

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan mengenai apa, atau siapa dalam suatu penelitian yang memiliki permasalahan yang akan diamati, diidentifikasi, dan dianalisis, guna untuk mendapat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah PT. Biofarma Bandung.

3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.

PT Bio Farma (Persero) adalah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang sahamnya dimiliki sepenuhnya oleh pemerintah. Bio Farma adalah satu-satunya produsen vaksin bagi manusia di Indonesia dan terbesar di Asia Tenggara yang selama ini telah mendedikasikan dirinya dalam rangka memproduksi vaksin dan anti sera berkualitas internasional. Produksi vaksin dan anti sera ini diproduksi untuk turut serta mendukung program imunisasi nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat Indonesia dengan kualitas derajat kesehatan yang lebih baik.

Bio Farma berdiri dengan nama “*Parc Vaccinogene*” pada tanggal 6 Agustus 1890 berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Hindia Belanda Nomor 14 tahun 1890 di Rumah Sakit Militer Weltevreden, Batavia yang saat ini telah berubah fungsi menjadi Rumah Sakit Pusat Angkatan Darat Gatot Soebroto (RSPAD Gatot Soebroto), Jakarta.

Perusahaan mengalami pergantian nama dengan “*Parc Vaccinogene en Instituut Pasteur*”. Perusahaan kembali mengalami perubahan nama dengan

“*Landskoepoek Inrichting en Instituut Pasteur*”. Pada tahun 1923, BioFarma mulai menempati lokasi di Jalan Pasteur No. 28 Bandung yang dipimpin oleh L. Otten.

Saat penjajahan Jepang, Bio Farma berganti nama kembali dengan “*Bandung Boeki Kenkyushoo*” yang dipimpin oleh Kikuo Kurauchi.

Perusahaan kembali berganti nama dengan “Gedung Cacar dan Lembaga Pasteur”. Perusahaan ini dipimpin oleh R. M. Sardjito yang merupakan Pemimpin Indonesia pertama. Pada saat kepemimpinan R. M. Sardjito, lokasi sempat dipindahkan ke daerah Klaten.

Pada masa Agresi Militer, saat Bandung kembali diduduki oleh Belanda. Perusahaan kembali berganti nama menjadi “*Landskoepoek Inrichting en Instituut Pasteur*”.

Pada masa nasionalisasi kepemilikan perusahaan Belanda di Indonesia. Perusahaan kemudian berganti nama kembali menjadi “Perusahaan Negara Pasteur”. Perusahaan lebih dikenal dengan nama PN. Pasteur.

Perusahaan kembali mengubah nama menjadi “Perusahaan Negara Bio Farma” atau lebih dikenal dengan nama PN. Bio Farma.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1978, perusahaan mengubah nama menjadi Perusahaan Umum Bio Farma yang lebih dikenal dengan nama Perum Bio Farma.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1997, nama perusahaan kembali berubah dari Perum Bio Farma menjadi Perusahaan Perseroan (Persero)

atau lebih dikenal dengan nama PT Bio Farma (Persero) sampai dengan saat ini.²³

3.1.3 Visi PT. Biofarma

Menjadi produsen vaksin dan antisera yang berdaya saing global.

3.1.4 Misi PT. Biofarma

1. Memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan vaksin dan antisera yang berkualitas internasional untuk kebutuhan Pemerintah, swasta nasional, dan internasional.
2. Mengembangkan inovasi vaksin dan antisera sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Mengelola perusahaan agar tumbuh dan berkembang dengan menerapkan prinsip-prinsip good corporate governance.
4. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dan pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya.

3.1.5 Logo dan Arti Logo Perusahaan

PT Bio Farma (Persero) adalah sebuah perusahaan yang memproduksi vaksin dan antisera. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan, tentu PT Bio Farma memiliki logo sebagai identitas jati diri perusahaannya.

