

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Upaya yang dilakukan oleh divisi *Public Relations* PT. Biofarma dalam memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan komunitas melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bakti sosial *free* vaksin merupakan rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, dimana kegiatan PR melalui program CSR bakti sosial *free* vaksin dilakukan ketika cuaca ekstrim yang terjadi akhir-akhir ini dan menimbulkan virus *influenza* menyebar lebih cepat dari biasanya. Program CSR ini dianalisis melalui model evaluasi CSR, hal ini bertujuan untuk mengevaluasi program CSR PT Biofarma, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan dampak yang diperoleh dari kegiatan ini, apakah program tersebut telah berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan awal atau sebaliknya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara kepada orang yang mengetahui rangkaian kegiatan bakti sosial *free* vaksin PT Biofarma. Data yang diperoleh dari wawancara merupakan data utama, selain itu selain wawancara, penulis menggunakan studi kepustakaan sebagai data pendukung dan penunjang dari data wawancara yang telah diperoleh untuk melengkapi dan menjelaskan yang dilakukan oleh penulis.

*Key informant* dalam penelitian ini adalah Bapak Zakky Zakaria selaku kepala seksi *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ibu Rizky C. Puteri selaku *staff* bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Biofarma.

Fokus pertanyaan dalam penelitian ini mengacu pada Audit CSR dengan model PII dimana terdapat tahap penelitian, pelaksanaan, dan dampak dalam program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Biofarma. Hal tersebut bertujuan untuk mengevaluasi kegiatan bakti sosial *free* vaksin, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, hingga dampak dalam program CSR ini sebagai upaya dalam memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan komunitas sekitar. Hasil wawancara dan data yang diperoleh penulis kemudian disusun secara sistematis, dan dianalisis menggunakan metode deskriptif.

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. Dengan demikian, dalam bab pembahasan ini penulis berupaya untuk menjabarkan atau mendeskripsikan Kegiatan CSR PT. Biofarma melalui kegiatan bakti sosial *free* vaksin yang dianalisis menggunakan =model PII (*Preparation, Implementation, Impact*). Hal ini bertujuan untuk menilai seberapa sukses program CSR PT. Biofarma melalui kegiatan bakti sosial *free* vaksin dalam upaya memelihara hubungan baik antara perusahaan dan komunitas sekitar.

Dengan demikian *Public Relations* PT. Biofarma selaku penyelenggara program CSR kegiatan bakti sosial *free* vaksin, harus mengevaluasi kegiatan ini agar dapat dalam mengoptimalkan pelaksanaan kegiatan CSR di masa mendatang.

Pada tahap evaluasi pihak *public relations* Biofarma dapat mengetahui apakah rencana yang telah ditetapkan berjalan sesuai dengan perencanaan yang diinginkan, sehingga dapat mengetahui kekurangan atau kelebihan program yang dilaksanakan. Selain itu manfaat dari evaluasi adalah, pihak *public relations* Biofarma dapat mengetahui hasil kegiatan yang telah dilakukan, apakah sesuai dengan hasil yang ingin dicapai oleh perusahaan atau sebaliknya.

Dengan adanya evaluasi, seorang *public relations* dapat mengetahui hal-hal yang menjadi kekurangan dari hasil kerja *public relations*, maka dengan demikian, seorang praktisi PR akan dengan mudah mengetahui apa saja yang seharusnya dapat dilakukan untuk memperbaiki.

Tahap pengukuran hasil atau evaluasi dilakukan antara lain untuk:

1. Mengevaluasi dan mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan, apakah kegiatan komunikasi telah mencapai target sesuai dengan rencana.
2. Mengevaluasi manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan dalam arti seberapa besar kegiatan ini memberikan manfaat baik bagi organisasi maupun publiknya.
3. Mengevaluasi kekurangan atau kelebihan dari program kegiatan yang telah dilaksanakan baik bagi organisasi maupun publiknya
4. Mengevaluasi kegiatan yang sifatnya menyimpang dari rencana, sehingga pada tahap pelaksanaan proses *public relations* berikutnya diharapkan akan terlaksana secara sempurna (Yulianita, 2007:154)

Jadi dapat disimpulkan, manfaat dari evaluasi program *Corporate Social Responsibility* melalui kegiatan Bakti sosial free vaksin ini, dapat mengetahui sejauh mana kegiatan telah dilakukan *public relations* dalam meningkatkan citra, menciptakan hubungan yang baik dan mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh PT. Biofarma.

Adapun Pengelolaan hasil penelitian ini, dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu :

1. Analisis Deskriptif Narasumber
2. Analisis Deskriptif Data Penelitian

#### 4.1 Analisis Deskriptif Narasumber

Berikut ini adalah data yang berhubungan dengan identitas narasumber yang disajikan dalam bentuk tabel disertai analisisnya.

Table 4.1 Data Narasumber

Nama Narasumber	Jenis Kelamin	Usia	Lama Bekerja	Pendidikan
1. Zakky Zakaria	Laki-laki	36	8 tahun	S1 komunikasi
2. Rizky C. Puteri	Perempuan	30	4 tahun	S1 komunikasi
3. Dedi Sajali	Laki-laki	54	30 tahun	STM
4. Ajeng	Perempuan	50	-	SMEA
5. Siti	Perempuan	48	-	SMEA

##### 1. Jenis Kelamin

Tabel menunjukkan bahwa narasumber sebanyak 5 orang, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yaitu Bapak Zakky Zakaria dan Ibu Rizky C. Puteri, Bapak Dedi Sajali, Ibu Ajeng, dan Ibu Siti. Bapak Zakky Zakaria dan Ibu Rizky C. Puteri merupakan pelaksana kegiatan *Corporate Social*

*Responsibility* kegiatan “bakti sosial *free* vaksin” yang dilaksanakan oleh *Corporate Social Responsibility* PT. Biofarma Bandung, sedangkan Bapak Dedi Sajali, Ibu Ajeng, dan Ibu Siti merupakan peserta dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* kegiatan “bakti sosial *free* vaksin”.

## 2. Usia

Tabel menunjukkan bahwa narasumber 1 dan 2 merupakan divisi humas bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Biofarma. Dimana narasumber pertama menjabat sebagai kepala seksi *Corporate Social Responsibility* PT. Biofarma Bandung, dan narasumber kedua menjabat sebagai staff *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bapak Zakky Zakaria berusia 36 tahun, beliau lahir pada 28 Februari 1979. Sedangkan Ibu Rizky C. Puteri berusia 30 tahun, beliau lahir pada 11 April 1985. Narasumber 3,4 dan 5 merupakan salah satu warga kampung Cipaheut, peserta kegiatan bakti sosial *free* vaksin. Bapak Dedi Sajali menjabat sebagai berusia 54 tahun, beliau lahir pada 03 April 1961. Ibu Ajeng berusia 50 tahun, beliau lahir pada 10 Juni 1965, dan responden terakhir adalah Ibu Siti, beliau berusia 48 tahun, lahir pada tanggal 28 Januari 1967.

## 3. Lama bekerja

Tabel menunjukkan bahwa dari hasil wawancara, diketahui narasumber pertama yaitu Bapak Zaki Zakaria, beliau telah bekerja di PT. Biofarma selama 8 tahun dibagian CSR, dan narasumber kedua yaitu Ibu Rizky C. Puteri, beliau telah bekerja di PT. Biofarma Bandung selama 4 tahun dibagian

CSR. Responden dari warga Cipaheut adalah Bapak Dedi Sajali, beliau bekerja sebagai wirausaha selama 30 tahun, sedangkan Ibu Ajeng dan Ibu Siti adalah Ibu rumah tangga.

#### 4. Pendidikan

Tabel menunjukkan bahwa dari hasil wawancara, diketahui narasumber pertama yaitu Bapak Zaki Zakaria merupakan lulusan sarjana komunikasi, melihat riwayat pendidikan dengan pekerjaannya sekarang, beliau mendapatkan pekerjaan yang relevan dengan bidang studi yang pernah ditempuhnya, sehingga ilmu yang pernah beliau dapatkan selama masa perkuliahan sangatlah bermanfaat dan berguna dalam menjalankan tugasnya sebagai praktisi PR di PT. Biofarma khususnya di bagian *Corporate Social Responsibility*. Narasumber yang kedua yaitu Ibu Rizky C. Puteri, beliau merupakan lulusan sarjana komunikasi. Sama halnya dengan Bapak Zaky bila dilihat dari riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh Ibu Rizky, beliau mendapatkan pekerjaan yang relevan dengan bidang studi yang telah ditempuhnya, sehingga dalam pelaksanaan tugas yang beliau dapatkan di PT. Biofarma terbilang tidak asing bagi Ibu Rizky, karena sebelumnya beliau telah mempelajari hal apa saja yang menjadi kewajiban seorang praktisi PR sebagaimana yang telah ia aplikasikan semua ilmu yang ia dapatkan dalam pekerjaannya sekarang. Narasumber ketiga adalah Bapak Dedi Sajali, beliau lulusan STM dan sekarang bekerja sebagai wirausahawan selama 30 tahun lamanya, ia memiliki warung sembako kecil-kecilan di kampung Cipaheut. Narasumber ke 4 adalah Ibu Ajeng, beliau lulusan SMEA di Kota Kuningan

yang sekarang sudah berdomisili di Bandung. Narasumber yang terakhir ialah Ibu Siti, beliau adalah lulusan SMEA di kota Bandung.

## 4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian merupakan analisis terhadap data-data yang telah penulis peroleh berdasarkan pada hasil wawancara bersama narasumber yang bersangkutan dengan penelitian.

Untuk lebih memahami hasil penelitian “Kegiatan *Corporate Social Responsibility* melalui bakti sosial free vaksin di PT. Biofarma Bandung”, penulis membagi data penelitian menjadi :

1. *Preparation* (Persiapan)
2. *Implementation* (Pelaksanaan)
3. *Impact* (Dampak)

### 4.2.1 *Preparation* (persiapan) Program *Corporate Social Responsibility* melalui kegiatan bakti sosial free vaksin di PT. Biofarma Bandung.

Setiap langkah dalam pelaksanaan suatu kegiatan, seorang *Public Relations Officer* (PRO) harus mengetahui titik awal persoalan yang dihadapi seperti apa, sehingga perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai dengan fenomena yang terjadi, atau masalah yang ada. Seperti yang di paparkan oleh Morrisian dalam bukunya *Public Relations* yaitu : “Untuk mengetahui bagaimana situasi yang dihadapi, *public relations* harus mengawali analisa situasi dengan mengumpulkan seluruh data atau informasi yang menjadi masalah sebelum merumuskan suatu program atau kegiatan” (Bungin, 2006:101). Seorang *public relations* harus memahami persoalan apa yang menjadi sumber masalah, sehingga

dapat menentukan kegiatan apa yang tepat untuk menghadapi masalah sesuai situasi yang ada.

