

Analisis Komunikasi Sosial Program “*Eco Forestry Green Tourism*” dalam Membangun Citra

Meissya Kharisma*, Neni Yulianita

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*meissyak@gmail.com, neni.yulianita@unisba.ac.id

Abstract. Corporate Social Responsibility (CSR) is a social and environmental responsibility for companies in the form of their commitment to help advance the community's economy. With two-way communication, namely the messenger and the recipient of the message with good language and easy to understand, which is used by the company as a bridge to establish relationships with the public. The development of Corporate Social Responsibility (CSR) is not only in one particular company, but has been done by all companies in building an image. One of them is the Bio Farma company which implements Corporate Social Responsibility in a program, namely Eco Forestry Green Tourism. It is hoped that the result of this research is that Bio Farma is able to run a program to build the company's image while making the community empowered and independent.. This research uses a constructivism paradigm using qualitative research methods and a case study approach. Researchers used Corporate Social Responsibility theory and Stakeholder theory to examine the findings. The results of this study show that the Bio Farma company can carry out CSR activities by monitoring, fgd, and even evaluation. The Eco Forestry Green Tourism program can realize Bio Farma's commitment to empowering the community for the potential of the community. In the concept of edu-tourism, education is carried out related to animal husbandry, agriculture, and plantations. By managing this tourism, it helps build community awareness, helps increase new jobs, creates good relationships between stakeholders, helps minimize the occurrence of miss communication between the community and stakeholders.

Keywords: *Company Image, Corporate Social Responsibility, Stakeholders.*

Abstrak. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan dalam wujud komitmennya untuk membantu memajukan ekonomi masyarakat. Dengan komunikasi dua arah yaitu pemberi pesan dan penerima pesan dengan bahasa yang baik dan mudah dipahami, yang dijadikan perusahaan sebagai jembatan untuk menjalin hubungan dengan publik. Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR) bukan hanya disuatu perusahaan tertentu saja, namun sudah dilakukan oleh seluruh perusahaan dalam membangun citra. Salah satunya perusahaan Bio Farma yang menerapkan Corporate Social Responsibility pada sebuah program yaitu Eco Forestry Green Tourism. Diharapkan hasil dari penelitian ini yaitu Bio Farma mampu menjalankan program untuk membangun citra perusahaan sekaligus membuat masyarakat menjadi berdaya dan mandiri. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan teori Corporate Social Responsibility dan teori Stakeholder untuk mengkaji hasil temuan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan Bio Farma dapat menjalankan kegiatan CSR dengan melakukan monitoring, fgd, bahkan evaluasi. Program Eco Forestry Green Tourism ini dapat mewujudkan komitmen perusahaan Bio Farma yang memberdayakan masyarakat atas potensi yang dimiliki masyarakat. Dalam konsep edu wisata yang dilakukan yaitu edukasi terkait budidaya peternakan, pertanian, dan perkebunan. Dengan mengelola wisata ini membantu dalam membangun kesadaran masyarakat, membantu meningkatkan lapangan pekerjaan baru, menciptakan hubungan yang baik antar stakeholder, membantu meminimalisir terjadinya miss communication antara masyarakat dan stakeholder.

Kata Kunci: *Citra Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Stakeholders.*

A. Pendahuluan

Program Eco Forestry Green Tourism merupakan konsep edu wisata dan ekowisata program yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan masyarakat berdaya dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat. Masyarakat dituntun untuk mengembangkan desanya atas sumber daya alamnya pertanian, peternakan dan perkebunan dengan sumber daya manusianya yang mayoritas bekerja sebagai petani dan buruh tani. Dalam konsep edu wisata yang dilakukan yaitu edukasi terkait budidaya peternakan, pertanian, dan perkebunan.

