

Strategi Komunikasi Eksternal dalam Pelaksanaan Program CSR PT. Kai Divre III Palembang terhadap Sekolah Ywka Palembang

Siti Maharani Hardian

Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

e-mail: maharanisiti009@gmail.com

Abstrak

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. PT. KAI Divre III Palembang mempunyai strategi yang disusun sesuai dengan situasi dan kondisi saat ini, seperti dukungan dana untuk meningkatkan dan memajukan mutu pendidikan sekolah YWKA Palembang, tujuannya agar mampu menunjang dukungan fasilitas sekolah. Namun, pelaksanaannya menemui kendala karena tidak memungkinkan untuk menambah dana CSR perihal mendukung sekolah YWKA sesuai usulan yang diajukan. Tinjauan literatur deskriptif digunakan sebagai pendekatan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumen digunakan sebagai strategi pengumpulan data. Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa strategi pelaksanaan program yang dikembangkan oleh PT. KAI Divre III Palembang yaitu memberikan dukungan dana kepada sekolah YWKA. Strategi komunikasi, PT. KAI melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah YWKA, termasuk menghubungi pimpinan UPTD YWKA melalui telepon dan kemudian mengadakan pertemuan. Oleh karena itu, melaksanakan kegiatan program CSR memerlukan strategi komunikasi yang kuat. Berdasarkan temuan penelitian, pemberdayaan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari kegiatan CSR ketika dilaksanakan. karena tujuan utama kegiatan CSR ini adalah untuk memberdayakan masyarakat melalui teknik komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, CSR, Sekolah YWKA, PT.KAI*

Abstract

The Corporate Social Responsibility (CSR) strategy is the company's social responsibility towards society. PT. KAI Divre III Palembang has a strategy prepared in accordance with the current situation and conditions, such as financial support to improve and advance the quality of YWKA Palembang school education, the aim of which is to be able to support the support of school facilities. However, the implementation encountered obstacles because it was not possible to increase CSR funds to support YWKA schools according to the proposal submitted. A descriptive literature review was used as the research approach. This research uses data collection techniques such as interviews, observations, and documents as data collection strategies. Through the research carried out, the results obtained were that the program implementation strategy developed by PT. KAI Divre III Palembang provides financial support to YWKA schools. Communication strategy, PT. KAI made visits to YWKA schools, including contacting YWKA UPTD leaders by telephone and then holding meetings. Therefore, implementing CSR program activities requires a strong communication strategy. Based on research findings, community empowerment cannot be separated from CSR activities when implemented. because the main aim of this CSR activity is to empower the community through effective communication techniques.

Keywords: *Communication Strategy, CSR, YWKA School, PT.KAI*

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, terdapat peningkatan jumlah bisnis yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai CSR. Program CSR merupakan komitmen sosial yang mendorong dunia usaha untuk menjunjung prinsip bisnis, yang pelaksanaannya dilakukan dengan tetap mengedepankan kesopanan dan keadilan. Perusahaan juga perlu menerima

organisasi lain sebagai mitra bisnisnya untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Informasi ini menyasar konsumen, dunia usaha, dan pemerintah. Dengan berpartisipasi dalam mitra usaha, kegiatan usaha akan berubah menjadi kegiatan regional yang memberikan manfaat bagi semua pihak (Hedy Desiree et al., 2019).

Dalam hal melayani masyarakat umum, Kereta Api Indonesia sebagai sebuah bisnis tetap konsisten. Mereka berdedikasi untuk membina dan meningkatkan hubungan baik dengan wilayah sekitar. Dalam hal ini, satu-satunya proyek yang dikerjakan Bagian Humas PT. KAI merupakan proyek eksternal yaitu, satu-satunya proyek yang melibatkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan lingkungan Divisi III Palembang. PT. Kereta Api Indonesia Divre III Palembang melaksanakan program kerjasama tim dan peningkatan lingkungan hidup manusia. Inisiatif yang dilakukan saat ini merupakan salah satu cara PT. KAI berkontribusi kepada masyarakat yang berada dekat dengan stasiun. Tanggung jawab sosial perusahaan saat ini menjadi kebutuhan krusial bagi masyarakat kurang mampu. Pernyataan ini tertuang dalam Pasal 74 Undang-Undang No. 1 tentang Tanggung Jawab Kewirausahaan Sosial. 40 Tahun 2007, hal ini penting untuk perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam untuk memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial (Mahrinasari, 2019).