Dalam penelitian ini penulis mengevaluasi tahap persiapan dengan model evaluasi yang di kembangkan oleh Cutlip, Center & Broom yaitu THE PII Model (Preparation, Implementation, Impact). yang dilakukan oleh PT. Biofarma dalam pelaksanaan kegiatan bakti sosial *free* vaksin yang telah dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2014. Langkah langkah yang digunakan dalam tahap evaluasi *Preparation* (Persiapan) adalah kecukupan informasi latar belakang, ketepatan isi pesan dan aktivitas, kualitas pesan dan presentasi aktivitas.

#### **4.2.1.1 Kecukupan Informasi Latar Belakang.**

Dalam mengumpulkan informasi untuk membuat suatu kegiatan, seorang *public relations* harus mengetahui titik awal untuk mengetahui permasalahan apa yang terjadi dan situasi apa yang akan dihadapi. Untuk itu diperlukan data-data atau informasi yang menjadi masalah sebelum merencanakan suatu kegiatan atau program. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti kecukupan informasi latar belakang yang dilakukan PT. Biofarma dengan mengetahui alasan diadakannya kegiatan, informasi yang diperoleh melalui survey, dan analisis kegiatan yang cocok untuk publik.

#### **1. Alasan diadakannya kegiatan**

Ini kegiatan rutin ya yang dilakukan oleh PT. Biofarma, hampir setiap tahun kami mengadakan pemberian vaksin gratis di berbagai daerah. Berhubung keadaan cuaca memang sedang berubah-ubah, maka dari itu

kami memutuskan untuk kembali mengadakan pemberian vaksin gratis kepada masyarakat.<sup>25</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Bapak Zaki mengenai alasan diadakannya kegiatan ini, dapat penulis paparkan bahwa alasan diadakan kegiatan ini karena PT. Biofarma merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang kesehatan, khususnya memproduksi vaksin dan sera, dan program CSR PT. Biofarma yang dilakukan secara terus-menerus adalah pemberian vaksin influenza secara gratis kepada masyarakat yang membutuhkan. Menurut Bapak Zaki, kegiatan ini dilakukan sebagai tindakan nyata perusahaan dalam menjalankan Tanggungjawab Sosial yang berkelanjutan. Selain itu, alasan diadakannya kegiatan ini karena faktor curah hujan yang tinggi dan perubahan cuaca yang ekstrim sehingga membuat jumlah penyakit dan virus bermunculan. Hal ini disebabkan oleh efek pemanasan global yang terjadi akhir-akhir ini. Dengan demikian, kegiatan pemberian vaksin gratis harus diadakan kembali.

Awalnya karena perubahan cuaca yang cukup ekstrim akhir-akhir ini, ditambah lagi curah hujan yang tinggi, biasanya hal ini bisa menyebabkan munculnya berbagai penyakit, salah satunya itu penyakit flu. Karena kami perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan, khususnya dalam memproduksi vaksin dan sera, maka kami berinisiatif untuk kembali mengadakan pemberian vaksin gratis kepada masyarakat yang membutuhkan.<sup>26</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Ibu Rizky selaku *staff Corporate Social Responsibility* PT. Biofarma, dapat penulis paparkan bahwa alasan diadakannya kegiatan adalah berkat perubahan cuaca yang cukup ekstrim, tingkat curah hujan yang tinggi membuat beberapa penyakit musiman mulai muncul, salah satunya

---

<sup>25</sup> wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>26</sup> wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

adalah influenza. Selain itu, alasan lainnya adalah, karena Biofarma merupakan perusahaan yang memproduksi vaksin dan sera, maka dari itu Biofarma kembali mengadakan pemberian vaksin gratis kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan. Selain Ibu Rizky, terdapat narasumber lain yaitu Bapak Zaki yang memberikan keterangan mengenai alasan diadakannya kegiatan ini. Berikut penjelasan dari Bapak Zaki mengenai alasan diadakannya kegiatan.

## **2. Informasi yang diperoleh melalui survei.**

Cara pengumpulan informasi data-data yang dibutuhkan oleh Biofarma dalam tahap perencanaan adalah melalui survei. Seperti yang diutarakan oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2002:45) dalam bukunya Dasar-dasar *public relations* yaitu “Penelitian yang menggambarkan tentang situasi dan kondisi yang terjadi saat ini. Memperoleh realitas tentang suatu pokok persoalan dalam waktu tertentu”. Dalam tahap ini, peneliti ingin mengetahui informasi apa saja yang diperoleh Biofarma dalam tahap persiapan.

Dimulai dari pengumpulan data dan informasi mengenai keadaan sekitar, setelah mendapat informasi, kami mendatangi secara langsung daerah yang menjadi target sasaran, disana kami mendata semua informasi, mulai dari kondisi daerah, hingga menghitung jumlah masyarakat yang membutuhkan bantuan. Kami juga mencatat keluhan apa saja yang dikeluhkan oleh masyarakat, sehingga kami bisa tahu langkah selanjutnya harus berbuat apa<sup>27</sup>

Berdasarkan pemaparan Bapak Zaki selaku Kepala seksi Corporate Social Responsibility, hal yang pertama dilakukan dalam mengumpulkan informasi adalah, mencari informasi di lingkungan sekitar, bisa melalui internet atau surat kabar, atau informasi yang beredar disekitarm kemudian mencari

---

<sup>27</sup> wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

permasalahannya seperti apa, lalu meninjau kembali kebenarannya melalui survey. Bagaimana keadaan di lokasi target sasaran, apa saja yang mereka butuhkan, sehingga pihak Biofarma dapat mengambil langkah selanjutnya untuk ditindak lanjuti.

Tahap awal yang kami lakukan dalam tahap persiapan adalah dengan cara mengumpulkan data dan informasi melalui internet, surat kabar dan media lainnya. Kemudian kami melakukan survey untuk memastikan situasi dan kondisi sesuai yang diberitakan. Kami mendatangi lokasi, kami lihat apa yang masyarakat butuhkan, mereka butuh vaksin atau tidak, sekarang *sih* kami kadang memberi juga vaksin hepatitis B, tapi lebih seringnya ke vaksin *flu bio*, itu semua tergantung dari kebutuhannya mereka, dan kami melihat melalui *survey* langsung, apa disana *bener* banyak yang *kena pilek-pilek atau enggak*<sup>28</sup>

Sama halnya seperti disampaikan oleh Ibu Rizky selaku narasumber, dalam program *Corporate Social Responsibility* langkah awal yang dilakukan PT Biofarma adalah melakukan *survey* untuk mengumpulkan data yang akurat mengenai masalah yang terjadi. Pihak Biofarma mendatangi kawasan atau *ring* yang akan menjadi target sasaran dalam kegiatan free vaksin ini. Mereka melihat bagaimana situasi dan kondisi wilayah yang akan mereka berikan bantuan, selain itu pihak Biofarma mendata masalah apa saja yang mereka temukan, berapa banyak masyarakat yang memerlukan bantuan, sehingga mereka bisa menentukan jenis bantuan apa yang cocok untuk diberikan kepada masyarakat.

Dari data yang diperoleh melalui *survey*, pihak Biofarma menemukan bahwa masyarakat daerah dago atas, khususnya di kampung Cipaheut banyak terserang virus *influenza*, hal tersebut terjadi karena curah hujan yang tinggi dan perubahan cuaca yang ekstrim. Banyaknya masyarakat yang terserang flu dalam

---

<sup>28</sup> wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

waktu yang bersamaan, membuat pihak Biofarma kembali mengadakan pemberian vaksin gratis.

Bagian dari evaluasi ini menilai kecukupan pengumpulan informasi dan penelitian dalam fase persiapan dari proses evaluasi. Pengumpulan informasi ini dilakukan sebelum *public relations* merencanakan program kerja atau kegiatan yang akan dilaksanakan, dengan demikian program atau program yang direncanakan dapat terorganisir, sistematis, dan efisien.

Pernyataan masalah berfungsi untuk menjelaskan masalah yang bersangkutan. Pernyataan masalah harus menggunakan istilah yang spesifik dan terukur yang harus menjawab sebagian atau seluruh pertanyaan berikut:

1. Apa yang menjadi sumber masalah?
2. Dimanakah masalah itu berada?
3. Kapan masalah itu mulai timbul?
4. Siapa yang terlibat atau terpengaruh?
5. Bagaimana mereka terlibat dan terpengaruh?
6. Mengapa masalah itu penting bagi organisasi dan khalayak? (Bungin, 2006: 98-99)

Seperti halnya yang dikatakan oleh Burhan Bungin mengenai pernyataan masalah, ke enam pertanyaan tersebut harus dapat terjawab ketika pengumpulan data atau survey selesai. Setelah pengumpulan data melalui survey selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh, kemudian *public relations* harus dapat menetapkan perencanaan, program apa yang sesuai untuk dilakukan.

### **3. Analisis Jenis Kegiatan yang Cocok Untuk Publik**

Setelah mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan untuk memulai persiapan sebuah program, langkah selanjutnya adalah menganalisis jenis kegiatan yang cocok untuk publik. Langkah ini dilakukan agar program

berjalan sesuai dengan latar belakang informasi yang telah diperoleh melalui *survey*, sehingga program akan bermanfaat bagi masyarakat. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Rizky mengenai analisis jenis kegiatan yang cocok untuk publi adalah sebagai berikut :

Karena kita sudah mengetahui informasi yang beredar, dan sudah membuktikannya melalui *survey*, maka tahap selanjutnya itu memperkirakan program atau kegiatan apa yang cocok untuk diadakan dalam kegiatan perusahaan. Cara kami dalam memilih dan mencocokkan program yang sesuai untuk publik itu dengan cara meninjau kembali apa yang dibutuhkan oleh publik. Dalam program CSR kami kali ini, karena berdasarkan hasil informasi yang kami peroleh, masyarakat membutuhkan bantuan berupa pemberian vaksin influenza secara gratis.<sup>29</sup>

Tahap terakhir dalam evaluasi mengumpulkan informasi latar belakang adalah, menganalisis jenis kegiatan yang cocok untuk publik. Menurut Ibu Rizky selaku staff CSR di PT. Biofarma, setelah mereka melakukan *survey* untuk membuktikan keadaan suatu kondisi dan situasi dari permasalahan, langkah yang dapat ditempuh selanjutnya adalah menganalisis jenis kegiatan apa yang cocok untuk publik. Bila meninjau kembali mengenai Tanggungjawab sosial perusahaan, Biofarma telah melakukan program CSR pemberian vaksin ini secara terus menerus hampir setiap tahunnya, Biofarma mengadakan kegiatan pemberian vaksin gratis untuk masyarakat yang membutuhkan. Begitupula dengan program CSR kali ini, pemberian vaksin menjadi jenis kegiatan yang akan diadakan kembali, guna memperkecil tingkat penyebaran virus influenza.

---

<sup>29</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

Sama halnya dengan Ibu Rizky, penulis mengajukan pertanyaan yang sama kepada Bapak Zaki mengenai cara Biofarma dalam menganalisis jenis kegiatan apa yang cocok untuk publik dalam program CSR Biofarma kali ini.