Perusahaan Bio Farma merupakan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dalam wujud kesadaran sebagai upaya meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Kepedulian Bio Farma terhadap tanggung jawab sosial tidak terlepas pula dari corporate social responsibility (CSR) dalam berkomunikasi dengan masyarakat terkait program edu wisata yang dapat memberdayakan masyarakat. Kegiatan CSR pada perusahaan Bio Farma yang dilakukan ini dapat menganalisis komunikasi sosialnya terkait perusahaan dapat memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat, melakukan monitoring untuk menyatukan perbedaan kepentingan dengan stakeholder, bahkan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat.

Menurut Daniri, Dunia usaha semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. [1]

Perusahaan dituntut untuk mengupayakan pengimplementasian tanggung jawab sosialnya merupakan aspek krusial, di mana perusahaan tidak semata mencari keuntungan, namun juga wajib untuk menyisipkan sebagian keuntungan ke dalam kegiatan CSR yang diharapkan mampu menciptakan manfaat secara optimal bagi urgensi masyarakat, terutama para stakeholder. [2]

Maka terciptalah istilah Corporate Social Responsibility (CSR) yang merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Perusahaan harus memperkuat hubungan dengan stakeholder dalam rencana bisnis yang dijalankan. Hal ini karena para stakeholder memiliki kemampuan untuk mengendalikan sumber daya yang diperlukan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Daniri yang menyatakan bahwa “Perusahaan tidak hanya untuk memberikan manfaat kepada pemegang saham. Tetapi juga kepada stakeholder lainnya termasuk masyarakat.”[3].

World Business Council for Sustainable Development didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan para karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar serta public pada umumnya guna meningkatkan kualitas hidup mereka. Lebih lanjut dijelaskan oleh Elkington bahwa:

“Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people)”. [4].

Saat ini penggunaan Corporate Social Responsibility (CSR) banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dalam memberdayakan masyarakat sekaligus membangun citra perusahaan.[5] manfaat atau keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan ketika menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilihat dari aspek stakeholder dari CSR itu sendiri. Bagi perusahaan yaitu dapat tumbuh dan berkembang serta memiliki citra yang baik dimata masyarakat sehingga mengalami keberlanjutan program. Hal yang program corporate social responsibility dapat berjalan dengan baik dan membangun citra pada sebuah perusahaan yaitu seperti yang dilakukan perusahaan Bio Farma dalam penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) program Eco Forestry Green Tourism dapat memberdayakan masyarakat di Desa Cipada dengan meningkatkan dan menggali potensi yang masyarakat miliki. Sebagai proses memajukan sekaligus mengembangkan Desa Cipada dan dapat membangun citra yang baik bagi Bio Farma dalam wujud komitmennya. Pertanyaan penelitian meliputi Bagaimana implementasi komunikasi sosial melalui program Eco Forestry Green Tourism, Bagaimana perusahaan mengelola program Eco Forestry Green Tourism dalam upaya membangun citra, Bagaimana

langkah-langka solusi perusahaan mengatasi tantangan komunikasi dalam program Eco Forestry Green Tourism, Mengapa program Eco Forestry green Tourism menjadi program keberlanjutan CSR terutama untuk bukit senyum desa cipada yang fokusnya pada TJSL Selain itu, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk membahas perusahaan dalam menjalankan komunikasi sosial melalui program Eco Forestry Green Tourism.
2. Untuk menganalisis perusahaan dalam mengelola program Eco Forestry Green Tourism upaya membangun citra.
3. Untuk menemukan tantangan komunikasi yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan program Eco Forestry Green Tourism.
4. Untuk menyelidiki program Eco Forestry Green Tourism menjadi program keberlanjutan.