Melalui program CSR, dunia usaha mendorong masyarakat umum untuk berpartisipasi serta mengkomunikasikan ide, aspirasi, atau informasi lainnya, mengenai tujuan masing-masing organisasi. Hal ini, tentunya terkait dengan konsep pengembangan masyarakat, dan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh dunia usaha akan berjalan cepat jika dilakukan secara kooperatif dengan masyarakat setempat. Dengan adanya CSR ini, diharapkan masyarakat mampu mengembangkan potensi yang dimilikinya. sehingga dapat memberikan manfaat baik bagi masyarakat umum, maupun badan usaha dalam jangka panjang (Yogia & Wedayanti, 2018). Konsep CSR apa pun mengharuskan bisnis untuk memilikinya. Asumsi yang lebih luas adalah bahwa dunia usaha juga mempunyai niat baik terhadap organisasi lain termasuk konsumen, masyarakat lokal, pemerintah, kelompok lain, dan pekerja. Dalam hal ini, jika sebelumnya garis tanggung jawab perusahaan hanya berada pada tingkat keuangan (batang ketiga), sekarang kita akan membahas asas “tiga batang ke samping”, atau: Tiga pilar fokus perusahaan adalah finansial, sosial, dan lingkungan hidup, atau 3P (profit, people, planet) (Kholis, 2020).

Namun, dalam proses pelaksanaannya pemberdayaan masyarakat yang dicapai melalui program CSR tersebut seringkali menemui kendala, hal ini disebabkan karena dana CSR yang diberikan kepada sekolah YWKA belum sepenuhnya dapat memenuhi usulan yang diajukan oleh YWKA. Sekolah YWKA merupakan sekolah yang berada di bawah naungan PT. KAI yang berkonsentrasi dibidang pendidikan, maka semuanya harus dikembangkan melalui pendidikan Sehingga bisa mencapai visinya sebagai rumah pengabdian karakter bangsa. Dari permasalahan yang muncul, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan PT. KAI Divre III Palembang untuk melibatkan para pelaku usaha yang sadar sosial dalam program-program yang bermanfaat bagi masyarakat setempat. Alasan strategi komunikasi ini dikembangkan karena ditujukan khusus untuk digunakan saat meluncurkan program CSR agar bermanfaat bagi masyarakat umum.

Sebagai contoh, Penelitian Rasyid dkk yang dilakukan pada tahun 2015, menunjukkan bahwa saat ini terdapat permasalahan pada program operasional di kota Pekanbaru dekat PTPN V. Dikatakan bahwa munculnya permasalahan tersebut di atas, disebabkan oleh ketegangan komunikasi pada tahap awal proses. Dalam arti sempit, staf hanya memberikan informasi mengenai penerimaan proposal, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Oleh karena itu, masyarakat umum saat itu belum mengetahui adanya peringatan pinjaman PTPN V. Dari contoh permasalahan di atas, terlihat jelas bahwa komunikasi dengan masyarakat umum dalam lingkup program Kemitraan yang dilaksanakan CSR PTPN V hanya mengikuti satu kaidah yaitu komunikasi top-down. Jelasnya, CSR tidak memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Keadaan ini berkaitan dengan prinsip komunikasi dua arah yang sering disebut dengan komunikasi dua arah atau komunikasi antara dua lengkungan.