Setiap kegiatan yang kami jalankan harus ada *value* nya, baik untuk masyarakat, maupun perusahaan. Nah untuk itu, setiap isi dari program CSR kami, harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dengan begitu masyarakat akan merasakan dampak yang nyata akan bantuan kami. Berdasarkan data yang sudah diperoleh, masyarakat kampung Cipaheut banyak yang terserang flu, yang mereka butuhkan adalah pemberian vaksin influenza guna memperkuat antibody sehingga masyarakat akan terhindar virus tersebut di kemudian hari selama satu tahun.<sup>30</sup>

Berdasarkan pemaparan Ibu Rizky dan Bapak Zaki mengenai cara Biofarma dalam menganalisis jenis kegiatan yang cocok untuk publik, dapat penulis simpulkan bahwa setelah pengumpulan informasi, dan survey, cara perusahaan dalam menganalisis adalah, dengan meninjau kembali informasi yang diperoleh melalui pengumpulan data dan survey, dari tahap itu, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang masyarakat butuhkan, sehingga pemilihan jenis kegiatan, akan cocok dan sesuai dengan kebutuhan public. Dalam program CSR PT. Biofarma kali ini, bila dilihat dari banyaknya masyarakat kampung Cipaheut yang terserang influenza, pemberian vaksin gratis adalah jenis kegiatan yang cocok dilakukan untuk publik sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada public.

---

<sup>30</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015.

#### 4.2.2.2 Ketepatan Isi Pesan & Isi Aktivitas

Setelah melakukan survey dan menganalisis data yang diperoleh, tahap selanjutnya dalam evaluasi persiapan adalah menentukan jenis kegiatan apa yang cocok untuk publik sesuai dengan kebutuhan mereka.

##### 1. Jenis Pesan

Jenis pesan dalam suatu program yang diberikan, harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam penerapannya, pihak Biofarma mempunyai cara tersendiri dalam menentukan jenis pesan di setiap kegiatannya.

Biasanya *sih*, setiap pemberian vaksin pasti ada penyuluhannya juga. Jadi selain memberikan vaksin gratis, kami juga bisa membagi informasi mengenai pentingnya vaksin sama masyarakat sekitar. Untuk pembicara dalam penyuluhan, kami punya orang-orang sendiri, ada dokter internal yang membantu dalam menyampaikan penyuluhan, Dr. Erwan namanya<sup>31</sup>

Menurut hasil wawancara yang penulis dapatkan, bahwa dalam menentukan jenis pesan yang akan diadakan dalam program CSR Biofarma, adalah penyuluhan mengenai vaksin. Kegiatan penyuluhan ini biasanya dilakukan bersamaan dengan pemberian vaksin. Menurut Bapak Zaki, selain memberikan vaksin gratis, kegiatan penyuluhan juga bermanfaat dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Kondisinya untuk pemberian vaksin flubio minimal usianya 12 tahun keatas, kita lihat banyak nggak orang-orangnya, kalau kebanyakan anak-anak kecil, berarti nggak bisa, terus abis gitu mereka paham nggak sih tentang vaksin-vaksin, kalau mereka misalnya udah paham, berarti penyuluhan itu gak terlalu perlu, tapi kalau mereka memang kurang paham tentang vaksin flu bio gitu, kita adakan penyuluhan semua disesuaikan sama kondisi masyarakatnya.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

<sup>32</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis peroleh dari narasumber, bahwa langkah selanjutnya setelah survey dan menganalisis data adalah, menentukan jenis kegiatan apa yang cocok dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Jenis kegiatan yang dilaksanakan, berdasarkan hasil data yang diperoleh dari pelaksana. Sedangkan jenis kegiatan yang dilakukan dalam program CSR melalui bakti sosial free vaksin PT. Biofarma adalah sebagai berikut :

1. Penyuluhan mengenai vaksin influenza

Penyuluhan mengenai vaksin influenza, merupakan salah satu rangkaian acara dari kegiatan bakti sosial free vaksin yang diselenggarakan oleh PT. Biofarma. Penyuluhan ini berlangsung kurang lebih 30 menit termasuk didalamnya terdapat sesi tanya jawab dengan *audiens* (masyarakat yang hadir).<sup>33</sup>

Pemberian vaksin influenza disarankan untuk usia 12 tahun keatas, karena secara alami influenza bersifat musiman, maka disarankan untuk melakukan vaksinasi influenza setahun sekali. Vaksin flu sebaiknya segera diberikan pada orang yang imunitasnya rendah, menderita kanker, diabetes, penyakit jantung dan penyakit pada paru-paru. Namun, kepada orang yang alergi terhadap telur ayam tidak dapat menerima vaksin tersebut, karena vaksin ini dibiakkan pada telur ayam dan kemungkinan mengandung protein telur.<sup>34</sup>

Pemateri dalam penyuluhan ini adalah Dokter Internal dari pihak Biofarma yaitu Bapak Dr. Erwan, beliau dipercaya sebagai pemateri dalam penyuluhan ini karena beliau merupakan Dokter sekaligus pembicara yang berkompeten dalam

---

<sup>33</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 3 Juli 2015

<sup>34</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

bidang kesehatan. Selain itu, Dr. Erwan dipercaya karena telah memiliki pengalaman yang luas dan beliau memiliki jiwa kepemimpinan, hal ini sangat berpengaruh terhadap proses komunikasi yang berlangsung, dengan adanya jiwa kepemimpinan, maka pesan yang disampaikan akan dapat tersampaikan dengan baik dan benar. Beliau juga pandai dalam berkomunikasi, dalam hal ini kemampuan berkomunikasi adalah nilai yang sangat penting, sehingga pesan yang akan disampaikan efektif, dengan demikian feedback yang didapat akan sangat baik. Dr. Erwan juga memiliki kemampuan presentasi yang baik sehingga ketika menerangkan materi yang akan disampaikan akan berlangsung secara efektif dan efisien.<sup>35</sup>

Adapun *Run Down* dalam penyuluhan vaksin influenza adalah sebagai berikut :

---

<sup>35</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015



pihak Biofarma, oleh karena itu, untuk isi materi dari penyuluhan vaksin, Dr. Erwan menjelaskan mengenai pengertian influenza, penyebab influenza, bagaimana cara penularan virus influenza, selain itu juga Dr. Erwan menjelaskan pencegahan virus influenza, sehingga masyarakat tidak mudah tertular virus tersebut. Dalam kegiatan penyuluhan ini, informasi paling penting yang disampaikan oleh Dr. Erwan adalah mengenai vaksin yang akan diberikan oleh pihak Biofarma. Vaksin yang diberikan kepada masyarakat Kelurahan Cipaheut adalah Vaksin Flubio, dimana vaksin tersebut merupakan vaksin andalan PT. Biofarma dalam mencegah penyebaran virus influenza. Setiap orang yang diberikan vaksin flubio akan merangsang tubuh mereka untuk membentuk antibodi untuk memberikan perlindungan terhadap infeksi influenza.

## 2. Pemberian Vaksin Influenza

Sekitar 700 orang mendatangi kegiatan bakti sosial free vaksin yang diadakan oleh PT. Biofarma. Dalam kegiatan ini, Pihak Biofarma menggunakan 2 stand (tenda). Tenda-tenda tersebut digunakan untuk penyuluhan mengenai vaksin, dan pemberian vaksin kepada masyarakat kelurahan Cipaheut.

PT. Biofarma menyediakan 1000 vaksin gratis bagi masyarakat kelurahan Cipaheut. Pemberian vaksin ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kelurahan Cipaheut, karena pada saat itu cuaca ekstrim dan perubahan cuaca yang signifikan membuat masyarakat terjangkit virus influenza. Influenza dapat memicu komplikasi penyakit pneumonia yang dapat menyebabkan kematian, hal itu harus dicegah mulai sekarang, agar penyakit yang demikian tidak menular pada orang

lain, pemberian vaksin Flu Bio ini sebagai upaya untuk mencegah warga dari penyakit yang berkelanjutan.<sup>36</sup>

Setelah pemberian vaksin influenza, kemungkinan penerima vaksin akan mengalami efek samping dari vaksin flu bio, efek samping tersebut diantaranya adalah, reaksi lokal seperti nyeri dan kemerahan pada lokasi suntikan, selain itu adanya reaksi sistemik, seperti demam, nyeri otot, kelelahan. Adapun keluhan berat namun jarang terjadi, seperti, reaksi syok anafilaktik. Meskipun sangat jarang, resiko terjadinya sindroma Guillain-Barré dapat sedikit meningkat pada penerima imunisasi influenza dibandingkan dengan orang yang tidak diimunisasi, meskipun mekanismenya belum diketahui.<sup>37</sup>

## **2. Publik yang Menjadi Target Program CSR**

Penentuan publik yang menjadi target sasaran program CSR sangat diperlukan, sehingga sasaran yang dituju sesuai dengan tujuan program Corporate Social Responsibility. Karena dalam memilih public sasaran, tidak boleh asal memilih, apabila dalam menentukan target sasaran kurang tepat, maka akan menyebabkan kegagalan dalam program.

Publik yang menjadi target dalam program *Corporate Social Responsibility* ini ditentukan melalui survey ke berbagai puskesmas yang tersebar di daerah Bandung, serta melihat data dari dinas kesehatan. Untuk kegiatan CSR kali ini, kami memfokuskan ke daerah Bandung utara Setelah itu dipilih, daerah mana yang masyarakatnya banyak terkena flu, kalau udah dapet, nah berarti daerah itu yang menjadi target sasaran program.<sup>38</sup>

Dalam menentukan target sasaran program CSR, menurut Bapak Zaki selaku kepala seksi CSR PT. Biofarma mengungkapkan bahwa dalam penentuan

---

<sup>36</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 3 Juli 2015

<sup>37</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 3 Juli 2015

<sup>38</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

target, harus sesuai dengan tujuan program, dan kali ini target sasaran PT. Biofarma adalah masyarakat yang terjangkit influenza. Berdasarkan perolehan data dari puskesmas dan dinas kesehatan, daerah yang banyak terjangkit influenza adalah Bandung Utara tepatnya di Kampung Cipaheut, maka dari itu, target dari sasaran dalam program CSR bakti sosial free vaksin ini, adalah masyarakat kampung Cipaheut.

Menentukan publik sasaran dalam kegiatan ini dengan cara mengkaji hasil survey yang kami peroleh, kami meninjau puskesmas di daerah Bandung atas data dari dinas kesehatan, dalam hasil survei yang kami dapatkan, bahwa target yang cocok untuk kegiatan ini adalah masyarakat kampung Cipaheut, karena di daerah sana tercatat banyak sekali masyarakat yang terjangkit virus flu.<sup>39</sup>

Sama halnya dengan Bapak Zaki, Ibu Rizky pun mengungkapkan bahwa cara mereka dalam menentukan target sasaran adalah dengan cara melakukan survey ke berbagai puskesmas dan melihat data dari Dinas kesehatan. Dalam kegiatan ini, daerah yang difokuskan adalah daerah Bandung Utara, sehingga pihak Biofarma melihat kembali, daerah mana saja yang membutuhkan bantuan di daerah Bandung Utara. Setelah mereka mendapatkan daerah yang membutuhkan bantuan, maka daerah itulah yang menjadi target sasaran.