B. Metodologi Penelitian

Kualitatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini, Metode penelitian kualitatif Penelitian kualitatif sebagai human instrument, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas.[6] Dengan wawancara yang mendalam dan pengamatan berperan serta (participant observation) yang intensif dapat merekam data sealamiah mungkin. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. [7] Peneliti lebih memilih metode kualitatif dianggap lebih tepat digunakan peneliti untuk penelitian ini seperti paragraf diatas, alasan peneliti memilih penelitian ini ingin memberikan deskripsi yang jelas mengenai bagaimana keberhasilan komunikasi sosial dalam program ini serta bagaimana tantangan komunikasi yang dihadapi perusahaan serta bagaimana perusahaan menghadapi tantangan dalam menganalisis komunikasi sosial pada program Eco Forestry Green Tourism dalam membangun citra perusahaan PT Bio Farma.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, yaitu peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan pada saat perusahaan Bio Farma menjalani program Eco Forestry Green Tourism dan melihat strategi komunikasi apa saja yang dilakukan, dan melihat langkah solusi perusahaan mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat, wawancara dengan keempat narasumber diantara salah satunya penerima manfaat yaitu Seksi Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan, Seksi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Ketua Lembaga Masyarakat Desa Hutan, tidak lupa peneliti melakukan dokumentasi dengan para narasumber terkait.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian dari komunikasi sosial yang dilakukan dua arah yaitu pengirim informasi dan penerima informasi, hal ini merupakan komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam program ini. Komunikasi menjadi senjata utama yang dimiliki mahluk sosial untuk dapat membangun citra, membangun pandangan positif, dan sebagainya dari pihak lain. Corporate Social Responsibility (CSR) sudah banyak diterapkan oleh banyak perusahaan untuk membangun citra, yaitu dengan membuat program yang khususnya untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan masyarakat untuk melestarikan lingkungan tersebut. Hal ini juga diterapkan perusahaan Bio Farma untuk wujud komitmen perusahaan dalam program CSR melalui program Eco Forestry Green Tourism menggunakan komunikasi sosial yang dilakukan dalam menjalani program berupa penyebaran informasi terkait program dengan berbagai pihak stakeholder yang terlibat dengan program ini karena itu merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan Bio Farma agar menyatukan tujuan kepentingan dari stakeholder tersebut.

Implementasi komunikasi sosial melalui program Eco Forestry Green Tourism

Dalam program Eco Forestry Green Tourism ini tentunya ada strategi yang dilakukan perusahaan saat menjalani program agar keberhasilan program menguntungkan berbagai pihak yang terlibat. Hal yang diterapkan Bio Farma dalam melakukan kegiatan program ini adanya hasil social mapping bahwa desa cipada yaitu pariwisatanya dijadikan salah satu lokasi yang tepat karena memiliki potensi yang sangat berpeluang untuk dikembangkan. Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan dengan menjalin komunikasi secara formal maupun informal yaitu monitoring, focus group discussion (FDG), ataupun komunikasi melalui whatsapp yang tujuannya untuk memastikan bahwa kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan dapat berjalan sesuai yang direncanakan. Selain itu, membantu strategi komunikasi ini yang dilakukan dapat membantu semua pihak agar perbedaan persepsi dapat ditarik kesimpulan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan yaitu memberdayakan masyarakat. Penyampaian informasi kepada masyarakat pun menggunakan bahasa yang mudah dipahami masyarakat untuk meminimalisir terjadinya miss communication. Sehingga stakeholder yang terlibat seperti pemerintah, masyarakat, dinas UMKM, dan dinas pariwisata. Dalam mengoptimalkan potensi yang ada di wisata Bukit Senyum desa cipada, Bio Farma menghubungkan dengan program sebelumnya yaitu terkait budidaya rumput dan juga perkembangan peternakan agar kegiatan yang dilakukan Bukit Senyum lebih komperenshif dan memberikan hal baru bagi masyarakat. Bio Farma mencoba memasukan unsur kegiatan peternakan dan budidaya rumput dalam kegiatan pariwisata tersebut. Selain untuk memasukan kegiatan itu ke dalam wisata, Bio Farma juga berharap melalui program tersebut dapat memberikan edukasi kepada masyarakat ataupun dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan atau melakukan regenerasi kegiatan yang mereka lakukan yaitu dunia pendidikan. Dalam Community Support yang merupakan indikator dari teori yang digunakan dalam penelitian ini, yang dimana adanya konsep ini adalah suatu proses dalam CSR pada program pendidikan yang terjadi pada program Eco Forestry Green Tourism ini. Adanya konsep ini adalah suatu proses edukasi terkait budidaya pertanian maupun perternakan yang dapat meningkatkan nilai dan membangun kesadaran masyarakat dalam potensi yang dimiliki. Sehingga dengan community support membantu masyarakat akan mengembangkan dan memajukan kelestarian lingkungan.