Dari permasalahan yang muncul, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. KAI Divre III Palembang. Strategi komunikasi merupakan sebuah konsep

yang telah banyak diterapkan di berbagai bidang ekonomi dan politik atau sering ditemukan dalam terminologi militer masa perang, namun kata “strategi” mengacu pada sekumpulan komponen atau elemen, metode komunikasi sangat spesifik tergantung pada konteks di dalamnya. dimana strategi komunikasi berlangsung. Universitas didirikan. yang kita hadapi agar berhasil atau efektif dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi dalam satu konteks atau situasi tidak akan sama persis di konteks atau situasi lain. Namun peranan, fungsi strategi komunikasi dalam suatu organisasi atau kegiatan komunikasi sangatlah penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Syarbaini et al., 2021). Berkaitan dengan strategi komunikasi, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mendatangi sekolah YWKA untuk memajukan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Alasan dibuatnya strategi komunikasi ini karena dirancang khusus dan digunakan pada saat melaksanakan program CSR, untuk mengangkat semangat masyarakat umum. Untuk teorinya menggunakan teori stakeholder, karena membantu meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup masyarakat, dan lingkungan sekitarnya, serta mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdernya. Teori stakeholder (Pemangku kepentingan) dinilai sesuai dalam membahas strategi komunikasi eksternal pada sekolah YWKA untuk jelasnya ada dimetode penelitian (Kholis, 2020).

METODE

Memanfaatkan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini mengacu pada pendapat Denzin dan Lincoln yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada konteks tertentu dan bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi saat ini, dengan memanfaatkan berbagai metode yang tersedia dalam penelitian kualitatif. Metode yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara dan observasi (Sidiq & Choiri, 2019). Penelitian ini dilakukan di Unit Hubungan Masyarakat (Humas) PT KAI Divre III Palembang, dengan menggunakan wawancara dan observasi langsung sebagai bagian dari pengumpulan data.

Menurut Sugiyono, wawancara adalah proses pengumpulan informasi yang dilakukan untuk kepentingan penelitian melalui pertanyaan terbuka antara pewawancara dan informan. Wawancara ini dapat dilakukan dengan atau tanpa panduan (wawancara tidak terstruktur), di mana kedua belah pihak berpartisipasi dalam percakapan sosial dalam jangka waktu yang cukup lama. Esterberg, seperti yang dikutip oleh Sugiyono, menyatakan bahwa wawancara adalah sarana berbagi informasi dan saran antara dua orang untuk menghasilkan ide atau gagasan mengenai suatu topik tertentu, yang nantinya digunakan untuk penulisan investigasi (Abubakar, 2021).

Penelitian ini juga mengacu pada teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory) yang menekankan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan harus mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak yang terdampak oleh tindakannya. Tidak hanya pemegang saham yang perlu dipertimbangkan, tetapi juga organisasi lain yang terpengaruh oleh operasional perusahaan tersebut (Anggusti, 2019). Oleh karena itu, dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR), partisipasi aktif dari masyarakat sangat penting untuk keberhasilan implementasinya. Susilo (2019) menjelaskan bahwa masyarakat dapat berperan dalam beberapa bidang, seperti melawan praktik bisnis yang tidak sejalan dengan prinsip CSR, meningkatkan investasi pada keterampilan dan kapasitas, serta meluncurkan inisiatif multi-pemangku kepentingan yang melibatkan masyarakat umum, korporasi, dan pemerintah untuk mengatasi berbagai permasalahan bersama.