### **3. Waktu Pelaksanaan Program.**

Waktu pelaksanaan Program CSR PT Biofarma melalui kegiatan bakti sosial free vaksin ini, berlangsung pada bulan Desember tepatnya tanggal 8 Desember 2014.

Setelah mendapat semua informasi dan data juga menentukan jenis kegiatan apa yang akan dilakukan dalam program CSR kami, kami langsung menentukan jadwal pelaksanaannya, karena kan yang masyarakat butuhkan berupa bantuan, terlebih lagi cuaca pada saat itu sedang tidak menentu alias

---

<sup>39</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizki pada tanggal 07 Juli 2015

berubah-ubah, kalau dilama-lamain lagi, nanti gak kerasa manfaatnya sama masyarakat<sup>40</sup>

Penentuan jadwal pelaksanaan program CSR, dilakukan pada saat timing yang pas. Maksudnya, ketika masyarakat membutuhkan bantuan pada saat itu, Biofarma langsung bergerak cepat dalam menanganinya, sehingga semakin cepat penanganan masalah, semakin cepat pula dampak positif yang dirasakan, baik untuk masyarakat, perusahaan, maupun lingkungan.

“ Setelah data yang kami butuhkan terkumpul, kami langsung bergerak. Sampai pada akhirnya kami menentukan jadwalnya, yaitu tanggal 8 Desember 2014, pada saat itu curah hujan masih tinggi, masih banyak orang yang kena flu”<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara penulis dengan kedua narasumber, yaitu Bapak Zaki dan Ibu Rizky, bahwa penentuan waktu pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. Biofarma, bertepatan dengan kondisi masyarakat yang memerlukan bantuan. Kegiatan tersebut dilakukan setelah pengumpulan informasi dan data-data yang dibutuhkan lengkap. Tepat tanggal 8 Desember 2014, kegiatan CSR tersebut dilaksanakan.

#### **4. Jenis Aktivitas yang dilakukan**

Setelah melakukan survey dan memperoleh hasil data, pihak Biofarma dapat menentukan jenis aktivitas yang dilakukan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Zaki dan Ibu Rizky dalam pemaparan sebelumnya, jenis aktivitas yang dilakukan dalam kegiatan CSR ini adalah penyuluhan mengenai vaksin dan pemberian vaksin anti influenza secara gratis. Hal ini dilakukan sesuai dari

---

<sup>40</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

<sup>41</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

kebutuhan masyarakat pada saat itu. Kondisi cuaca pada saat itu sedang berubah, ubah sehingga memungkinkan untuk virus influenza menyebar dengan cepat, maka pemberian vaksin influenza merupakan kegiatan yang tepat dalam kegiatan CSR kali ini. Selain itu penyuluhan mengenai vaksin juga tidak kalah penting, karena dengan diadakannya penyuluhan, harapan perusahaan adalah masyarakat akan jadi lebih mengerti tentang manfaat vaksin.

#### **5. Isi Program Sesuai dengan Latar Belakang.**

Selain menentukan jenis kegiatan, menentukan isi program merupakan tindakan yang tidak kalah penting, karena bila isi suatu program kurang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tujuan program, kemungkinan program akan berjalan kurang memuaskan bahkan tidak sukses.

Menurut peninjauan kami berdasarkan hasil data yang diperoleh dan pembuktian melalui survey, pemberian vaksin gratis dan penyuluhan mengenai vaksin sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, karena dalam menentukan jenis dan isi program kan dibutuhkan data yang lengkap mengenai masalahnya apa, dan kira-kira penyelesaian masalahnya seperti apa<sup>42</sup>

Menurut penjelasan Bapak Zaki bahwa isi program yang diadakan dalam kegiatan CSR Biofarma sudah sangat tepat, karena sesuai dengan pokok permasalahan yang muncul dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Ya sudah sesuai, kan pembuatan isi program berdasarkan data yang kami peroleh, data yang tadi melalui survey dan informasi yang terkumpul, juga kebutuhan masyarakat, semua disesuaikan kan sesuai dengan kebutuhannya.<sup>43</sup>

Begitupula yang disampaikan oleh Ibu Rizky, bahwa isi program merupakan hasil dari pengumpulan data dan survey, sehingga didalam isi program

---

<sup>42</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>43</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

merupakan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan, dan sesuai dengan pokok permasalahan yang muncul.

#### **4.2.2.3 Kualitas Pesan & Presentasi Aktivitas.**

Langkah selanjutnya setelah menetapkan isi pesan & isi aktivitas adalah memastikan isi materi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pesan disampaikan dengan menarik tentunya dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti sehingga masyarakat memahami isi pesan yang disampaikan.

##### **1. Struktur Pesan yang disampaikan**

Kualitas pesan yang disampaikan, harus bernilai positif dan dengan konsep yang tepat. Begitu juga halnya dengan struktur pesan yang disampaikan, maksud dari struktur pesan yang disampaikan adalah, isi pesan yang akan disampaikan harus lengkap, jelas, dan padat.

- Sebelum penyuluhan, pastinya kami menyiapkan materi, tapi biasanya sih kami serahkan kepada Dr. Erwan, karena beliau yang tahu betul tentang seluk beluk vaksin, namun sebelum disampaikan ke public, kami juga mengecek bagaimana isi materi yang akan disampaikan oleh Dr. Erwan, kami cocokan dengan durasi dari penyuluhan tersebut.<sup>44</sup>

Materi yang disampaikan oleh Dr. Erwan merupakan materi yang dipersiapkan sebelumnya, dalam penyampaiannya Dr. Erwan dipercaya untuk menyusun materi, apa saja yang akan disampaikan, dan bagaimana cara penyampaiannya. Namun menurut Bapak Zaki, sebelum materi disampaikan kepada public, pihak Biofarma mengecek kembali, isi materi yang akan disampaikan, kemudian di cocokan dengan waktu yang ditempatkan untuk penyuluhan.

---

<sup>44</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

Setiap penyuluhan yang akan disampaikan, isi materinya ya seputaran influenza dan vaksin, mulai dari pengenalan influenza, bagaimana itu mudah menular, cara pencegahan influenza, sampai pengenalan vaksin influenza, dan manfaat vaksin itu sendiri, tidak hanya itu, dalam isi materi juga kami cantumkan, efek apa yang memungkinkan timbul setelah pemberian vaksin.<sup>45</sup>

Berikut ini merupakan isi dari program penyuluhan vaksin influenza. Dalam penyuluhan, Dr. Erwan menjelaskan tentang:

- Pengertian Influenza
- Penyebab Influenza
- Tanda dan Gejala Influenza
- Cara penularan Influenza
- Cara pencegahan Influenza
- Pengenalan Vaksin Influenza
- Ketentuan pemberian Vaksin
- Manfaat pemberian vaksin

## 2. Kejelasan pesan

Kejelasan pesan mengacu pada kemudahan masyarakat dalam memahami isi pesan, gaya bahasa yang digunakan komunikator (pemateri) harus sesuai dengan kondisi masyarakat.

Gaya bahasa yang dipakai Dr. Erwan santai kok, gak ribet, cara penyampaiannya juga ramah, kadang sambil bercanda-canda gitu, biar gak kaku.<sup>46</sup>

Sebagai pembicara dalam kegiatan penyuluhan mengenai vaksin flu bio, Dr. Erwan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dengan gaya bahasa yang

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 07 Juli 2015

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

ramah *friendly* dengan masyarakat, sehingga masyarakat tidak bingung dengan penjelasan yang diberikan oleh Dr. Erwan. Beliau menghindari penggunaan bahasa ilmiah kedokteran dalam menyampaikan isi materi. Selain itu cara Dr. Erwan dalam berinteraksi dengan audiens (masyarakat) sangatlah komunikatif, dengan cara interaksi tanya jawab mengenai vaksinasi influenza.

Salah satu alasan kami memilih Dr. Erwan sebagai pemateri pada kegiatan penyuluhan ini, karena selain mahir dalam bidang kesehatan khususnya vaksin, beliau juga orangnya sangat persuasif, jadi masyarakat aktif dalam sesi tanya jawab, beliau menjelaskannya juga santai, biar masyarakat gak cepet bosan, kadang sambil bercanda-canda gitu.<sup>47</sup>

Salah satu hal yang penting selain pengalaman, pengetahuan, maupun materi yang disampaikan, seorang komunikator harus mampu berkomunikasi secara efektif, karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap image komunikator, dan perusahaan itu sendiri.

■ Persuasi tercapai karena karakteristik personal berbicara, yang ketika ia menyampaikan pembicaraannya kita menganggapnya dapat dipercaya. Kita akan lebih penuh dan lebih cepat percaya pada orang-orang baik daripada orang lain. Ini berlaku umumnya pada masalah apa saja dan secara mutlak berlaku ketika tidak mungkin ada kepastian dan pendapat terbagi. Tidak benar, anggapan sementara penulis retorika bahwa kebaikan personal yang diungkapkan pembicara tidak berpengaruh apa-apa pada kekuatan persuasinya, sebaliknya, karakternya hampir bisa disebut sebagai alat persuasi yang paling efektif yang dimilikinya. (Aristoteles dalam Rakhmat 2002:225)

Untuk itu PT. Biofarma memilih Dr. Erwan sebagai pemateri dalam penyuluhan vaksin dalam kegiatan CSR bakti sosial free vaksin. Karena beliau dipercaya sebagai komunikator yang dapat mempersuasi masyarakat khususnya dalam kegiatan penyuluhan yang diadakan dalam Program CSR Bakti sosial free vaksin ini.

---

<sup>47</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky tanggal 07 Juli 2015

### 3. Penyajian Program Menarik, Padat, dan Jelas

Berdasarkan peninjauan penulis melalui wawancara yang telah dilakukan bersama kedua narasumber mengenai kualitas isi pesan dan presentasi aktivitas, program CSR melalui kegiatan bakti sosial free vaksin ini memiliki bobot nilai yang bermanfaat untuk masyarakat, dengan konsep yang tepat, isi pesan yang lengkap, dan cara penyampaian yang menarik sehingga audiens akan memperhatikan, dan memahami isi pesan yang disampaikan dengan mudah. Sehingga tujuan awal dari kegiatan ini tercapai sesuai dengan rencana yang dipersiapkan sebelumnya. Tujuan dari kegiatan penyuluhan dan pemberian vaksin ini tidak lain adalah untuk mengurangi jumlah penderita influenza, dan menambah wawasan masyarakat akan pentingnya vaksinasi influenza melalui penyuluhan vaksin influenza.

*Public Relations practice is the deliberate, planned, and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organizations. Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan memelihara saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak. (The British Institute of *Public Relations* (IPR) dalam Yulianita, 2007:31).

Dari pengertian diatas apabila dikaitkan dengan penerapannya melalui kegiatan CSR yang dilakukan PT. Biofarma, tentu sangat berkaitan karena sesuai dengan tujuan diadakannya kegiatan CSR oleh PT. Biofarma yaitu mengupayakan dalam memelihara hubungan yang baik dengan publiknya melalui kegiatan bakti sosial *Free Vaksin* yang telah diselenggarakan pada tanggal 8 Desember 2014.

