasi *corporate social responsibility* Humas dalam mempertahankan citra perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dan kendala atau hambatan yang dihadapi Humas dalam menjalankan penerapan CSR. Adapun hasilnya sebagai berikut :

1. Penerapan Corporate Social Responsibility PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat menerapkan 2 (dua) program yaitu Program Bina Lingkungan pada bidang sarana ibadah, sosial kemasyarakatan, kesehatan, pelestarian alam dan pendidikan dengan menerapkan jenis CSR yaitu *Corporate Philanthropy* dan *Corporate Social Marketing* dan Program Kemitraan yang diberikan kepada UMKM di sekitar daerah operasional dengan menerapkan jenis CSR yaitu *Cause Related Marketing*. Implementasi program-program CSR yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat sangat variatif dan responsive dalam menanggapi kebutuhan lingkungannya, walaupun program-program CSR yang dilaksanakan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat masih ranah karitas dan pelayanan, serta belum mengarah pada perwujudan investasi sosial. Secara konseptual, implementasi CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) masih menggunakan konsep responsibility atau mengutamakan nilai etika dan moral berdasarkan teori *triple bottom line* yang akan berdampak kepada perusahaan dan masyarakat. Berbagai implementasi CSR PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat terealisasi dalam bentuk donasi bantuan dan kedermawanan sosial perusahaan. Kebijakan yang diambil perusahaan pun tidak jauh-jauh dari nilai itu, yakni penyaluran dana untuk korban bencana alam, panti asuhan/sosial, dan program lainnya.

2. Kendala atau hambatan yang dirasakan oleh pihak Humas dalam mengimplementasikan program CSR dilihat dari faktor pendukung dan penghambat, sebagai berikut :
    a. Faktor pendukung, Impelemtasi *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat terdiri dari faktor dalam dan luar perusahaan, Faktor internal yang mensupport implementasi CSR adalah tersedianya anggaran dan komitmen pelaksanaan CSR yang sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Sedangkan faktor eksternalnya adalah mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam terjalinnya koordinasi yang baik pada saat pelaksanaan CSR.

    b. Faktor penghambat, Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor internal yang menghambat implementasi CSR adalah SDM yang terbatas seperti tenaga dan waktu dalam hal evaluasi yang akan dilakukan untuk melaksanakan pasca program CSR. Sedangkan faktor eksternal yang menghambat pelaksanaan CSR ini yaitu kecurangan mitra binaan yang masih melakukan penunggakan dan tidak membayaran sesuai nama yang terdaftar. Serta juga transparansi anggaran yang tidak dilakukan, yang membuat Masyarakat tidak mengetahui secara pasti anggaran CSR perusahaan apakah valid dan dilaksanakan dengan semestinya.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti telah berusaha maksimal dalam menyelesaikan tugas akhir akhir tetapi adanya keterbatasan dan kekurangan yaitu dalam proses pengambilan data masih minim dokumentasi dari media massa mengenai CSR yang dilakukan pihak Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.

C. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya bisa memilih objek penelitian selain CSR, karena masih banyak objek kajian untuk meneliti PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat seperti kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang angkutan.

2. Bagi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat

Diharapkan kepada Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat selalu dapat meningkatkan citra perusahaan dan konsisten dengan kinerja untuk menjaga citra positif yang sudah diperoleh selama ini, karena Humas merupakan bagian terdepan yang menjadi perantara antara perusahaan dengan publik. Oleh karena itu, dibutuhkan kerja sama Humas dan unit-unit lainnya untuk memberikan pelayanan terbaik sehingga terwujudnya visi misi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan E-Book

Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause*. Hokoben, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Kriyantono, R. (2008). *Public Relation Writing (Teknik Produksi Media Public Relations & Publisitas Korporat)*. Jakarta: Kencana.

Kustadi, S. (2004). *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nuansa

Mardikanto, T. (2014). *CSR (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta

Moleong, L.J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana

Mukarom, Z., & Laksana, M.J. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Rachman, N.M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya

Radito, B, & Famiola, M. (2019). *CSR (Corporate Social Responsibility) Edisi Revisi*. Bandung: Rekayasa Sains.

Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Edisi Cet.7*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D Edisi Cet.21*. Bandung: Alfabeta.

Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.

Skripsi dan Jurnal

Abbas, A. (2020). *Penerapan CSR dalam Membangun Reputasi Perusahaan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat*. Universitas Andalas

Azizah, E.P.N. (2022). Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) PT Kereta Api Indonesia Wilayah Daop 4 Semarang Melalui Kegiatan Rail Clinic dan Rail Library. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1). https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/7084/4575

Herbig, P., Milewicz, J., & Golden, J. (1994). A Model of Reputation Building and Destruction. *Journal of Business Research*, Vol.31. Doi: https://doi.org/10.1016/0148-2963(94)90042-6

Ibrahim, F.M. (2018). *Strategi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility*. Universitas Sriwijaya.

Juliyani, L.E.S. (2019). *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra PT Kereta Api (Persero) Daop 8 Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Khoirunnisa, W., & Muhammad, R.N. (2022). Penerapan Corporate Social Responsibility pada PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Indonesia Accounting Literacy Journal*, 2(3), 619-629. https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/ialj/article/download/4106/2977/

Tiyoto, S.T., Citra, N., & Aulin, G. (2020). *Penerapan Corporate Social Responsibility Pada PT KAI (Persero) Daop 9 Jember*. Universitas Muhammadiyah Jember.

Wahyuningrum, Y. (2015). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(5). https://media.neliti.com/media/publications/76948-ID-pengaruh-program-corporate-social-respon.pdf

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

Tanggal Wawancara : 27 Maret 2024

Lokasi Wawancara : Ruangan Divisi Humas PT. KAI Divre II Sumbar

Profil Narasumber

Nama : Bapak Taufik

Umur : 31 Tahun

Jabatan : Staff Divisi Humas

Hasil Wawancara

Penulis **:** Selamat pagi, Pak. Saya Annisa Melati Jamal dari mahasiswi Universitas Islam Indonesia jurusan Ilmu Komunikasi ingin melakukan wawancara penelitian skripsi dengan judul implementasi CSR dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat. Sebelum memulai sesi wawancara ini, saya sangat berterima kasih karena Bapak telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan mengenai CSR di perusahaan PT KAI Divre II Sumbar ini.

Narasumber **:** Selamat pagi. Ya, silahkan dimulai dik.

Penulis **:** Ini transkip pertanyaan yang ingin saya tanyakan hari ini pak.

Narasumber **:** Baik. Silahkan dimulai saja.

Penulis **:** Apakah semua kegiatan CSR di PT. Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat dalam rangka meningkatkan citra perusahaan?

Narasumber **:** Kegiatan CSR dilingkungan PT. KAI Divre II Sumatera Barat memiliki 3 (tiga) program yaitu Program Bina Lingkungan, Program Mitra Binaan dan Community Relation.

Penulis **:** Bolehkan untuk dijelaskan secara detail 3 (tiga) program yang diterapkan oleh PT. KAI Divre II Sumbar

Narasumber **:** Untuk Program Bina Lingkungan ini berupa kegiatan pemberdayaan kondisi sosial kemasyarakatan oleh BUMN dengan memberikan bantuan

hibah kepada masyarakat keseluruh wilayah Republik Indonesia dengan mengutamakan di wilayah perusahaan sekitar BUMN. Untuk Program Kemitraan ini salah satu program yang dilakukan untuk pembiayaan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri dengan memberikan bantuan tambahan modal. Sedangkan untuk Community Relation merupakan upaya membina hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan.

Penulis **:** Apakah Humas sudah menjalankan tugasnya secara optimal sesuai dengan tupoksi, apa contohnya?

Narasumber **:** Ya sampai saat ini peranan Humas terlaksana dengan baik dan efisien serta sesuai dengan tupoksi. Yang mana bisa dilihat dari terjalinnya dan terbina hubungan yang baik dengan masyarakat dan berusaha juga menyelesaikan semua tugas-tugas yang ada sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari kehumasan. Karena adanya hubungan dan komunikasi yang baik akan menumbuhkan sikap dan gambaran positif atau citra bagi perusahaan ini sehingga memunculkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi yang telah disediakan.

Penulis **:** Sebelumnya, untuk contoh yang dilakukan dari 3 (tiga) program tersebut apa saja Pak?