Metode analisis data dalam penelitian ini melibatkan teknik redaksi data, sintesis data, dan verifikasi data. Reduksi data digunakan untuk mengidentifikasi informasi penting, memfokuskannya, dan memahami tema serta nuansanya. Temuan yang diterima kemudian disajikan dalam bentuk satu ide kunci. Data yang terkumpul berasal dari wawancara dengan informan, seperti Dewi Nurhayati, yang menjabat sebagai Humas PT KAI Divre III Palembang, dan Nurul Huda, Kepala UPTD YWKA (Organisasi Wanita Kereta Api), yang memberikan wawasan mengenai pelaksanaan CSR di perusahaan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian melalui wawancara, observasi, sumber buku, dan resensi. Wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara strategi komunikasi PR PT KAI Divre III Palembang dalam program CSR. Dari data tersebut, Strategi komunikasi dalam program CSR sangat diperlukan. seperti konsep teori stakeholder “hidup bersama demi kebaikan bersama” yang dapat dijadikan sebagai ciri dasar dalam pelaksanaan CSR untuk kesejahteraan tenaga kerja. Sehingga perusahaan dapat berkontribusi untuk kemaslahatan bersama antara staf dan perusahaan. Velasques menyadari bahwa persoalan CSR tidak lepas dari etika bisnis. Terungkap adanya komitmen moral suatu perusahaan terhadap karyawannya. Hal ini sejalan dengan tujuan Dewan Bisnis di Dunia, khususnya komitmennya terhadap etisme, operasional hukum, dan dukungan terhadap perekonomian sekaligus meningkatkan standar kualitas hidup pekerja dan keluarga mereka, sekaligus meningkatkan kualitas pekerjaan (Anggusti, 2019). Temuan berikut ini berdasarkan wawancara dengan masing-masing informan.

1. Cara Tahapan kerja CSR

Langkah-langkah yang diambil oleh dunia usaha sebagai bagian dari inisiatif CSR mereka adalah: menilai situasi dunia usaha saat ini dan mengidentifikasi bidang-bidang yang memerlukan perhatian khusus. Pemetaan Sosial, merupakan inisiatif PT PIM untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) berkolaborasi dengan FISIP Universitas Malikussaleh (UNIMAL) sebagai dokumen proyek jejaring sosial perusahaan. Untuk menyelesaikan pelaksanaan program secara stabil, efisien, dan efektif, pedoman yang dimaksud harus mampu memberikan petunjuk yang jelas dan konsistensi kebijakan dalam konsultasi dan pemberitahuan kepada seluruh unit usaha. Pada tahap Implementasi, atau pelaksanaan proyek, harus sesuai dengan dokumen CSR yang ada berdasarkan rencana yang telah disetujui sebelumnya. Tahap evaluasi dilakukan pada saat program selesai. Terakhir melakukan pelaporan, Tujuannya untuk menyediakan sistem informasi yang dapat digunakan untuk permintaan material dan relevan atas informasi material dan terkait bisnis. Selain melayani kebutuhan pemegang saham, juga melayani pemangku kepentingan lainnya (Jumadiyah et al., 2018).

2. Program CSR

Menjawab hal tersebut, informan mengatakan bahwa program CSR dibagi menjadi dua, yaitu Program Kemitraan Bantuan Pinjaman dan Bina Lingkungan. Untuk pengajuan kedua program yang telah diajukan semua proposal yang masuk disortir dan didahulukan wilayah yang dekat dengan operasional kereta api. kemudian proposal dicek oleh tim CSR Perusahaan dan dirapati bersama-sama berdasarkan kebutuhan kepentingan dan yang urgent. setelah itu dilihat terlebih dahulu berapa dana yang diberikan oleh perusahaan terhadap stakeholder. Setelah Tim CSR yang menyortir dan kantor pusat meng-acc proposal baru dilakukan penyerahan. Untuk program kegiatan CSR PT KAI dilaksanakan setiap tahun dengan waktu yang tidak bisa ditentukan dan pastinya setiap tahun pelaksanaan CSR dilakukan sampai beberapa kali. Dalam program CSR PT.KAI terbagi menjadi 2 program yaitu, program kemitraan dan program bina lingkungan. program kemitraan untuk memberikan modal, sedangkan program bina lingkungan untuk memberi bantuan keuangan kepada masyarakat umum.