Kegiatan tersebut tentunya berdampak baik bagi masyarakat sekitar dan perusahaan. Disamping terciptanya lingkungan yang lebih sehat akan bebas virus

*influenza*, hubungan perusahaan dengan publik pun terjaga dengan baik, sehingga citra perusahaan dimata masyarakat akan menghasilkan citra yang positif.

#### **4.2.2 Implementation (Pelaksanaan) Program Corporate Social Responsibility (CSR) melalui kegiatan bakti sosial *free* vaksin di PT. Biofarma Bandung.**

Langkah selanjutnya setelah persiapan sebuah program, adalah pelaksanaan dari program itu sendiri. Berdasarkan tahap evaluasi yang dikatakan oleh Cutlip, Center & Broom bahwa dalam tahap implementasi, pendekatan seperti ini biasanya dengan cara menghitung jumlah cetak; news release yang didistribusikan, berita yang ditempatkan di media, dan pembaca, pemirsa dan pendengar. (Cutlip, Center & Broom, 2011 :424)

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Cutlip, Center & Broom mengenai tahap implementasi, penulis akan menjabarkan hasil data yang penulis peroleh melalui wawancara bersama Bapak Zaki Zakaria selaku kepala seksi *Corporate Social Responsibility* di PT. Biofarma dan Ibu Rizky selaku staff CSR di PT. Biofarma mengenai tahap implementasi dari program *Corporate Social Responsibility* melalui kegiatan bakti sosial pemberian vaksin gratis kepada masyarakat kampung Cipaheut. Langkah-langkah yang digunakan dalam tahap evaluasi *Implementation* (Pelaksanaan) adalah, Jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain, jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang di implementasikan, jumlah orang yang menerima pesan dan isi aktivitas, jumlah orang yang memerhatikan pesan dan aktivitas.

#### 4.2.3.1 Jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain.

Untuk mengukur keberhasilan sebuah kegiatan, perlu diadakannya evaluasi mengenai seberapa banyak publikasi yang telah dikirim ke media mengenai kegiatan tersebut.

##### 1. Media yang di undang dan Media yang Hadir

Untuk mengukur seberapa banyak publikasi yang dikirim dalam kegiatan CSR yang dilakukan PT. Biofarma, penulis harus mengetahui berapa banyak media yang diundang dalam kegiatan ini, selain itu berapa banyak media yang hadir untuk meliput kegiatan ini, dan berapa banyak liputan atau publikasi yang di kirim oleh media untuk memberitakan kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Biofarma.

Publikasi itu penting, karena dengan banyaknya publikasi mengenai kegiatan kita, berarti kegiatan kita berjalan dengan sukses, tentunya publikasi yang positif ya. Untuk media yang kami undang dalam kegiatan, kita mengundang media lokal, seperti republika, tribun, bandung.bisnis.com. Sedangkan media yang hadir pada kegiatan itu cuma sebanyak 2 aja, karena kegiatan itu bukan kegiatan kita dengan skala yang besar”<sup>48</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Zaki selaku kepala seksi *Corporate Social Responsibility* PT Biofarma, jumlah media yang diundang adalah sebanyak 3 media, media tersebut adalah media lokal bandung, seperti Republika, Tribun Jabar, dan media online bandung.bisnis.com. Media tersebut adalah media partner yang biasa diundang oleh Biofarma untuk meliput kegiatan CSR PT. Biofarma. Namun dalam pelaksanaannya, tidak semua media hadir

---

<sup>48</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

dalam kegiatan tersebut, hanya ada dua media yang hadir untuk meliput, dikarenakan kegiatan CSR ini bukanlah kegiatan yang berskala besar.

Kami biasa mengundang media lokal bandung untuk meliput, kemarin sih yang saya ingat Republika, karena yang saya lihat, yang datang ya Republika.<sup>49</sup>

Dari pernyataan Ibu Rizky, media yang diundang adalah media lokal Bandung, namun untuk jumlah pasti berapa media yang diundang, Ibu Rizky kurang tahu, yang ia tahu hanyalah media yang datang, karena pada saat itu, media yang datang hanyalah Republika.

## **2. Publikasi yang dikirim ke Media**

Kami biasa mengirimkan beberapa press release kepada media, hal itu ditujukan untuk mempublikasikan hasil kegiatan kami, isi dari press release untuk dikirimkan ke media sama isinya, formatnya juga sama Untuk kegiatan kemarin, ada 5 press release yang kami kirim<sup>50</sup>

Sedangkan untuk jumlah publikasi yang dikirimkan oleh pihak Biofarma sendiri mengenai kegiatan ini adalah kurang lebih sekitar 5 press release yang dikirimkan ke berbagai media, salah satu diantaranya adalah bumn.go.id, media-release.info, bandung.bisnis.com, Republika.co.id dan website intranet PT. Biofarma. Isi berita dari Press release yang dikirim mengenai kegiatan bakti sosial free vaksin ini adalah sama, dan pengiriman press release ke media dilakukan di hari yang sama ketika kegiatan yang dilaporkan dilaksanakan. Hal tersebut dilakukan agar berita atau informasi yang diberikan akurat dan faktual sesuai dengan kondisi dan keadaan pada saat yang bersamaan.

Seorang consuler Fred Witnerr menyatakan pendapatnya mengenai empat prinsip dalam publikasi perusahaan adalah :

<sup>49</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>50</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

1. Publikasi harus memenuhi kedua belah pihak yaitu isinya harus dengan kepentingan dan kesenangan para pembacanya.
2. Publikasi itu harus dapat bermanfaat dan bernilai, khususnya penyajian informasi sehingga informasi-informasi tersebut dapat berguna baik bagi publiknya maupun organisasi atau perusahaan itu sendiri.
3. Publikasi harus disebar keluar, dengan demikian publikasi itu harus menjangkau external public yang menjadi sasaran dan berkepentingan terhadap organisasi dan harus diterima oleh para langganan, general, public, pemerintah dan sebagainya
4. Publikasi harus merupakan usaha bersama antara manajemen, editor, dan konsultannya (Yulianita, 2007:137)

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa aspek-aspek publikasi sangat penting untuk diperhatikan adalah aspek kesesuaian isi dengan kepentingan publik, selain itu perlu diperhatikan pula mengenai manfaat jangkauan publik dan kerjasama yang dilakukan oleh pihak pengelola suatu kegiatan publikasi. Publikasi dianggap sangat penting dalam perusahaan atau organisasi karena bertujuan untuk menginformasikan segala sesuatu kepada publik dan dalam rangka memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya.

#### **4.2.3.2 Jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang di implementasikan.**

Pada tahap evaluasi ini, seorang praktisi PR akan mengetahui berapa banyak publikasi yang telah diberitakan oleh media mengenai kegiatan atau program yang mereka jalankan.

##### **1. Pesan diberitakan di Media**

Publikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah kegiatan, hal ini berguna untuk menyebar luaskan informasi mengenai kegiatan apa yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan.

Walau media yang kita undang dalam kegiatan ini tidak banyak, namun Alhamdulillah, kegiatan ini dimuat publikasinya di beberapa media online, untuk pengecekan terakhir, jumlah publikasi yang dimuat di media online ada 4, bisa di lihat di [bumn.go.id](http://bumn.go.id), [Republika.co.id](http://Republika.co.id), [media-release.info](http://media-release.info), [info-csr](http://info-csr) PT Biofarma, selebihnya ada beberapa blogspot, atau wordpress yang ikut mempublikasikan kegiatan kita...meskipun ini bukan kegiatan dengan skala besar dan publikasi dari media tidak terlalu banyak, tapi sejauh ini kegiatan bakti sosial free vaksin berjalan sesuai rencana.<sup>51</sup>

Berdasarkan data wawancara yang telah dipaparkan narasumber, maka dapat penulis jabarkan, bahwa media yang digunakan PT. Biofarma dalam kegiatan bakti sosial free vaksin adalah media online & surat kabar. Kedua media tersebut adalah media yang digunakan pihak Public Relations PT. Biofarma dalam menginformasikan kegiatan Corporate Social Responsibility kepada stakeholder PT. Biofarma, dan masyarakat luas yang membaca. Adapun media yang diajak bekerja sama dengan PT. Biofarma, antara lain, [Republika](http://Republika), [media release.info](http://media-release.info), dan [bumn.go.id](http://bumn.go.id).

Pada umumnya, program-program public relations tidak terlalu pilih-pilih dalam menentukan media yang akan digunakan seperti apa, namun pada umumnya tidak semua media efektif dalam menginformasikan kegiatan-kegiatan public relations, sehingga pemilihan mediapun harus diperhatikan dengan cermat. “Praktisi humas harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai media massa karena pemilihan media massa yang tepat akan menentukan keberhasilan penyebaran pesan kepada khalayak sasaran” (Bungin, 2006: 186)

## **2. Pesan dapat diakses oleh Publik.**

Menurut hasil wawancara yang penulis peroleh, untuk mengakses informasi mengenai kegiatan CSR PT. Biofarma, dalam kegiatan ini, publik

---

<sup>51</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki, pada tanggal 03 Juli 2015

dapat mengaksesnya melalui media online, seperti Indonesia bisnis, republika, bumn.go.id dan media-release.info. Semakin mudahnya pengaksesan informasi mengenai kegiatan CSR melalui free vaksin, maka semakin dekat tujuan perusahaan dalam menginformasikan sebuah kegiatan.

### **3. Kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana.**

Sejauh ini, seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh PT. Biofarma dalam program CSR bakti sosial free vaksin mulai dari kegiatan penyuluhan, hingga pemberian vaksin gratis kepada masyarakat berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana awal. Hal ini dibuktikan dengan antusias audiens ketika menyimak Dr. Erwan selaku pemateri penyuluhan mengenai vaksin, masyarakat begitu aktif ketika sesi tanya jawab mengenai vaksin dan virus influenza, hal lain pun dibuktikan dengan banyaknya jumlah masyarakat yang menghadiri kegiatan pemberian vaksin ini

#### **4.2.3.3 Jumlah Orang Yang Menerima Pesan dan Isi Aktivitas**

Langkah selanjutnya dalam tahap evaluasi implementasi (pelaksanaan) adalah menghitung berapa jumlah orang yang menerima pesan program. Jumlah orang yang menerima pesan dapat dibedakan kedalam dua kategori, yaitu audien penerima dan audien efektif. (Cutlip, Center & Broom, 2011: 426)

Dalam Program CSR melalui kegiatan bakti sosial free vaksin ini, audien efektif sangatlah berperan penting untuk mengukur keberhasilan program, yang dimaksud dengan audien efektif adalah, audien yang mengetahui adanya kegiatan pemberian vaksin yang dilakukan oleh PT. Biofarma. Audien efektif merupakan masyarakat yang hadir dan ikut serta dalam kegiatan pemberian vaksin influenza

yang telah diadakan pada tanggal 8 Desember 2014. Untuk mengukur seberapa banyak audien efektif, pihak Biofarma meninjau kembali data yang diperoleh selama kegiatan berlangsung.