Narasumber **:** Pada Program Bina Lingkungan, yang dilakukan Humas seperti :

1. Bidang Kesehatan, contohnya pengobatan gratis, rel klinik
2. Bidang Keagamaan, contohnya renovasi masjid, musholla, gereja serta juga melakukan kegiatan dalam memperingati hari besar islam
3. Bidang Olahraga, contohnya memberikan alat-alat olahraga ke sekolah-sekolah berupa bola kaki, bola basket, matras, ring, dll
4. Bidang Pendidikan, contohnya pemberian beasiswa bagi siswa yang berprestasi serta adanya bantuan direksi peduli
5. Bidang Pertanian, contohnya pemberian bibit jamur tiram bagi masyarakat yang membudidayakan jamur tiram

Pada Program Mitra Binaan ini contohnya dengan pemberian modal mencapai 100 juta – 1 milyar lebih bagi pengusaha mitra binaan PT KAI

Divre II Sumabar untuk meningkatkan penjualan produk yang dibuat serta bisa melakukan marketing produk tersebut secara luas.

Penulis **:** Apakah ada syarat untuk menjadi mitra binaan PT KAI Divre II Sumbar?

Narasumber **:** Oh tentu ada syaratnya

(1) Memiliki hasil penjualan tahunan maksimal 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) serta kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)
(2) Warga Negara Indonesia
(3) Berdiri sendiri bukan merupakan perusahaan atau cabang perusahaan
(4) Berbentuk usaha orang perseorangan
(5) Memiliki potensi dan prospek usaha
(6) Belum memenuhi persyaratan perbankan atau lembaga keuangan non-bank

Penulis **:** Bagaimana bisa Bapak mengemukan bahwa masyarakat mempercayai dalam menggunakan jasa transportasi dari PT KAI Divre II Sumbar?

Narasumber **:** Kami melihat *Output* yang memberikan bukti dari peningkatan jumlah penumpang PT KAI Divre II Sumbar setiap tahunnya.

Penulis **:** Bagaimana tindakan Humas di PT KAI Divre II Sumatera Barat dalam memperbaiki citra perusahaan?

Narasumber **:** Selain menjadi *Communicator*, *Relationship* serta *Back Up Management*. Humas juga menjalankan tindakan dalam perbaikan citra dengan memiliki kemampuan multimedia, *Entertaint*, mampu membuat berita, memiliki basic dalam menghadapi khalayak ramai.

Penulis **:** Aktivitas apa saja yang dilakukan Humas dalam meningkatkan citra perusahaan PT KAI Divre II Sumbar?

Narasumber **:** Humas dalam perusahaan PT KAI Divre II Sumbar ini melakukan aktivitas kegiatan seperti sosialisasi, dokumentasi dan publikasi.

Penulis **:** Untuk 3 (tiga) aktivitas yang dilakukan tersebut, diberbagai perusahaan akan berbeda tujuan dan maksudnya. Bolehkan Bapak menjelaskan maksud dari 3 (tiga) aktivitas Humas tersebut?

Narasumber **:** Baik. Untuk sosialisasi ini merupakan bentuk kegiatan pengenalan atau pemberian informasi dari pihak internal kepada pihak eksternal. Salah satu kegiatannya yaitu mensosialisasikan produk Kereta Api kepada khalayak

ramai. Dan untuk dokumentasi merupakan aktivitas sistematis dalam melakukan pengumpulan, penyelidikan dan penyediaan dokumen dengan tujuan untuk memperoleh keterangan, bukti sehingga dapat disebarluaskan kepada pengguna. Sedangkan publikasi sama seperti yang dilakukan perusahaan lainnya yang dimana kegiatan penyampaian informasi kepada publik melalui perantara media massa.

Penulis **:** Apa saja bentuk kegiatan sosialisasi dan siapa saja yang menjadi sasaran untuk sosialisasi yang dilakukan tersebut?

Narasumber **:** Bentuk sosialisasi yang dilakukan secara langsung berhubungan dengan program bisnis PT KAI Divre II Sumbar seperti kegiatan promo tiket gratis kereta api. Dimana kami mensosialisasikan kepada masyarakat baik itu internal maupun eksternal masyarakat.