Adapun logo dari PT Bio Farma adalah sebagai berikut :



²³ Draft Email dari Ibu Rizky pada tanggal 17 juni 2015

Gambar 3.1
Logo PT Bio Farma (Persero)

Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero) Tahun 2014

3.1.6 Arti Logo

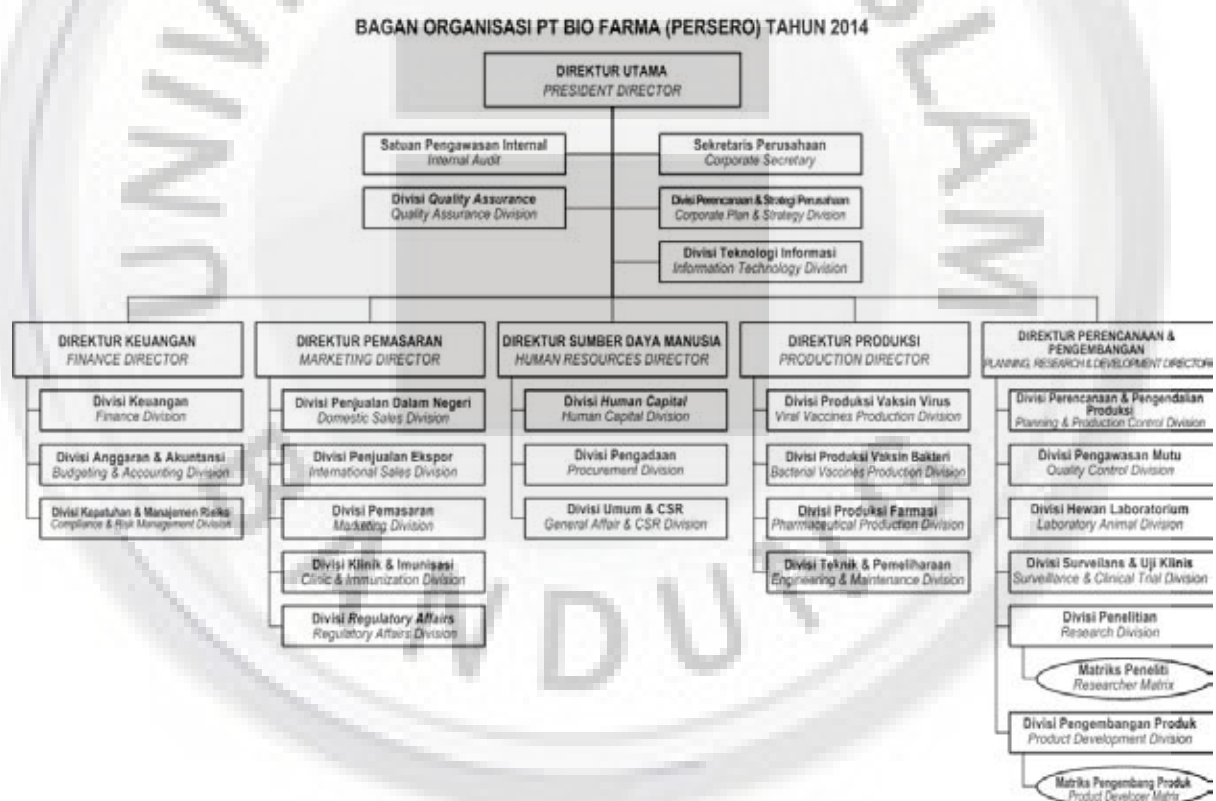
Seperti halnya sebuah nama, logo perusahaan pun memiliki arti atau makna tersendiri. Adapun arti dari logo pada perusahaan PT Bio Farma (Persero) tersebut adalah :