a. Program Kemitraan

Merupakan program pemberdayaan usaha kecil, untuk menjadi tangguh dan mandiri dengan memberikan dukungan tambahan modal dengan jumlah pinjaman minimal per MB, sebesar Rp250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta rupiah), dengan tetap memperhatikan solvabilitas MB. Durasi pinjaman maksimal 3 (tiga) tahun, dengan biaya administrasi sekitar 6% setiap tahunnya. Terdapat tujuh (tujuh) bidang usaha yang masing-masing dapat menjadi Mitra Binaan yaitu, Industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan jasa. Kriteria menjadi mitra, Memiliki kekayaan minimal Rp 1–5 juta atau paling sedikit Rp 15 juta dalam omzet tahunan, tidak termasuk tanah dan konstruksi untuk usaha, Warga Negara Indonesia, Independen tidak mewakili anak perusahaan manapun, atau yang terafiliasi dengan perusahaan tersebut, baik yang sudah lama berdiri dan penting maupun tidak, Melakukan transaksi ekonomi mikro dan bisnis ke

dalam badan usaha swasta, atau melakukan transaksi bisnis ke dalam badan hukum, Memiliki kemampuan dan kecenderungan untuk berkembang secara komersial, dan Tidak memenuhi persyaratan lembaga keuangan perbankan atau non-bank.

b. Program Bina Lingkungan

Merupakan Program yang fungsinya, untuk memperbaiki kondisi sosial di BUMN, dengan memberikan bantuan keuangan kepada masyarakat umum di setiap provinsi Republik Indonesia, dengan prioritas diberikan kepada wilayah (PT KAI). Terdapat tujuh bidang pendukung seperti, Dukungan terhadap korban bencana, Bantuan pendidikan, Membantu meningkatkan kesehatan, Dukungan terhadap pembangunan fasilitas, Bantuan kepada lembaga keagamaan, Membantu melestarikan alam dan Bantuan sosial. Untuk Tata Cara Pengajuan Dukungan Bina Lingkungan PT KAI (Persero): Masyarakat memberikan instruksi kepada Tim Pelaksana, Tim telah menyelesaikan survei, terhadap pihak-pihak yang memerlukan dukungan, Berdasarkan hasil survei, tim pelaksana CSR daerah selanjutnya akan menilai apakah mereka layak menerima bantuan dan Distribusi Penyaluran Bantuan;

Kepedulian sosial Khususnya di sekitar tempat usaha beroperasi, perusahaan menimbulkan kerugian terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat umum. Sebagaimana yang dinyatakan oleh informan:

"Program CSR ada 2, yaitu Program kemitraan dan Bina Lingkungan. Proposal yang diajukan berdasarkan kepentingan dan kebutuhan mendesak."

Ketika informan ditanyakan mengenai program csr, ia mengatakan bahwa program CSR terbagi menjadi program kemitraan dan program bina lingkungan. Program kemitraan Untuk memenuhi kebutuhan finansial inisiatif Mitra Binaan yang bersifat pinjaman tambahan dan jangka pendek untuk mencapai tujuan mengurangi jumlah uang yang diterima organisasi dari rekanannya, sedangkan Program Bina Lingkungan tidak bergantung pada "untung" yang dipenuhi ketika perusahaan yang bersangkutan mulai melakukan kegiatan usahanya.

3. Sekolah YWKA

Yayasan Wanita Kereta Api, dikenal juga dengan nama YWKA, IWKA, atau Persatuan Wanita Ke retina Api, adalah organisasi perempuan yang didirikan pada tanggal 31 Agustus 1955 oleh anggota Departemen Urusan Kereta Api (DKA). Memiliki rasak nasionalisme yang tinggi dan minat terhadap pendidikan, mendorong IWKA untuk mendirikan taman kanak-kanak, di daerah yang belum ada sekolah negeri yang didirikan pemerintah, serta membantu pegawai perusahaan, karena tugasnya harus meninggalkan sekolah negeri. lembaga pendidikan bagi anak-anaknya. Jumlah TK yang awalnya diciptakan kemudian bertambah menjadi 40 individu aktif di sekitar Pulau Jawa dan Sumatera.