Penulis **:** Apakah bentuk sosialisasi yang dilakukan hanya dalam bentuk komunikasi verbal saja atau penyampaian informasi?

Narasumber **:** Sosialisasi yang kami lakukan melalui bentuk *Press Release*, kegiatan *Car Free Day*. Pihak Humas secara langsung terjun ke lapangan untuk mensosialisakan kegiatan atau program PT KAI Divre II Sumbar dengan cara bekerjasama dengan tokoh masyarakat, lembaga pendidikan dan perusahaan.

Penulis **:** Apa saja kegiatan sosialisai yang pernah dilakukan dalam setahun kemarin?

Narasumber **:** Kegiatan yang dilaksanakan pada acara *Car Free Day* berupa pembagian brosur, pamflat, sticker, menggelar lomba mewarnai dan menggambar bagi anak-anak tingkat TK dan Sekolah Dasar. Sedangkan kegiatan dalam memperkenalkan perusahaan kepada publik seperti sosialisasi pintu perlintasan kereta api yang dimana kami secara langsung datang pada daerah operasional atau masyarakat yang tinggal didaerah rel kereta api, kunjungan langsung kesekolah-sekolah dengan pemberian edukasi berkaitan dengan perkereta apian berupa produk kereta api KAI Access dsn keamanan perjalanan kereta api dan keamanan melinntasi perlintasan kereta api.

Penulis **:** Dalam bentuk apa saja dokumentasi yang dilakukan Humas PT KAI Divre II Sumatera Barat?

Narasumber **:** Dokumentasi di PT KAI Divre II Sumbar ini berupa bentuk foto dan video biasa dalam bentuk karikatur atau foto biasa. Yang dimana nantinya dokumentasi ini disimpan dalam sistem *Hard Copy* dan *Soft Copy*.

Penulis **:** Apa saja media yang digunakan PT KAI Divre II Sumatera Barat dalam publikasinya?

Narasumber **:** PT KAI Divre II Sumbar menggunakan media cetak berupa Koran Padang,Singgalang Dan Haluan. Sedangkan media elektronik berupa radio yang digunakan RRI dan lainya tetapi, media elektronik televisi yang berupa channel RCTI, SCTV, TVRI, Padang TV. Dan untuk media online berupa detik.com, kumparan, antara sumbar.

Penulis **:** Apa saja yang dipublikasikan?

Narasumber **:** Hal yang di publikasikan berupa produk PT KAI Divre II Sumbar yaitu KAI Access,bentuk kegiatan yang di laksanakan oleh perusahaan,informasi yang dilaksanakan oleh perusahaan,dan lainya.

Penulis **:** Bagaimana hubungan Humas dengan media massa?

Narasumber **:** Untuk hubungan Humas dengan media massa sudah terjalin dengan baik yang dimana kami menjalin hubungan kerja sama agar terciptanya feedback yang baik seperti, pemberitaan iklan jadwal kereta api di Padang TV, talkshow, dan siaran di radio milik media lokal di wilayah sumbar.

Penulis **:** Apa tindak lanjut Humas setelah melakukan sosialisasi dan apakah di lakukan secara berkala?

Narasumber **:** Tindak lanjut yang dilakukan pada kegiatan sosialisasi ini kami melakukan evaluasi 2 (dua) hari setelah kegiatan tersebut kami laksanakan. Untuk kegiatan sosialisasi di lakukan secara berkala berfokus pada operasional seperti sosialisasi pintu perlintasan terkait maslah keselamatan dan keamanan pejalan kereta api, dan juga pada saat wabah virus corona kami melakukan sosialisasi antisipasi virus corona dalam pemberian masker secara gratis dan penyemprotan disinfektan.

Penulis **:** Setelah semua informasi yang berhubungan dengan PT KAI Divre II Sumbar dipublikasi, apa yang dilakukan oleh Humas?

Narasumber **:** Pihak Humas melihat dan memantau pemberitaan yang berhubungan dengan perusahaan dan menilai apakah positif atau tidaknya. Seandainya pemberitaan tersbut positif, mungin kami akan lebih meningkatkan pemberlakuannya terhadap publik dan kegiatan-kegiatan sosial dengan masyarakat. Namun, apabila pemberitaan negative, pihak Humas akan meluruskan dan memberikan penjelasan terkait dengan pemberitaan tersebut. Karena, prosedur yang dilakukan oleh Humas dan media sudah memiliki

Chemistry yang dimana nantinya pihak media tidak akan datang sendiri ke perusahaan untuk mendapatkan berita tentang PT KAI Divre II Sumbar.

