

**AKTIVITAS CSR PT ANGKASA PURA I JUANDA  
SURABAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA  
PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM  
KESEHATAN KELILING**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:  
CRISHIA RHISMAWATI  
NIM : 1813211070**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
TAHUN 2022**

**AKTIVITAS CSR PT ANGKASA PURA I JUANDA  
SURABAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA  
PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM PELAYANAN  
KESEHATAN KELILING**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



**Disusun Oleh:  
CRISHIA RHISMAWATI  
NIM : 1813211070**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
TAHUN 2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan  
Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
(S1) Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya**

**Disusun Oleh :**

**CRISHIA RHISMAWATI**

1813211070

Tanggal Ujian : 24 Mei 2022

Periode Wisuda : 2022

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si.

NIDN : 0701076602

Dra. Rini Ganefwati, M.Si.

NIDN : 0711116301

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan  
Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi  
Universitas Bhayangkara Surabaya**

**Disusun Oleh :**  
**CRISHIA RHISMAWATI**  
1813211070

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si.  
NIDN : 0701076602

Dra. Rini Ganefwati, M.Si.  
NIDN : 0711116301

Penguji I

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi  
Penguji II

Penguji III

Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si.  
NIDN : 0701076602

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.  
NIDN : 0706077106

Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.  
NIDN : 0730017201

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dra. Tri Prasetijowati, M.Si.  
NIDN : 0727076701

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.  
NIDN : 0706077106

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **CRISHIA RHISMAWATI**  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 29 Oktober 1998  
NIM : 1813211070  
Fakultas / Program Studi : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi**

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**AKTIVITAS CSR PT ANGKASA PURA I JUANDA DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM PELAYANAN KESEHATAN KELILING**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya, 08 Mei 2022  
Yang Membuat Pernyataan

Mtr 6rb

**CRISHIA RHISMAWATI**

## **MOTTO**

**“Hidup ini serupa embun, yang hanya sebentar kemudian menghilang, dan dilupakan orang. Maka tidak ada yang perlu dikejar mati-matian, selain belajar bersabar dan bersyukur”**

..

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, nikmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Aktivitas CSR Untuk Meningkatkan Citra Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling Pada PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya”**

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Brigjen. Pol (Purn) Drs. Edy Prawoto, S.H. M.Hum Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Prasetijowati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Bapak Julyanto Ekantoro.SS.SE.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya.
4. Ibu Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sangat baik kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Rini Ganefwati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya.
7. Bapak Ibu dan juga kakak saya yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, semangat, dan doa tanpa pamrih.
8. Terimakasih untuk Dody, Iga, Frida, Agatha yang memberikan semangat dan tak lupa untuk seluruh teman – teman mahasiswa angkatan 2022 yang telah berjuang menyelesaikan skripsinya di masa pandemi virus Covid-19 ini dan banyak membantu penulis serta memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan untuk membantu dalam penyempurnaan dikemudian hari, namun penulis berharap semoga skripsi sederhana ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 23 Mei 2022

Penulis

**CRISHIA RHISMAWATI, 2022, AKTIVITAS CSR PT ANGKASA PURA I  
JUANDA SURABAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA  
PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM KESEHATAN KELILING**

**Crishia Rhismawati<sup>1)</sup>, Ratna Setyarahajoe<sup>2)</sup>, Rini Ganefwati<sup>3)</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: [crishiarhis1@gmail.com](mailto:crishiarhis1@gmail.com)<sup>1)</sup>, [ratna@ubhara.ac.id](mailto:ratna@ubhara.ac.id)<sup>2)</sup>, [riniganef@ubhara.ac.id](mailto:riniganef@ubhara.ac.id)<sup>3)</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktivitas CSR (*Corporate social Responsibility*) PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan. oleh karena itu salah satu cara yang dilakukan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya untuk meningkatkan citra perusahaan adalah melalui program pelayanan Kesehatan keliling khususnya di kecamatan Sedati.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi. Dengan informan yang di wawancarai adalah *Corporate Social Responsibility Officer* PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dan Kepala desa Segoro Tambak Kecamatan Sedati.

Hasil penelitian dari aktivitas CSR yang dilaksanakan PT Angkasa Pura I dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan Kesehatan keliling menghasilkan citra atau persepsi yang sangat baik dari masyarakat sekitar perusahaan dengan adanya program pelayanan Kesehatan keliling dapat membantu perkembangan Kesehatan masyarakat terutama pada bayi dan balita yang mengalami keterlambatan perkembangannya.

Kata kunci : Aktivitas, Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan.