1. Logo tersebut merupakan adaptasi bentuk pencitraan dari “Crystal Protein” dan “Glicoprotein”. Hal tersebut merefleksikan bahwa Bio Farma adalah sebuah perusahaan di bidang vaksin dan serum.
2. Mencitrakan ilusi pendar bintang (sparkling). Dalam hal ini pendar bintang yang dimaknai sebagai semangat dan dinamika Bio Farma yang memiliki masa depan yang cemerlang.
3. Warna dominan hijau. Warna dominan hijau ini secara psikologis menyiratkan suatu nilai higienitas dan kesehatan.
4. Warna jingga dan kuning. Warna jingga dan kuning secara terpadu menyiratkan semangat progresif dan keberanian untuk berinovasi agar selalu menjadi yang terdepan.²⁴

3.1.7 Struktur Organisasi

²⁴ hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 17 Juni 2015 pukul 10.00wib

Dalam penyusunan struktur organisasi, PT. Biofarma membagi setiap divisi untuk bertanggung jawab atas segala hal yang harus mereka kerjakan sesuai dengan porsi dan kewajiban setiap divisi. Fungsi dari gambaran struktur organisasi itu sendiri memberikan kemudahan bagi pimpinan untuk mendistribusikan jabatan kepada seseorang yang tepat, sehingga proses kerjasama menuju pencapaian tujuan organisasi dapat terwujud sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut merupakan gambaran dari struktur organisasi yang terdapat di PT. Biofarma Bandung.



Gambar 3.2
Bagan Organisasi PT. Biofarma

Sumber : Arsip Dokumen PT Bio Farma (Persero) Tahun 2014

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian Kegiatan CSR “Bakti Sosial Free Vaksin” PT. Bio Farma dalam upaya memelihara hubungan dengan komunitas ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak dilakukan pengukuran terhadap variabel tetap, pemaparan berdasarkan hasil observasi.

Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat 2005:24).

Menurut Rakhmat, penelitian deskriptif dapat digunakan untuk maksud :

1. Mengumpulkan informasi actual secara rinci dan melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Mengamati apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2005 : 25)

Sedangkan menurut Surakhmad (2004:139) menjelaskan bahwa:

“Metode deskriptif tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan data, tetapi meliputi: analisis dan interpretasi tentang arti data itu, membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu”

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:21) adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.”

Jadi, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menggunakan satu variable tanpa menggunakan variable lain sebagai objek pembandingan.

3.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya (Sugiyono, 2006:133).

Populasi dalam penelitian ini adalah divisi humas bagian CSR di PT. Bio Farma. Penulis menggunakan teknik sampling purposive (*purposive sampling*) yaitu pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Ruslan, 2006:157).

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Zakky Zakaria : Kepala bagian CSR PT. Bio Farma
2. Rizky C Puteri : Staff CSR PT. Bio Farma

Penulis memilih informan atau sumber informasi utama yaitu Bapak Zaky sebagai kepala bagian CSR PT. Bio Farma dan Ibu Rizky. Alasan peneliti memilih Bapak Zaky & Ibu Rizky sebagai informan atau sumber informasi adalah, beliau merupakan informan yang mengetahui secara jelas mengenai Program CSR Bakti Sosial *Free* Vaksin di PT. Bio Farma.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Secara teoritis variable adalah “atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lainnya, atau satu obyek dengan yang lainnya” (Sugiyono 2011:38).

Variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variable penelitian: “Bagaimana Program Corporate Social Responsibility CSR ‘Bakti Sosial Free Vaksin’ PT. BIO FARMA melalui Audit CSR dalam Upaya Pemeliharaan Hubungan dengan Komunitas?”			
Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Alat ukur
Variable 1.1 The PII MODEL	PREPARATION (Persiapan)	1. Kecukupan Informasi Latar Belakang	a). Alasan perlu diadakannya kegiatan b). informasi yang didapat melalui survey c). Analisis Kegiatan yang cocok
		2. (a) Ketepatan pesan (b) isi aktivitas.	a). jenis pesan b). publik yang menjadi target sesuai dengan program CSR d) waktu pelaksanaan program sesuai dengan keadaan yg dibutuhkan. a). jenis aktivitas yang dilakukan b). isi program sesuai dengan latar belakang masalah