Organisasi ini bekerja dengan tujuan memfasilitasi dan menyelesaikan perselisihan antar peserta tanpa memperhitungkan perbedaan keyakinan politik, agama, atau filosofi, pangkat atau derajat, atau afiliasi lainnya. Mereka juga mempunyai misi untuk membantu pemerintah di bidang pendidikan, dan kemudian mereka melaksanakan programnya tepat waktu. lembaga pendidikan di beberapa lembaga SMEA, SMP, dan SD.

Dinamika organisasi perempuan yang terjadi di Indonesia pada tahun 1979-an, merupakan terjadinya perubahan bentuk organisasi IWKA, mempengaruhi keputusan mereka untuk mendonasikan asetnya kepada Yayasan PusakaChina (Pusat Kesejahteraan Pegawai Kereta Api). Berdasarkan kondisi tersebut, Yayasan Pusaka mendorong dibentuknya subdana pada tahun 1980 dengan nama Yayasan Wanita Kereta Api (YWKA), sesuai dengan akta notaris yang ditandatangani oleh Raden Soegeng Dirdjosisworo.

Di bidang pendidikan, YWKA bergerak maju di bawah kepemimpinan IWKA dalam mengembangkan sistem pendidikan tinggi mulai dari TK hingga SMK. Penyelenggaraan satuan pendidikan, lebih banyak dilakukan untuk mendukung program pemerintah, sehingga visi YWKA semuanya ditujukan pada tujuan yang sama yaitu pendidikan untuk kehidupan bangsa.

Menjawab tentang apa peran PT KAI terhadap sekolah YWKA informan mengatakan bahwa Peran CSR ini sangat besar, selain dapat membanth pembangunan sarana dan

prasarana sekolah, Sekolah YWKA juga merupakan sekolah yayasan milik PT KAI. Dalam hal ini m, Bantuan CSR ini sangat berperan penting dalam pembangunan sarana dan prasarana demi meningkatkan dan memajukan pendidikan dengan dukungan/bantuan dari PT KAI. Untuk komunikasinya itu sendiri, PT KAI langsung menghubungi kepala UPTD YWKA dan informasinya juga disampaikan secara berulang-ulang bukan satu kali. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Informan :

"Peran CSR ini sangat besar dalam pembangunan sarana dan prasana sekolah demi untuk meningkatkan dan memajukan pendidikan sekolah."

Ketika ditanya mengenai peran csr, informan menjawab bahwa peran tersebut memiliki dampak yang sangat besar terhadap kepada sekolah YWKA, karena sebagai wujud tanggung jawab PT. Kereta Api Indonesia dalam memajukan pendidikan sekolah. Program bantuan pendidikan ditawarkan kepada sekolah ywka sebagai salah satu bentuk keikutsertaan perusahaan dalam membantu pembinaan lingkungan masyarakat yang cerdas secara emosional, spiritual, dan intelektual.

4. Strategi Komunikasi

Humas PT KAI Divre III Palembang dapat menjalankan strateginya dalam melaksanakan program CSR yang dilakukan perusahaan khususnya sekolah YWKA (Yayasan Wanita Kereta Api). PT KAI Divre III Palembang menghubungi terlebih dahulu pihak sekolah YWKA yaitu Kepala UPTD Wilayah YWKA Palembang sesuai usulan yang diajukan sekolah YWKA. Selanjutnya PT KAI mengadakan rapat penyampaian proposal CSR untuk dikirim ke kantor pusat di Bandung dan kantor pusat meng-acc, kemudian dikirim kembali ke daerah, PT KAI regional mengumumkan bersama YWKA mengenai perkembangan pelaksanaan CSR. Mengenai cara komunikasinya, dilaporkan melalui telepon dan kemudian dilanjutkan pertemuan mengenai besaran dana hibah ke sekolah YWKA. Sebagaimana yang dinyatakan informan :

"Terkait waktu pelaksanaan itu dikabarkan lewat by phone, kemudian baru lanjut mengadakan pertemuan."