**AKTIVITAS CSR PT ANGKASA PURA I JUANDA SURABAYA DALAM  
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM  
KESEHATAN KELILING**

**Crishia Rhismawati<sup>1)</sup>, Ratna Setyarahajoe<sup>2)</sup>, Rini Ganefwati<sup>3)</sup>**

Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences

Bhayangkara University Surabaya

Email: [crishiarhis1@gmail.com](mailto:crishiarhis1@gmail.com)<sup>1)</sup>, [ratna@ubhara.ac.id](mailto:ratna@ubhara.ac.id)<sup>2)</sup>, [riniganef@ubhara.ac.id](mailto:riniganef@ubhara.ac.id)<sup>3)</sup>

**ABSTRACT**

This research was conducted to find out how the CSR (Corporate Social Responsibility) activities of PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya in improving the company's image. Therefore, one way that PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya does to improve the company's image is through a mobile health service program, especially in the Sedati sub-district.

The method uses a qualitative descriptive research method. By using data collection techniques from interviews, observations and documentation. The informants interviewed were the Corporate Social Responsibility Officer of PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya and the village head of Segoro Tambak, Sedati District.

The results of research from CSR activities carried out by PT Angkasa Pura I in improving the company's image through mobile health service programs produce a very good image or perception from the community around the company its development.

Keywords: Activities, Corporate Social Responsibility, Corporate Image.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Definisi Konsep.....	7
1.5.1 Aktivitas .....	7
1.5.2 CSR (Corporate Social Responsibility) .....	7
1.5.3 Citra/Image Perusahaan .....	9
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.6.1 Jenis Penelitian .....	10
1.6.2 Lokasi Penelitian .....	11

1.6.3	Subjek atau Objek Penelitian .....	11
1.6.4	Fokus Penelitian .....	11
1.6.5	Sumber Informasi .....	11
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data .....	12
1.6.7	Teknik Analisa Data .....	12
1.6.8	Langkah-Langkah Penelitian.....	13
<b>BAB II</b> .....		<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....		<b>14</b>
2.1	Penelitian Terdahulu .....	14
2.2	Kerangka Konseptual .....	16
2.3	Landasan Teori.....	16
2.4	Deskripsi Konseptual .....	18
2.4.1	Definisi CSR .....	18
2.4.2	Tujuan dan Manfaat CSR bagi perusahaan .....	20
2.4.3	Prinsip-prinsip CSR .....	22
2.4.4	Cara-Cara Berkontribusi Corporate Social Responsibility untuk Komunitas dan Masyarakat .....	22
2.5	Citra Perusahaan .....	23
2.5.1	Definisi Citra Perusahaan.....	23
2.5.2	Proses Pembentukan Citra .....	26
<b>BAB III</b> .....		<b>30</b>
<b>GAMBARAN UMUM PT ANGKASA PURA I JUANDA SURABAYA</b> .....		<b>30</b>
3.1	Sejarah Perusahaan.....	30
3.2	Visi dan Misi.....	32
3.3	Nilai-Nilai Perusahaan .....	33

3.4	Logo Perusahaan .....	33
3.5	Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I .....	35
3.6	Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya.....	36
3.7	Job Deskripsi.....	37
3.8	Penghargaan PT Angkasa Pura I Pada Tahun 2021 .....	40
BAB IV .....		43
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....		43
4.1.	Penyajian Data .....	43
4.2.	Analisis Data.....	49
4.2.1.	Aktivitas CSR PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan kesehatan keliling. ....	50
4.2.2.	Proses CSR PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan. ....	53
4.3.	Pembahasan .....	55
BAB V.....		62
PENUTUP .....		62
5.1	Kesimpulan .....	62
5.2.	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		65
LAMPIRAN .....		67
	Pedoman Wawancara.....	69
	Dokumentasi.....	70
	Surat Izin Penelitian.....	71
	Kartu Bimbingan.....	72

## DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian terdahulu.....	14
-----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka konseptual.....	16
Gambar 2. 2 Proses pembentukan citra.....	26
Gambar 3. 1 Nilai-nilai perusahaan .....	33
Gambar 3. 2 Logo perusahaan.....	33
Gambar 3. 3 Struktur oorganisasi PT Angkasa Pura I.....	35
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I Juanda .....	36

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dampak negatif kegiatan bandar udara terhadap lingkungan dan fasilitas umum lainnya belum banyak mendapat perhatian. Pengaduan tentang masalah lingkungan masih sangat jarang. Perubahan dramatis dalam operasi juga didorong oleh memburuknya kondisi lingkungan bandara, sebagian karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan secara umum. Secara khusus, peningkatan pesat dalam aktivitas penerbangan dan keberadaan pesawat besar yang dilengkapi dengan mesin jet menjadi salah satu alasan.

Kebisingan adalah salah satu efek yang paling umum ditemui di bandara, dan mungkin yang paling sulit dikendalikan. Efek negatif kebisingan terhadap kesehatan manusia dapat bersifat jangka panjang (kronis), dan efek yang terjadi biasanya bersifat serius atau bahkan irreversible. Jumlah dan waktu penerbangan harian dapat mempengaruhi tingkat ketidaknyamanan warga sekitar bandara.