		<p>3. (a).Kualitas pesan.</p> <p>(b). presentasi aktivitas</p>	<p>a). Struktur pesan (kelengkapan pesan yang akan disampaikan)</p> <p>b). Kejelasan pesan (kemudahan mengerti isi pesan, penggunaan bahasa yang sesuai dengan kondisi masyarakat)</p> <p>c). Daya tarik pesan (isi pesan menarik perhatian, pesan menarik minat audiens untuk menindak lanjuti)</p> <p>a). penyajian program menarik b). penyajian program padat c). penyajian program jelas</p>
<p>IMPLEMENTATION (Pelaksanaan)</p>		<p>1. (a). Jumlah pesan yang dikirim ke media.</p> <p>(b). aktivitas yang di desain</p>	<p>a). media yang diundang b). media yang hadir b). publikasi yang dikirim ke media</p> <p>a). kegiatan yang direncanakan sesuai dengan tujuan program</p>
		<p>2. (a). Jumlah pesan yang ditempatkan.</p> <p>(b). aktivitas yang diimplementasikan</p>	<p>a). pesan diberitakan di media b). pesan dapat diakses oleh publik.</p> <p>b). kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana.</p>
		<p>3. Jumlah orang yang menerima pesan dan aktivitas</p>	<p>a). masyarakat mengetahui adanya kegiatan bakti sosial <i>free</i> vaksin</p>

		4. Orang yang memperhatikan pesan dan aktivitas	<p>a). masyarakat mendatangi kegiatan bakti sosial <i>free</i> vaksin</p> <p>b). masyarakat paham akan isi pesan dalam program</p> <p>c). masyarakat ikut berpartisipasi dalam pemberian vaksin</p>
	IMPACT (Dampak)	<p>1. Jumlah orang yang memahami pesan</p> <p>2. Jumlah masyarakat yang mengubah opini</p> <p>3. Jumlah masyarakat yang mengubah sikap</p> <p>4. Jumlah masyarakat yang berbuat sesuai yang diharapkan</p> <p>5. Jumlah orang yang mengulangi perilaku</p> <p>6. Adanya perubahan kultural dan sosial</p>	<p>a). Peningkatan pengetahuan publik mengenai vaksin</p> <p>b). peningkatan kesadaran publik mengenai vaksin</p> <p>c). peningkatan pemahaman publik mengenai vaksin</p> <p>a). pengetahuan publik terhadap kegiatan CSR sehingga mempengaruhi pandangan public terhadap citra perusahaan.</p> <p>a) masyarakat akan lebih peduli akan kesehatan penyebaran virus influenza</p> <p>a). masyarakat mengerti akan bahaya virus influenza</p> <p>b) masyarakat bersedia untuk menerima vaksin influenza</p> <p>a). masyarakat akan rutin dalam memvaksinasi diri mereka agar terhindar dari virus influenza.</p> <p>a) masyarakat menilai bahwa vaksinasi penting</p> <p>b) masyarakat menilai bahwa PT Biofarma merupakan perusahaan peduli lingkungan</p>

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara terstruktur sebagai informasi awal mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Bio Farma. Wawancara jenis ini juga dikenal sebagai wawancara sistematis atau wawancara terpimpin. Pertanyaan yang akan diajukan kepada responden sudah disusun secara sistematis, biasanya mulai dari yang mudah, menuju yang lebih kompleks (Kriyantono 2006:101).

Penulis memilih informan atau sumber informasi utama yaitu Bapak Zaky sebagai kepala bagian CSR PT. Bio Farma dan Ibu Rizky. Alasan peneliti memilih Bapak Zaky & Ibu Rizky sebagai informan atau sumber informasi adalah, beliau merupakan informan yang mengetahui secara jelas mengenai Program CSR Bakti Sosial *Free* Vaksin di PT. Bio Farma

2. Studi Pustaka

Selain itu, peneliti melakukan studi pustaka, menggunakan buku, serta internet untuk melengkapi dan mendukung informasi-informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti, sehingga informasi yang dibutuhkan semakin lengkap.