### **1. Masyarakat mengetahui adanya kegiatan bakti sosial free vaksin**

Menurut data yang diperoleh, sebanyak 471 orang menghadiri acara ini. Sebagian masyarakat kampung Cipaheut menerima informasi mengenai pembagian vaksin gratis ini melalui kabar yang mereka terima dari pihak RW. Pihak RW mengumumkan jadwal kegiatan pemberian vaksin yang diberikan oleh PT. Biofarma, dengan cara pengumuman langsung dari mulut ke mulut, selain itu juga cara yang digunakan oleh pihak kelurahan Cipaheut adalah membagikan surat pemberitahuan kepada masyarakat mengenai kegiatan pemberian vaksin gratis yang diselenggarakan oleh PT. Biofarma.

- Kami membagikan surat pemberitahuan kepada warga tentang kegiatan pemberian vaksin gratis, surat itu dikoordinir oleh RT, RW masing-masing. Selain itu juga untuk mengingatkan warga tentang jadwal pemberian vaksin gratis, kami memberikan pengumuman melalui masjid-masjid setempat, supaya warga pada datang, kan lumayan dapet vaksin gratis, mumpung cuaca berubah-ubah, banyak yang flu.<sup>52</sup>

Penyebaran informasi yang dilakukan pihak RW 02 Kampung Cipaheut, adalah langkah untuk menginformasikan kepada masyarakat sekitar untuk menghadiri kegiatan pemberian vaksin gratis yang diselenggarakan pada tanggal 8 Desember 2014 lalu.

---

<sup>52</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Dedi ketua RW 02 kampung cipaheut pada tanggal 04 Juli 2015

#### 4.2.3.4 Jumlah Orang Memerhatikan Pesan dan Aktivitas

Tahap terakhir dalam evaluasi implementasi adalah menghitung jumlah orang yang memerhatikan pesan dan aktivitas. Dalam tahap ini pihak Biofarma harus mampu menghitung jumlah orang yang memerhatikan pesan yang telah disampaikan, baik dalam kegiatan penyuluhan mengenai vaksin, maupun orang yang ikut berpartisipasi dalam acara bakti sosial free vaksin ini.

##### 1. Masyarakat mendatangi kegiatan bakti sosial free vaksin

Kami menyediakan 700 vaksin flubio untuk masyarakat di kampung Cipaheut, tapi *gak* semua hadir, masyarakat yang hadir kurang lebih hanya setengah dari target kami, sebanyak 471 yang hadir mengikuti penyuluhan, dan pemberian vaksin, ya lumayan banyak *sih, dikirain gapada antusias dengerin* penyuluhan, ternyata semua yang *dateng* hampir semuanya *merhatiin*<sup>53</sup>

Dalam penghitungan jumlah orang yang memerhatikan pesan dan isi aktivitas, langkah yang digunakan pihak Biofarma dalam menghitung jumlah masyarakat yang memerhatikan pesan dalam kegiatan ini adalah, menghitung jumlah masyarakat yang hadir melalui daftar nama penerima vaksin yang sebelumnya telah dicatat dalam pembukuan. Kehadiran masyarakat dalam kegiatan pemberian vaksin gratis ini menandakan bahwa masyarakat menerima informasi dan memerhatikan pesan mengenai pelaksanaan kegiatan pemberian vaksin yang diadakan oleh Biofarma, sehingga mereka ikut berpartisipasi dalam kegiatan bakti sosial free vaksin ini.

Lumayan banyak ya yang datang, mungkin karena mereka antusias, menurut data, jumlah yang menghadiri kegiatan ini sebanyak 471 orang, mereka semua masyarakat kampung Cipaheut<sup>54</sup>

<sup>53</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>54</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

Masyarakat yang hadir dalam kegiatan bakti sosial free vaksin ini, didata terlebih dahulu, kemudian diperiksa kondisi tubuhnya. Pemeriksaan peserta atau audiens dalam kegiatan bakti sosial free vaksin ini, diawali dengan pengecekan suhu tubuh, apabila suhu tubuh mereka melebihi 38 derajat, maka audiens tidak diperbolehkan mendapat vaksinasi influenza. Begitu pula dengan peserta atau audien yang mempunyai riwayat alergi telur ayam, bagi penderita alergi telur ayam, tidak diperbolehkan mendapat vaksinasi influenza, karena kandungan dari vaksin influenza sebagian besar berasal dari telur.<sup>55</sup>

## **2. Masyarakat Paham akan isi pesan dalam program**

Penulis mewawancarai beberapa peserta yang mengikuti kegiatan CSR bakti sosial free vaksin ini berdasarkan rujukan dari Pihak Biofarma, dan Ketua RW 02 kampung Cipaheut untuk mengetahui, apakah masyarakat paham akan isi pesan dalam program yang diselenggarakan oleh PT. Biofarma.

Iya saya sudah tahu bakal ada pemberian vaksin gratis ini, saya tahu lewat surat selebaran, ada beberapa tetangga juga yang ngomongin kegiatan ini, makanya saya dateng aja, mumpung gratis.<sup>56</sup>

Ibu Ajeng adalah salah satu dari warga Cipaheut yang ikut serta dalam kegiatan bakti sosial free vaksin yang telah diselenggarakan pada tanggal 8 Desember 2014. Beliau sudah mengetahui kegiatan tersebut melalui selebaran yang pernah diberikan oleh ketua RW 02. Warga lain yang mengetahui adanya kegiatan ini adalah Ibu Siti.

---

<sup>55</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>56</sup> hasil wawancara dengan Ibu Ajeng, warga kampung cipaheut 04 Juli 2015

Saya mah langsung tau dari Pak RW nya, waktu itu bilangnye bakal ada pemberian vaksin gratis dari biofarma, vaksin flubio buat anti influenza<sup>57</sup>

Dari kedua informan yang penulis wawancarai, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya mereka memang sudah mengetahui akan adanya kegiatan CSR pemberian free vaksin oleh Biofarma, mereka mengetahui kegiatan tersebut melalui surat selebaran yang diberikan oleh Bapak Dedi selaku ketua RW 02 kampung Cipaheut.

### **3. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam pemberian vaksin.**

Menurut hasil wawancara yang telah penulis lakukan bersama Ibu Rizky dan Bapak Zaki, dapat penulis paparkan bahwa terdapat 471 orang yang menghadiri program CSR bakti sosial free vaksin oleh PT. Biofarma. Sebanyak 700 vaksin telah disediakan, namun dalam pelaksanaannya masyarakat yang hadir sebanyak 471. Jumlah tersebut diperoleh melalui daftar nama peserta yang hadir yang tercatat oleh pihak Biofarma.

“Harapan saya dan para warga disini dengan adanya acara ini, kesehatan masyarakat yang berada di sekitar kampung Cipaheut dapat membaik, paling tidak, selama setahun ke depan, masyarakat yang berada di kampung ini menjadi lebih sehat.”<sup>58</sup>

#### **4.2.3 Impact (Dampak) Program Corporate Social Responsibility (CSR) melalui kegiatan bakti sosial free vaksin di PT. Biofarma Bandung.**

Evaluasi dampak merupakan dokumentasi dari semua hasil yang telah diuraikan dalam sasaran untuk setiap publik, serta mengidentifikasi

---

<sup>57</sup> hasil wawancara dengan Ibu Siti salah satu warga Cipaheut, tanggal 04 Juli 2015.

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Dedi, selaku ketua RW 02 kampung Cipaheut.

keberhasilan tujuan program yang dicapai. Pengukuran dampak mencatat seberapa jauh hasil yang dinyatakan dalam sasaran untuk masing-masing publik sasaran, dan keseluruhan tujuan program yang telah dicapai. (Cutlip, Center & Broom, 2011:430). Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap evaluasi *Impact* (Dampak) adalah, jumlah orang yang memahami isi pesan, jumlah masyarakat yang mengubah opini, jumlah masyarakat yang mengubah sikap, jumlah masyarakat yang berbuat sesuai yang diharapkan, jumlah orang yang mengulangi perilaku, adanya perubahan kultural dan sosial.

#### 4.2.3.1 Jumlah Orang yang Memahami Isi Pesan.

Penilaian dampak yang pertama adalah meneliti apa yang dipelajari orang dari program. Kebanyakan program berusaha mengkomunikasikan informasi untuk menaikkan pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman di kalangan public sasaran.<sup>59</sup>

Setelah penyuluhan dan pemberian vaksin, 10% dari jumlah peserta dinyatakan bahwa pengetahuan mereka bertambah, kalau dari kita sendiri kita punya formulir monitoring evaluasi, jadi setelah diadakannya penyuluhan mengenai vaksin dan pemberian vaksin gratis, *darisitu* kita mewawancarai orang-orang yang hadir, secara acak *nah* dari *situ* kita bisa mengetahui, apakah orang-orang itu jadi lebih mengetahui tentang vaksin atau *enggak, sama* kita tanya pendapatnya mengenai acara ini dan tentang perusahaan”<sup>60</sup>

### 1. Peningkatan Pengetahuan Publik Mengenai Vaksin

Untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai vaksin dan pengetahuan mereka mengenai perusahaan Biofarma, maka

---

<sup>59</sup> ibid hal 430

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

pihak Biofarma mengadakan wawancara acak kepada masyarakat yang berpartisipasi dalam Program CSR kegiatan bakti sosial free vaksin. Pengetahuan didapatkan apabila masyarakat benar-benar ikut serta dalam kegiatan tersebut, mulai dari rangkaian acara yang pertama, yaitu penyuluhan mengenai vaksin, sesi tanya jawab dengan narasumber, sampai pemberian vaksin gratis bagi masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang penulis peroleh dari narasumber, bahwa 10% dari jumlah orang yang berpartisipasi dalam kegiatan bakti sosial dinyatakan terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai vaksin influenza. Hal ini dibuktikan dengan jawaban dari peserta pemberian vaksin ketika di wawancara secara acak oleh pihak Biofarma, mereka mengetahui bahwa penyebaran virus influenza akhir-akhir ini menyebar dengan cepat, sehingga banyak sekali orang yang memungkinkan untuk terjangkit flu, sehingga pemberian vaksin anti influenza sangatlah penting untuk mencegah dan menghindari mereka dari virus influenza. Tidak hanya mengenai vaksin influenza, namun pengetahuan masyarakat tentang Biofarma sebagai perusahaan penyelenggara juga bertambah. Peserta beranggapan bahwa Biofarma bukan hanya sekedar perusahaan ternama, namun Biofarma adalah perusahaan yang peduli lingkungan, khususnya di bidang kesehatan.