Perusahaan Mengelola Program Eco Forestry Green Tourism dalam Upaya Membangun Citra

Banyaknya perusahaan melakukan segala cara untuk membangun citra perusahaannya, entah dengan membuat program atau hal lainnya. Hal ini berlaku pada perusahaan biofarma yang mengelola program Eco Forestry Green Tourism untuk membangun citra yang baik. Dengan tujuan utama dari program ini yang dimana dapat membangun citra perusahaan terkait lingkungan yaitu merupakan salah satu bukti tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan melalui perkembangan program Eco Forestry Green Tourism. Sehingga langkah perusahaan dalam mengelola program tersebut dalam upaya membangun citra tentunya memiliki perjalanan yang panjang yaitu dengan selalu berkomunikasi mencari informasi bersifat positif seperti kemajuan dalam perkembangan program merupakan dampak yang ada dimasyarakat daripada permasalahan yang ada di program Eco Forestry Green Tourism. Perusahaan Bio Farma dapat mengukur program ini terhadap lingkungan dan masyarakat dengan melakukan monitoring dan evaluasi melalui UNPAD dan UGM sebagai lembaga penelitian yang membantu mengukur hasil pencapaian program ini. Dalam ekonomi sosial dan lingkungan Bio Farma menggunakan social return on investment (SROI) memiliki nilai yang merupakan hasil dimana investasi yang Bio Farma dapat juga diinvestasikan di masyarakat. Dalam sosial Bio Farma menggunakan menggunakan indeks kepuasan masyarakat (IKM) dengan melibatkan UNPAD untuk memastikan kepuasan masyarakat. Sehingga masyarakat dapat mengelola kemudian menjadi keuntungan, dilihat dari persentase yang didapati masyarakat. Maka dapat diartikan bahwa program yang Bio Farma yang dijalankan dapat kepuasan dari masyarakat. Perusahaan Bio Farma juga selalu hadir di masyarakat, melakukan hubungan dekat dengan masyarakat untuk membangun masyarakat agar sadar dengan potensi yang dimiliki dan dapat mengelola program

dengan baik. Citra perusahaan merupakan aset yang berharga karena dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan jika dikelola dengan baik. Dengan prinsip teori CSR Environment yang digunakan dalam penelitian ini, yang dimana adanya konsep ini adalah suatu proses dimana mengelola lingkungan dengan baik adanya manusia yang dapat menciptakan maupun mempertahankan kelestarian lingkungan karena sangat mempengaruhi kehidupan.

Langkah-Langkah Solusi Perusahaan Mengatasi Tantangan Komunikasi dalam Program Eco Forestry Green Tourism