Penulis **:** Setiap kegiatan Humas tentunya pasti dibuatkan dokumentasinya, untuk apa kegunaan dokumentasi tersebut bagi pihak Humas atau pihak PT KAI Divre II Sumatera Barat itu sendiri?

Narasumber **:** Kegunaan dokumentasi yang dilakukan sebagai arsip bagi pihak PT KAI Divre II Sumbar yang dimana sewaktu-waktu diminta data 5 tahun terakhir atau tahun sebelumnya maka, data itu dengan mudah ditemukan dan dapat diberikan kepada pihak yang membutuhkannya.

Penulis **:** Bagaimana citra perusahaan PT KAI Divre II Sumatera Barat saat ini?

Narasumber **:** Citra dan opini perusahaan PT KAI Divre II ini masih mendapatkan kepercayaan positif dari mata masyarakat sebagai penyedia jasa transportasi.

Penulis **:** Apa yang harus dimiliki atau dikuasai oleh pegawai Humas dalam menjalankan aktivitas dan peranannya untuk meningkatkan citra perusahaan?

Narasumber **:** Untuk opini publik yang tidak suka dengan perusahaan, tindakan yang kami lakukan dengan mandatangi langsung masyarakat dan menjelaskan bahwa bagaimana PT KAI ini sebenarnya. Selain itu, kami juga menggunakan pendekatan CSR dalam hal memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan ini.

Penulis **:** Apa kendala yang dihadapi oleh Humas dalam meningkatkan citra positif bagi PT Kereta Api Indonesia Divre II Sumatera Barat?

Narasumber **:** Sampai saat ini untuk kendala yang masih teratasi berkaitan dengan media massa berfokusan dalam pemberitaan di media-media. Dan kami juga terdapat kendala dalam dokumentasi, dengan keterbatasan ketersediaan kamera sehingga untuk kegiatan atau acara akan kesulitan dalam melakukan kegiatan dokumentasi.

Penulis **:** Apa saja contoh kesalahan yang terjadi pada pemberitaan tersebut?

Narasumber **:** Ya, secara umum akan adanya miskomunikasi dengan wartawan, pemilihan kata kurang tepat yang akan berdampak pada penerimaan opini negative dari masyarakat.

Penulis **:** Apakah ada bentuk kerjasama Humas dengan lembaga atau instansi lain atau perusahaan lain atau media massa dalam meningkatkan citra perusahaan? Kalau ada dengan siapa saja?

Narasumber **:** Pihak Humas bekerja sama dengan media Padang TV dalam perjanjian kontrak, dan masih banyak lagi. Dan Humas juga bekerja sama dengan lembaga pendidikan guna melakukan seminar.

Penulis **:** Citra dan opini public seperti apa yang diinginkan Humas atau perusahaan ini melalui aktivitas yang telah dilakukan?

Narasumber **:** Tentunya kami mengharapkan citra dan opini yang baik dan positif dari pandangan masyarakat atau publik yang sebagai mana PT KAI merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berfungsi memberikan peningkatan dan pelayanan yang baik bagi masyarakat.

Penulis **:** Apakah saya pribadi boleh untuk mengambil data secara tertulis seperti data kerjasama dengan media, data bantuan bina lingkungan tahun 2023, dan juga struktur organisasi PT KAI Divre II Sumbar?

Narasumber **:** Ya boleh boleh saja nanti setelah ini akan saya bantu memberikan data-data yang terkait dengan ini.

Penulis **:** Baik pak. Sesi tanya jawab dalam wawancara yang terkait dengan CSR yang akan saya teliti, insyaallah sudah lengkap dan jawaban dari Bapak sangat memuaskan. Terima kasih atas waktu yang telah Bapak berikan dan membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir.

Narasumber **:** Sama-sama dik. Semoga kamu cepat selesai dan mendapat pekerjaan sesuai dengan passion.