## **2. Peningkatan Pemahaman Publik mengenai Vaksin**

Selain mengukur pengetahuan masyarakat, dalam tahap evaluasi pengukuran jumlah orang yang memahami pesan dapat diukur dari seberapa jauh pemahaman masyarakat mengenai vaksin, setelah mereka mendapatkan penyuluhan dan pemberian vaksin dari kegiatan yang diselenggarakan oleh CSR

Biofarma. Dalam tahap ini, langkah yang dilakukan oleh pihak Biofarma untuk mengetahui berapa banyak orang yang memahami pesan adalah dengan cara wawancara acak. Sebanyak 10% peserta yang hadir diwawancara oleh pihak Biofarma untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman mereka mengenai vaksin setelah acara ini selesai.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Biofarma, dinyatakan bahwa 10% peserta vaksinasi yaitu sebanyak 47 orang menganggap bahwa penyuluhan yang diberikan oleh Dr. Erwan mengenai vaksin influenza meningkatkan pemahaman mereka akan manfaat pemberian vaksin influenza sebagai cara untuk mencegah penularan virus influenza, dan untuk membentuk antibodi agar tubuh mereka tetap fit dan terhindar dari virus influenza. Selain itu, tidak hanya pemahaman tentang vaksin, dengan diadakannya pemberian vaksin gratis, peserta juga memahami bahwa PT. Biofarma merupakan salah satu perusahaan BUMN yang peduli akan lingkungan khususnya dalam bidang kesehatan pemberian vaksin gratis untuk masyarakat.

### **3. Peningkatan Kesadaran Publik Mengenai Vaksin**

Selain peningkatan pengetahuan dan kesadaran, hal yang harus diukur dari tahap evaluasi jumlah orang yang memahami pesan adalah kesadaran. Kesadaran akan pentingnya kesehatan meliputi berbagai hal, mulai dari pencegahan sampai dengan penanganan penyakit. Dalam hal ini setiap masyarakat memiliki tingkat kesadaran yang berbeda-beda.

Tujuan diadakannya pemberian vaksin gratis salah satunya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat vaksinasi influenza, dengan

diberikannya vaksinasi influenza secara rutin, akan meminimalisir jumlah penderita influenza, sehingga masyarakat dapat melakukan kegiatan lebih produktif.

Sebanyak 47 orang kami wawancara, kami menanyakan beberapa pertanyaan yang menyangkut tingkat kesadaran mereka mengenai vaksin, tapi sayangnya walau mereka sudah diberi penyuluhan dan vaksin gratis, masih ada saja beberapa masyarakat yang merasa bahwa pemberian vaksin ini hanya untuk orang *berduit*, mereka *bilang* kalau mereka mau nunggu vaksin gratis lagi aja.<sup>61</sup>

Meskipun pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan manfaat pemberian vaksin influenza mengalami peningkatan, namun sayangnya berdasarkan data wawancara yang diperoleh Biofarma dengan peserta program CSR pemberian vaksin gratis mengenai tingkat kesadaran masyarakat setelah penyuluhan dan pemberian vaksin ini, masih banyak masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran rendah untuk memvaksinasi diri mereka secara rutin. Hal ini dikarenakan faktor ekonomi, menurut hasil wawancara Biofarma dengan peserta, sebanyak 30 peserta dari 47 peserta menyatakan bahwa mereka akan memvaksinasi diri mereka apabila mereka mendapat kembali vaksin gratis.

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksin dan manfaat vaksin sangatlah rendah, dapat dilihat dari jumlah masyarakat yang merespon ketika diwawancarai oleh pihak Biofarma mengenai “Akankah mereka secara rutin memvaksinasi diri dengan vaksin flubio” dan jawaban dari sebagian peserta adalah mereka mau memvaksinasi diri mereka apabila mereka mendapatkan vaksin gratis lagi.

---

<sup>61</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky tanggal 03 Juli 2015

#### 4.2.3.2 Jumlah Masyarakat yang Mengubah Opini

Segala bentuk kegiatan sebuah perusahaan akan menimbulkan opini, baik opini positif maupun negatif. Dalam tahap evaluasi dampak, terdapat pengukuran seberapa banyak orang yang mengubah opini setelah diadakannya suatu kegiatan. Oleh karena itu, penulis akan memaparkan mengenai jumlah masyarakat yang mengubah opini setelah diadakannya kegiatan bakti sosial free vaksin.

##### 1. Pengetahuan Publik terhadap kegiatan CSR Biofarma sehingga mempengaruhi pandangan public terhadap citra perusahaan.

Untuk mengukur seberapa banyak respon dari masyarakat yang hadir mengenai kegiatan ini, kami melakukan monitoring berupa wawancara secara acak kepada peserta yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini, sebanyak 10% dari jumlah peserta yang hadir, kami wawancarai untuk mengetahui respon apa yang akan diberikan oleh peserta, terhadap perusahaan, dari respon tersebut kita bisa mengetahui bagaimana pandangan public mengenai perusahaan dan mengenai kegiatan, hal ini bertujuan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada program, sekaligus untuk mengetahui opini dari masyarakat<sup>62</sup>

Pemaparan dari Ibu Rizky dalam mengetahui adakah peningkatan pengetahuan public terhadap kegiatan CSR Biofarma, sehingga dapat mempengaruhi pandangan public dapat penulis uraikan, bahwa tujuan dari monitoring melalui wawancara secara acak kepada masyarakat yang berpartisipasi adalah, untuk mengetahui kekurangan apa yang terjadi, sehingga perusahaan dapat memperbaikinya di kegiatan mendatang. Selain itu tujuan dari monitoring adalah, perusahaan dapat mengetahui bagaimana pandangan public setelah

---

<sup>62</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky tanggal 03 Juli 2015

diadakannya kegiatan bakti sosial free vaksin ini, apakah public menilai dengan nilai yang positif atau sebaliknya.

Salah satu tujuan diadakannya kegiatan CSR adalah Program Corporate Social Responsibility melalui Kegiatan Bakti Sosial Free Vaksin yang kita adakan ini, tentu saja akan membentuk opini di masyarakat, opini yang terbentuk dalam masyarakat khususnya masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan ini diharapkan dapat membentuk opini yang positif mengenai citra PT. Biofarma Bandung. Dari monitoring evaluasi kita, dari 10% peserta yang mengikuti rangkaian acara menilai kegiatan ini sangat bermanfaat bagi mereka, mereka senang, dan mereka menganggap bahwa Biofarma adalah perusahaan yang peduli lingkungan khususnya di bidang kesehatan<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama narasumber, bahwa dapat dijabarkan 10% orang yang hadir dalam kegiatan bakti sosial free vaksin ini telah diwawancara untuk mengetahui bagaimana opini publik setelah diadakannya kegiatan pemberian vaksin gratis ini. Hampir semua peserta yang diwawancara memberikan opini yang baik tentang perusahaan, mereka beranggapan bahwa Biofarma merupakan perusahaan yang peduli lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pemberian vaksin gratis di kawasan dago atas kampung Cipaheut. Dan respon yang positif dari masyarakat selama acara berlangsung.

Awalnya saya gatau Biofarma, yang saya tau, Biofarma itu kantor yang bagus, eh ternyata itu perusahaan vaksin, trus kemaren orang sekitar sini dikasih vaksin gratis, Alhamdulillah jadi gak harus beli. Waktu itu emang lagi musim hujan, banyak yang flu, jadi pas banget waktunya”<sup>64</sup>

Salah satu masyarakat yang penulis wawancarai adalah Ibu Ajeng, Ibu Ajeng adalah salah satu peserta yang ikut berpartisipasi dalam Program CSR

---

<sup>63</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki pada tanggal 03 Juli 2015

<sup>64</sup> hasil wawancara dengan Ibu Ajeng warga kampung Cipaheut, tanggal 04 Juli 2015

kegiatan bakti sosial free vaksin pada tanggal 8 Desember 2015, beliau tidak mengetahui secara detail perusahaan PT. Biofarma, yang ia ketahui, Biofarma adalah perusahaan besar, dan sampai pada saat kegiatan pemberian vaksin, Ibu Ajeng baru mengetahui bahwa Biofarma adalah perusahaan yang memproduksi Vaksin dan Sera yang pada saat itu menjadi penyelenggara kegiatan pemberian vaksin gratis untuk masyarakat kampung Cipaheut.

Ibu Ajeng adalah salah satu contoh masyarakat yang mengubah cara pandangnya mengenai perusahaan Biofarma, ia beranggapan bahwa setelah kegiatan pemberian vaksin gratis, ia jadi lebih mengetahui mengenai perusahaan Biofarma, dan lebih mengetahui tentang manfaat vaksin influenza.

Tujuan dari *public relations* salah satunya adalah memperoleh opini yang positif dari publik, terlebih lagi bila melihat kondisi masyarakat yang menerima bantuan merupakan masyarakat yang kurang beruntung dalam segi ekonomi, maka dari hal tersebut, harus adanya kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) untuk ikut serta dalam memperbaiki tingkat kesehatan dan kualitas hidup masyarakat kearah yang lebih baik. Untuk hasil yang memuaskan maka perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitar, karena hal ini berpengaruh terhadap opini yang akan terbentuk. Seperti halnya yang diutarakan oleh Cutlip, Center&Broom dalam *Effective Public Relations* yang menjelaskan salah satu fungsi public relations, yaitu “*To Use Communication to influence public opinion*” (Yulianita, 2007:50)

Seorang *Public Relations Officer* harus mampu menggunakan komunikasi yang baik agar dapat mempengaruhi opini publik yang beredar di masyarakat,

opini public yang dimaksud adalah opini public yang positif mengenai perusahaan.

#### **4.2.4.3. Jumlah Masyarakat yang Mengubah Sikap**

Jumlah publik yang mengubah sikap merupakan dampak yang perlu diperhatikan. Namun perubahan sikap itu tidak selalu menjadi sasaran perubahan jangka pendek. Pengukuran perubahan sikap memerlukan waktu dan usaha dalam jangka waktu yang lama.

##### **1. Masyarakat lebih peduli akan kesehatan penyebaran virus influenza.**

Perubahan sikap yang kita harapkan setelah kegiatan ini tentunya perubahan sikap yang lebih kearah positif, kita berharap setelah pemberian vaksin ini, masyarakat lebih peduli pada kesehatan mereka, selain itu mereka akan lebih mandiri, dan akan lebih produktif dalam melaksanakan kegiatannya. Kalau masalah jumlah orang yang mengubah sikap, kami belum bisa mengukur secara pasti, karena perubahan sikap itu tidak sesederhana mengukur pengetahuan, mengukur perubahan sikap diperlukan treatment yang sama dan dalam pengawasan dalam jangka waktu panjang<sup>65</sup>

Perubahan sikap merupakan salah satu tujuan dari seorang komunikator. Dalam hal ini seorang komunikator sangat berperan penting untuk merubah sikap seorang komunikan. Suatu pesan akan mudah diterima dan menimbulkan perubahan sikap apabila pesan tersebut mempunyai struktur yang sistematis, kejelasan akan pesan yang disampaikan, nilai dan tujuan yang baik.