Semua aktivitas dimuka bumi ini perlu adanya proses, dan pada tiap prosesnya tentu ada tantangan yang perlu dilewati dan dipecahkan, hal ini berlaku pada perusahaan Bio Farma dalam menjalankan program Eco Forestry Green Tourism. Dalam program ini pastinya ada perbedaan persepsi dari berbagai pihak yang terlibat. Komunikasi yang digunakan Bio Farma untuk mengatasi hal tersebut dengan mendengarkan setiap pendapat yang dimiliki berbagai pihak. Dengan berkomunikasi secara efektif baik melalui media komunikasi maupun secara langsung untuk memantau semua perkembangan yang ada di program tersebut baik dari permasalahan hingga progress yang masyarakat miliki. Langkah perusahaan dalam berkomunikasi yaitu dengan hadir secara langsung ke masyarakat agar penyampaian informasi tidak disalah artikan dan masyarakat dapat memahami tujuan dari program ini. Penjaringan aspirasi pun dilakukan Bio Farma untuk mencari solusi bersama dari permasalahan yang terjadi. Dengan mendampingi masyarakat secara konsistensi yang menerapkan metode komunikasi monitoring dan evaluasi dalam program yang dilakukan, Bio Farma mampu menjalin aspirasi berbagai pihak serta dapat melihat perkembangan program maupun permasalahan yang terjadi untuk kemudian disepakati dan dapat menguntungkan semua pihak. Karena Bio Farma memiliki visi misi untuk meningkatkan kesejahteraan dimasyarakat melalui program CSR ini yang akan memberikan kesepahaman antara stakeholder. Sehingga perusahaan selalu berusaha bahwa program yang direncanakan dapat diketahui oleh stakeholder yang lain sehingga stakeholder setuju ataupun berpartisipasi dalam proses menjalani program. Bio Farma mempresentasikan program yang dibuat dan ditanyakan mau berpartisipasi di bagian apa atau hanya sekedar mendukung saja cukup. Maka langkah yang dilakukan Bio Farma memberikan solusi terhadap tantangan yang terjadi dalam menjalankan program ini dengan menerapkan monitoring secara rutin.

Program “Eco Forestry Green Tourism” menjadi Program Keberlanjutan CSR Terutama Untuk Bukit Senyum Desa Cipada yang Fokusnya pada TJSL

Dalam wujud komitmen pengelolaan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Banyaknya perusahaan membuat program berkelanjutan, salah satunya program Eco Forestry Green Tourism yang dijalankan perusahaan Bio Farma. Program ini merupakan program agro wisata dan ekowisata dengan melestarikan hutan dalam konsep wisata. Dengan melihat kenyataannya di Bukit Senyum Desa Cipada bahwa adanya potensi Sumber Daya Alam (SDA) yaitu kehutanan dan perkebunan maupun Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu Petani dan Buruh tani. Dilihat dari efektivitas program pada Desa Cipada tentunya efektif untuk menggali dan mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat. Kesadaran masyarakat atas potensinya sangat mempengaruhi masyarakat itu sendiri dikarenakan masyarakat juga manusia yang pastinya memiliki ketergantungan dengan Sumber Daya Alam (SDA) untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satunya budidaya kopi yang berkembang pesat menjadikan potensi tersebut menjadi mata pencaharian masyarakat. Adanya partisipasi masyarakat Desa Cipada dalam mengelola kawasan kehutanan dapat membawa banyak manfaat bagi masyarakatnya itu sendiri. Dengan dukungan dari Bio Farma, potensi kehutanan dapat digali secara maksimal dan memberikan manfaat ekonomi dan lingkungan yang berkelanjutan. Strategi yang dilakukan atas potensi yang dimiliki masyarakat pun membuat ada rasa keinginan untuk untuk memperluas ataupun meningkatkan program Eco Forestry Green Tourism karena untuk meningkatkan dan mempertahankan produktivitas, kualitas, bahkan kontinuitas yang berarti harus menambah populasi. Program CSR ini dijadikan solusi masyarakat dalam mendapatkan kerja untuk sumber penghidupan, yang dimana tingkat pemahaman masyarakat adanya program ini sangat bermanfaat untuk dikelola dengan baik. Manfaat yang didapatkan dari program ini memberikan dampak bagi pelestarian

hutan berkelanjutan.

D. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis terhadap penerapan Corporate Social Responsibility akhirnya penulis menyimpulkan hasil penelitian yang membahas tentang bagaimana strategi komunikasi sosial pada program Eco Forestry Green tourism di implementasikan, bagaimana mengelola program Eco Forestry Green Tourism dalam upaya membangun citra perusahaan, Bagaimana langkah solusi melakukan Corporate Social Responsibility dalam hal tantangan yang dihadapi, Mengapa program Eco Forestry Green Tourism menjadi program berkelanjutan. Berikut adalah kesimpulan yang didapat oleh penulis:

1. Dalam implementasi program ini menerapkan strategi komunikasi formal dan informal untuk dapat menjalankan program sesuai dengan yang direncanakan sehingga dapat memberdayakan masyarakat dengan baik. Dengan memberikan edukasi membudidayakan terkait pertanian dan peternakan dalam mengembangkan potensi yang masyarakat miliki.
2. Bio Farma dalam mengelola program Eco Forestry Green Tourism ini melibatkan berbagai pihak stakeholder untuk memajukan program dan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dalam melestarikan lingkungan hutan. Sehingga memberikan citra bagi perusahaan untuk wujud komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
3. Pada setiap proses akan selalu ada tantangan yang dihadapi untuk keberhasilan dari proses tersebut. Program Eco Forestry Green Tourism dapat mengatasi tantangan tersebut dengan langkah perusahaan memberikan solusi dalam konsistensi metode komunikasi monitoring dan evaluasi hasil dari penjangkaran aspirasi masyarakat, yang dapat memberikan kesepahaman antara stakeholder dan menguntungkan semua pihak yang terlibat.
4. Dalam wujud komitmen pengelolaan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Banyaknya perusahaan membuat program berkelanjutan, salah satunya program Eco Forestry Green Tourism yang dijalankan perusahaan Bio Farma. Yang memberikan hasil sangat efektif bagi masyarakat desa cipada dalam mendapatkan pekerjaan yang merupakan sumber kehidupan. Selain itu, membantu masyarakat untuk menggali potensi yang ada dan kembangkan secara optimal maupun maksimal.

Acknowledge

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan berkah dan karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. terselesaikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini izinkan penulis ucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang ikut terlibat dalam penulisan skripsi saya, terutama kepada kedua orang tua saya, kepada para pembimbing saya, kepada jajaran seksi tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan Bio Farma, dan kepada seluruh teman-teman saya.

Daftar Pustaka

- [1] Sudarsana. Madyamulyono, Masyarakat, And J. S. Vol, "Tinjauan Teoritis Tentang Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Theoretical Review Of Implementation On Corporate Social Responsibility Sudarsana Program Studi Sosiologi Fisip Uns Pendahuluan Kegiatan Bisnis Perusahaan , Utamanya Perusahaan Yang B," Vol. 2, No. 1, Pp. 83–104, 2018.
- [2] N. Yulianita, "'Corporate Social Responsibility" (CSR) Sebagai Aktivitas "Social Marketing Public Relations", " *Mediat. J. Komun.*, Vol. 9, No. 1, Pp. 123–134, 2008, Doi: 10.29313/Mediator.V9i1.1145.
- [3] Thomas S. Kaihatu, "Good Corporate Governance Dan Penerapannya Di Indonesia ," *J. Manaj. Dan Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 1, P. Pp.1-9, 2006, [Online]. Available: [Http://Puslit2.Petra.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Man/Article/View/16505](http://Puslit2.Petra.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Man/Article/View/16505)

- [4] T. R. Marnelly, “Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia,” *J. Apl. Bisnis*, Vol. 3, No. 1, Pp. 49–59, 2012.
- [5] A. R. Pranoto And D. Yusuf, “Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang Di Desa Sarij Aya,” *J. Ilmu Sos. Dan Ilmu Polit.*, Vol. 18, No. 1, P. 39, 2016, Doi: 10.22146/Jsp.13094.
- [6] Rokhamah *Et Al.*, *Metode Penelitian Kualitatif Teori, Metode, Dan Praktik*, Vol. 7, No. 2. 2024.
- [7] G. R. Somantri, “Memahami Metode Kualitatif,” *Makara Hum. Behav. Stud. Asia*, Vol. 9, No. 2, P. 57, 2005, Doi: 10.7454/Mssh.V9i2.122.
- [8] I. P. Amadea and R. Hernawati, “Hubungan Marketing Public Relations dengan Brand Awareness,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 69–76, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.2049.
- [9] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, “Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.
- [10] T. P. Dzahabiyah, T. Nur, and A. Noviar, “Beauty Standard dalam Komunitas : Sudut Pandang Remaja Berniqab dalam Memandang Body Goals,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 23–30, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3761.