

ABSTRAK

PT. Bio Farma merupakan salah satu perusahaan milik negara yang memproduksi vaksin dan sera. Perusahaan ini telah melakukan kegiatan CSR sejak tahun 1992. Curah hujan yang meningkat dan perubahan cuaca ekstrim membuat sebagian masyarakat di kota Bandung khususnya di daerah dago atas kelurahan cipaheut banyak terjangkit penyakit seperti influenza, hal ini membuat Bio Farma berinisiatif untuk mengadakan kembali kegiatan CSR bakti sosial pemberian vaksin gratis. Sebagai perusahaan yang telah melakukan suatu kegiatan, diperlukannya audit sosial untuk mengukur sejauh mana keberhasilan program, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kendala-kendala yang dihadapi dimasa mendatang.

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Audit *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui ‘Bakti Sosial *Free* Vaksin’ di PT. BIO FARMA dalam Upaya Pemeliharaan Hubungan dengan Komunitas?”

Adapun tujuannya untuk mengetahui tahap persiapan, pelaksanaan, dan dampak yang diperoleh dari program CSR melalui kegiatan bakti sosial free vaksin yang telah dilaksanakan PT. Biofarma pada tanggal 8 Desember 2014.

Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dengan data kualitatif. Key informant dalam penelitian ini adalah Bapak Zaki Zakaria selaku kepala seksi *Corporate Social Responsibility* PT. Biofarma, Ibu Rizky C Puteri selaku staff CSR Biofarma.

Sesuai dengan hasil pengumpulan dan analisis data, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut. :

1. Tahap Persiapan, dalam tahap persiapan, PT. Biofarma mengumpulkan informasi mengenai masalah yang sedang berkembang dimasyarakat, selain itu langkah selanjutnya adalah melakukan survey untuk mengecek kebenaran akan informasi yang telah didapat. Langkah berikutnya adalah menentukan target sasaran dan menganalisis kegiatan apa yang cocok untuk public.
2. Tahap Implementasi, dalam tahap pelaksanaan, PT. Biofarma mengundang beberapa media untuk melakukan publikasi, selain itu PT. Biofarma mengirimkan sejumlah press release untuk dipublikasikan melalui media agar masyarakat mengetahui adanya kegiatan tersebut. Dalam pelaksanaannya masyarakat yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 471. Warga kampung Cipaheut mengikuti rangkaian acara kegiatan mulai dari penyuluhan hingga pemberian vaksin
3. Tahap Impact (dampak), dalam tahap ini, setelah acara kegiatan selesai, PT Biofarma melakukan sebuah monitoring kepada 10% masyarakat yang hadir untuk mengukur seberapa banyak masyarakat yang memahami isi pesan mengenai vaksin maupun perusahaan. Dari hasil yang diperoleh, bahwa terdapat peningkatan pengetahuan, pemahaman masyarakat mengenai vaksin dan perusahaan. Namun sayangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi masih terbilang minim.

ABSTRACT

PT. Bio Farma is one of the state-owned company that produces vaccines and sera. The company has been doing since 1992. CSR activities increased rainfall and extreme weather changes, some communities in the city of Bandung, especially in the area above the village cipaheut dago many disease such as influenza, this makes Bio Farma took the initiative to hold back the CSR activities of social service free vaccine delivery. As a company that has been doing an activity, the need for social audit to measure the extent to which the success of the program, so that the company can fix the constraints faced in the future.

Based on the background of the problem, pemulis formulate the problem as follows: "How to Audit Corporate Social Responsibility (CSR) through the 'Charity Free Vaccines' at the PT. BIO FARMA in Maintenance Efforts Relationship with the Community? "

The purpose is to determine the preparatory stage, deploy, and impacts of CSR programs through social activities free vaccines have been carried out by PT. Biofarma on December 8, 2014.

The method used is descriptive method with qualitative data. Key informant in this research is Mr. Zaki Zakaria as section head of Corporate Social Responsibility PT. Biofarma, Mrs. Rizky C Puteri as Biofarma CSR staff.

In accordance with the results of data collection and analysis, it could be concluded as follows. :

1. Preparatory Phase, in the preparation stage, PT. Biofarma gather information on emerging issues in the community, besides the next step is to conduct a survey to check the truth of the information that has been obtained. The next step is to determine the target and analyze the activities of what is suitable for the public.

2. Implementation Phase, in the implementation phase, PT. Biofarma invite some media to the publication, in addition to the PT. Biofarma send a press release to be published through the media so that people know that these activities. In the execution of people who follow these events as much as 471. Residents of the village Cipaheut follow rangakain event activities ranging from counseling to vaccine

3. Phase Impact (impact), in this stage, after the completion of activities, PT Biofarma perform a monitoring to 10% of the people who attended to measure how many people who understand the content of the message about the vaccine or the company. From the results obtained, that there is an increase in knowledge, understanding of the public about the vaccine and the company. Unfortunately, public awareness of the importance of vaccination is still fairly minimal.