Tujuan kami dalam mengadakan program CSR ini selain sebagai bentuk kepedulian perusahaan dengan lingkungan, adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan, maupun mengenai vaksin. Karena kali ini kami memfokuskan kegiatan CSR dalam bidang kesehatan, maka tujuan kami untuk memberikan pengarahan, dan bimbingan kepada masyarakat, agar lebih peduli tentang kesehatan, khususnya dalam penyebaran virus influenza, apabila masyarakat sudah mulai lebih peduli

---

<sup>65</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky tanggal 03 Juli 2015

tentang kesehatan, maka secara tidak langsung, kami akan melihat perubahan sikap yang terjadi pada mereka.<sup>66</sup>

Menurut Bapak Zaki selaku kepala seksi Corporate Social Responsibility PT. Biofarma, dengan diadakannya kegiatan CSR pemberian vaksin, masyarakat diharapkan dapat mengubah sikap negatif menjadi sikap yang positif. Sikap positif yang dimaksud adalah, masyarakat bisa lebih peduli akan kesehatannya. Peran seorang komunikator dalam mempengaruhi publik untuk mengubah sikap kearah yang lebih baik sangatlah penting. PT. Biofarma sebagai perusahaan BUMN yang bergerak dalam pembuatan vaksin dan sera, mencoba merealisasikan hal tersebut, melalui program Corporate Social Responsibility kegiatan bakti sosial Free vaksin yang telah diselenggarakan pada tanggal 8 Desember 2014. Kegiatan tersebut diharapkan dapat merubah sikap masyarakat agar lebih memperhatikan kesehatan mereka.

#### **4.2.4.4 Jumlah Masyarakat yang Berbuat sesuai yang diharapkan**

Pada tahap ini seorang praktisi PR dapat melihat berapa banyak orang yang berbuat sesuai dengan yang mereka harapkan, sesuai dengan tujuan dari program yang mereka lakukan.

##### **1. Masyarakat mengerti akan bahaya virus influenza**

Tujuan diadakannya penyuluhan oleh pihak Biofarma adalah, agar masyarakat mengerti mengenai bahayanya virus influenza. Seperti yang telah dikatakan Ibu Rizky, bahwa didalam kegiatan pemberian vaksin terdapat penyuluhan yang didalamnya terdapat sesi tanya jawab. Dari sesi tersebut dapat diukur, seberapa banyak masyarakat yang aktif bertanya mengenai virus

---

<sup>66</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

influenza. dalam pelaksanaannya, banyak masyarakat yang bertanya kepada Dr. Erwan mengenai vaksin. Dengan banyaknya masyarakat yang bertanya, akan memberikan pengetahuan lebih kepada masyarakat, sehingga masyarakat akan lebih mengerti tentang bahaya virus influenza.

## 2. Masyarakat bersedia menerima vaksin Influenza

Harapan kita dalam kegiatan ini tidak lain adalah kegiatan bakti sosial free vaksin ini akan sukses, maksudnya sukses masyarakat banyak yang ikut berpartisipasi, aktif dalam sesi tanya jawab ketika penyuluhan, dan antusiasme yang besar dari masyarakat itu sendiri tentang program CSR yang kita buat. Sejauh ini yang perusahaan rasa, kegiatan CSR ini berjalan dengan sukses dan sesuai prosedur, masyarakat yang datang pun lumayan banyak, diluar ekspektasi<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa program CSR melalui kegiatan bakti sosial ini berjalan dengan sukses, hal ini dibuktikan dengan jumlah masyarakat yang hadir dan berpartisipasi akan kegiatan ini. Harapan awal dari pihak perusahaan tentang kegiatan ini diantaranya adalah

1. Masyarakat Kampung Cipaheut mendatangi *stand* (tenda) penyuluhan vaksin.
2. Masyarakat aktif dan antusias dalam kegiatan penyuluhan mengenai vaksin bersama Dr. Erwan.
3. Masyarakat ikut serta dalam pemberian vaksin gratis.
4. Masyarakat mengikuti rangkaian acara program CSR bakti sosial free vaksin sampai selesai.

---

<sup>67</sup> hasil wawancara dengan Bapak Zaki tanggal 03 Juli 2015

Dengan tercapainya harapan awal dari pihak perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan program CSR bakti sosial free vaksin yang telah diselenggarakan pada tanggal 8 Desember 2015 berjalan dengan sukses, hal itu dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang berbuat sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

#### 4.2.4.5 Jumlah Orang yang Mengulangi Perilaku

Pihak *Public Relations* PT. Biofarma Bandung sangat berusaha dalam mengupayakan suatu perubahan perilaku masyarakat, yakni merubah perilaku masyarakat yang negatif, menjadi positif melalui program CSR kegiatan bakti sosial free vaksin.

##### **1. Masyarakat akan rutin memvaksinasi diri mereka agar terhindar dari virus influenza.**

kalau saya sih gimana rejekinya aja, kalau ada uang untuk vaksin, ya vaksin, tapi kalau nggak ada nunggu gratisan lagi aja deh<sup>68</sup>

Ungkapan diatas adalah respon Ibu Siti sebagai warga kampung Cipaheut yang pernah mengikuti kegiatan pemberian vaksin gratis. Berdasarkan pernyataannya dapat dikatakan bahwa Ibu Siti akan kembali memvaksinasi dirinya, apabila ia memiliki anggaran lebih untuk melakukan vaksinasi di tahun depan. Sedangkan menurut Ibu Ajeng, ketika penulis mewawancarai mengenai vaksinasi secara rutin adalah sebagai berikut :

“Kalau gratis, mau deh kalau enggak, yaudah nggak juga gak apa apa”<sup>69</sup>

<sup>68</sup> wawancara dengan Ibu Siti, warga kampung Cipaheut, tanggal 04 Juli 2015

<sup>69</sup> wawancara dengan Ibu Ajeng tanggal 04 Juli 2015

Berdasarkan pendapat kedua narasumber sebagai pihak yang pernah mendapat vaksin gratis dari Biofarma, dapat penulis simpulkan, adanya kemungkinan mereka dalam mengubah perilaku, khususnya dalam cara mereka memperhatikan diri dengan memvaksinasi diri mereka secara rutin. Namun hal tersebut belum tentu terjadi, karena pengukuran sikap atau perilaku, membutuhkan waktu yang relatif panjang.

Dampak dari perencanaan sebuah program CSR yang baik, akan menimbulkan perubahan perilaku yang baik pula. Hal ini sangat berkaitan karena dalam perencanaan yang baik dan sistematis, akan menghasilkan tanggung jawab sosial yang baik pula. Perubahan perilaku yang diharapkan oleh pihak Biofarma adalah perubahan perilaku negatif menjadi positif, dan tentunya perilaku yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat ke depannya, dengan meningkatkan kualitas hidup.

Hal lain yang diharapkan dari Program Corporate Social Responsibility adalah adanya perubahan perilaku masyarakat. Dalam hal ini tentu perubahan perilaku masyarakat yang negatif menjadi perubahan yang positif, yang dimaksud perubahan positif yang adalah masyarakat lebih memperdulikan kesehatan dan akan rutin memvaksinasi diri mereka agar terhindar dari virus influenza<sup>70</sup>

Untuk mengukur seberapa banyak orang yang mengulangi perilaku diperlukan jangka waktu yang panjang. Mengingat evaluasi kesuksesan program dalam mengubah perilaku jangka panjang membutuhkan waktu observasi yang panjang dan pengukuran yang lama untuk mendokumentasikan dampak program. (Cutlip, Center&Broom, 2011: 433). Sehingga pengukuran dalam tahap ini

---

<sup>70</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky tanggal 03 Juli 2015.

belum dapat dilaporkan oleh Biofarma, karena pelaksanaan pemberian vaksin tersebut baru dilaksanakan sekitar 6 bulan lalu. Sedangkan pemberian vaksin influenza yang rutin adalah satu tahun sekali.

#### **4.2.4.6 Adanya Perubahan Kultural dan Sosial**

Tahap terakhir yang perlu dinilai dalam kesuksesan suatu program PR adalah adanya perubahan Kultural dan Sosial. Perubahan ini akan membawa dampak positif terhadap masyarakat serta dinilai oleh generasi masa mendatang. Maksudnya, perubahan yang positif akan menimbulkan opini yang baik, sehingga penilaian public mengenai perusahaan akan bersifat positif dan akan teringat oleh public hingga masa mendatang.

##### **1. Masyarakat menilai bahwa vaksinasi penting**

Melalui tahap wawancara, penulis dapat mengetahui bagaimana pendapat warga cipaheut mengenai pentingnya pemberian vaksin secara rutin. Menurut mereka, pemberian vaksin dalam hal mencegah penyebaran virus sangatlah penting, mengingat banyaknya jenis penyakit baru yang bermunculan dan perubahan cuaca yang membuat kondisi tersebut menurun, hal ini didukung oleh pernyataan Bapak Dedi selaku ketua RW 02 Kampung Cipaheut.

karena banyaknya penyakit baru bermunculan, menurut saya pemberian vaksin secara rutin itu perlu, sehingga kita terhindar dari penyakit dan virus influenza.

Mendengar pernyataan dari Bapak Dedi, bahwa menurutnya vaksinasi itu penting untuk mencegah virus influenza, sehingga tubuh dapat terlindungi dari serangan virus influenza, dan membentuk antibody agar kondisi tubuh terjaga dan dapat melakukan kegiatan secara produktif.

## **2. Masyarakat menilai bahwa PT. Biofarma merupakan perusahaan peduli lingkungan.**

Setelah kegiatan bakti sosial free vaksin ini, perusahaan mendapat beberapa testimoni atau opini yang muncul mengenai kegiatan CSR Biofarma, yang kami peroleh dari masyarakat yang bersangkutan adalah, masyarakat menilai bahwa kegiatan ini harus dilakukan secara berkelanjutan agar masyarakat daerah lain dapat merasakan manfaat dari program CSR yang dibuat oleh PT. Biofarma, selain itu penilaian masyarakat tentang perusahaan yakni, masyarakat senang karena Biofarma telah peduli, dan memperhatikan kesehatan masyarakat kampung Cipaheut<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis peroleh dari narasumber, bahwa adanya pandangan public yang positif mengenai PT. Biofarma setelah kegiatan Corporate Social Responsibility melalui bakti sosial free vaksin. Hal ini diutarakan oleh Ibu Rizky selaku Staff CSR di PT. Biofarma. Setelah kegiatan bakti sosial free vaksin tersebut, pihak Biofarma mewawancarai masyarakat yang ikut berpartisipasi secara acak untuk melakukan *monitoring*. Salah satu pertanyaan wawancara yang diajukan kepada masyarakat adalah, “Bagaimana Pandangan Masyarakat mengenai Perusahaan?” dan hampir semua menjawab bahwa mereka senang akan adanya kegiatan pemberian free vaksin ini, mereka menilai PT. Biofarma sebagai perusahaan BUMN yang peduli akan tingkat kesehatan masyarakat sekitar. Hal ini tentu berdampak baik bagi citra perusahaan, sehingga nama perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dengan prosedur yang sesuai dan berkelanjutan.

Penerapan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik. Selain itu manfaat CSR bagi perusahaan tidak hanya sekedar untuk menciptakan atau menjaga citra yang baik, juga untuk

---

<sup>71</sup> hasil wawancara dengan Ibu Rizky pada tanggal 03 Juli 2015

menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan stakeholder, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan.