Ketika informan ditanyakan mengenai kendala atau hambatan, ia mengatakan bahwa Bantuan Dana CSR yang diberikan ke sekolah YWKA tidak bisa sepenuhnya sesuai proposal yang diajukan oleh YWKA, proposal permohonan dana yang diajukan sekolah YWKA untuk ke PT KAI Divre III Palembang juga tidak bisa langsung disetujui, harus melalui proses usulan terlebih dulu ke kantor Pusat Bandung, setelah di acc baru dilakukan pelaksanaan CSR ke YWKA. Sebagaimana yang dinyatakan Informan :

" Dalam program CSR untuk proposal permohonan dana tidak bisa langsung disetujui harus melalui kantor pusat Bandung terlebih dulu."

Dengan informasi yang diberikan, jelas bahwa strategi komunikasi CSR yang ditujukan kepada sekolah-sekolah YWKA merupakan salah satu bidang investasi terbesar perusahaan. Hal ini diperlukan guna membina hubungan kerjasama antara dunia usaha dengan masyarakat umum dalam hal meningkatkan citra perusahaan. Diharapkan pihak perusahaan yang meluncurkan program tersebut dapat melaksanakannya dan mengedepankan komunikasi agar dapat berjalan efektif. Berdasarkan data yang diperoleh sejalan dengan strategi komunikasi yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (persero) Divre III Palembang.

SIMPULAN

Dari hasil data, dan validasi teori stakeholder yang menjelaskan masalah, dapat diambil kesimpulan antara lain pentingnya strategi komunikasi dalam upaya perbaikan dan peningkatan pendidikan sekolah YWKA. Melalui program Bina Lingkungan, yang didasarkan pada konsep Humas dengan metode deskriptif kualitatif. Program CSR PT. KAI sudah semakin meningkat dan membaik, disebutkan berhasil menyalurkan dukungan dana dan sosialisasi program CSR dengan mendukung sekolah YWKA dalam program pengembangan komunitas, sehingga sekolah YWKA dapat meningkatkan sarana dan prasarana. di bidang yang tidak sesuai atau tidak dapat digunakan. Peran PT. KAI adalah menjadi pihak yang memfasilitasi antara perusahaan dengan sekolah YWKA. Strategi yang digunakan CSR PT. KAI khususnya dengan menghubungi YWKA

melalui telepon terkait pengajuan proposal permintaan pendanaan di kantor pusat kemudian mengatur pertemuan dengan pihak sekolah YWKA.

Peneliti memberi saran kepada peneliti lain agar dapat majudan menyempurnakan deskripsi program CSR, berdasarkan kehumasan. sangat berharap bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan konsep tersebut dan metode pengumpulan data yang berbeda. Data yang juga diproses membantu menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam dan memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. Antasari Press. <https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf>
- Anggusti, M. (2019). *Pengelolaan perusahaan dan kesejahteraan tenaga kerja* (Issue 021).
- Hedy Desiree, J. R., Revleen, M. Kaparang, Jerry Sonny, Lintong, & N. Tangon. (2019). Tanggung jawab sosial institusi pendidikan tinggi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Jumadiyah, M., Manfarisyah, Sastro, M., & Herinawati. (2018). *Penerapan prinsip corporate social responsibility di Provinsi Aceh*. Unimal Press, 2.
- Kholis, A. (2020). *Corporate social responsibility: Konsep dan implementasi*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Mahrinasari. (2019). *Model corporate social*. Myria Publisher.
- Sidiq, & Choiri. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf>
- Susilo, D. (2019). *CSR dalam tinjauan praktis komunikasi*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, media dan strategi* (pp. 127–135).
- Yogia, M. A., & Wedayanti, M. D. (2018). *Corporate social responsibility (CSR) dan ekologi administrasi publik: Teori stakeholder*. Marpoyan Tujuh.