Dalam perkembangan dunia bisnis tidak hanya keuntungan dan kegiatan produksi saja yang perlu diperhatikan, tetapi juga perkembangan hubungan sosial perusahaan dengan lingkungan sekitar. Seiring waktu, wawasan menjadi jelas bahwa lingkungan sosial atau masyarakat juga bagian penting dari perkembangan perusahaan.

Pentingnya kesadaran bagi beberapa perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial, karena terdapat persepsi yang berkembang bahwa kegiatan perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi lingkungan sosial dan lingkungan fisik yang

dekat dengan kegiatan perusahaan. Kegiatan yang bersifat sosial ini pada akhirnya akan menjadi kegiatan esensial dari perusahaan yang memiliki banyak dampak positif terhadap lingkungan. Dan kegiatan sosial tersebut dinamakan Corporate Social Responsibility (CSR) (Afifah, 2019).

Di sisi lain, undang-undang tentang perseroan terbatas mensyaratkan bahwa salah satu kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus dipenuhi dalam bentuk kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar (Yustina, 2015) Dalam Peraturan Nasioanl menetapkan tentang kewajiban Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas adalah oleh UU (Undang-Undang Tahun 2007) tentang Perseroan Terbatas No. 40 Keputusan tercantum dalam Pasal 74 (1) dan ditulis sebagai berikut. Perusahaan yang mengoperasikan di wilayah dan/atau terkait dengan sumber daya wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka.(Rahmadany, 2021)

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan untuk kepedulian sosial dan ekologi, sehingga tidak mengabaikan kemampuan perusahaan. Dalam melaksanakan inisiatif ini, perusahaan perlu mempertimbangkan dan menghormati tradisi budaya komunitas disekita perusahaan mereka. CSR adalah konsep yang memungkinkan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam semua aspek operasi bisnis mereka. Pelaksanaan CSR berdampak pada keberlangsungan sebuah perusahaan. Harus didasarkan tidak hanya pada faktor keuangan murni seperti dalam hal keuntungan

dan dividen, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan saat ini dalam jangka panjang.(Ginting, 2007).

Stakeholder terpenting bagi perusahaan adalah masyarakat. Masyarakat yang secara tidak langsung merasakan semua detail polis yang dikeluarkan oleh perusahaan. Masyarakat juga terikat erat dalam membangun citra perusahaan hal Ini merupakan pilar masa depan dan garis hidup perusahaan. Mengingat citra lahir di benak seseorang, dan citra yang terbentuk tidak selalu merupakan citra positif. Citra positif dapat dibentuk melalui kegiatan atau aktivitas yang merujuk kepada positif misal kegiatan sosial, Kesehatan, kepedulian lingkungan, ekonomi sosial dsb. Begitu juga sebaliknya citra negative dibentuk dari kegiatan yang tidak memiliki manfaat bagi kehidupan kedepan.

Pelaksanaan program CSR adalah salah satu bentuk penerapan model tata kelola perusahaan yang baik. Konsep ini bertujuan untuk mengembangkan masyarakat yang produktif dan secara langsung maupun tidak langsung melibatkan masyarakat di dalam dan di luar perusahaan, walaupun perusahaan hanya memberikan kontribusi kepada masyarakat tetapi diharapkan dapat membangun masyarakat yang sesuai dengan bidang pada masing-masing daerah.

Perkembangan era modern saat ini terus berlanjut dan meningkat termaksud pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Berbicara mengenai Kesehatan pada masyarakat tidak hanya tentang epidemiologi penyakit, gizi, kesehatan lingkungan, ilmu perilaku, dan pendidikan, tetapi juga bagaimana upaya untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat dengan pemberantasan penyakit,

peningkatan kebersihan lingkungan, perbaikan gizi dan perbaikan perilaku kesehatan masyarakat (Notoatmodjo, 2011).

Ibu hamil dan balita merupakan kelompok yang rentan terhadap gizi buruk. Malnutrisi pada ibu hamil dapat mempengaruhi proses tumbuh kembang janin dan kecacatan. Pada kelahiran Bayi Berat Lahir Rendah (BBLR). Berdasarkan laporan bulanan gizi di Kecamatan Sedati diperoleh data kunjungan dari 1,919 ibu hamil, sebanyak 2% ibu hamil mengalami Kekurangan Energi Kronis (KEK) atau sekitar 30 orang.

Sedangkan dari 8.708 balita di Kecamatan Sedati, terdapat sekitar 170 anak atau 2% yang memiliki status gizi kurang. Berdasarkan data tersebut maka dipandang perlu diselenggarakan Pemberian Makanan Tambahan (PMT) Pemulihan.

PMT Pemulihan merupakan upaya Puskesmas Sedati untuk meningkatkan status gizi hamil dan balita BGM (Bawah Garis Merah). PMT Pemulihan yang diberikan terdiri dari 2 jenis, yaitu PMT pabrikan dan PMT Lokal. Pemberian PMT local bertujuan agar makanan yang diberikan lebih bisa diterima oleh ibu hamil KEK dan balita BGM karena menggunakan bahan-bahan local yang sering dikonsumsi oleh masyarakat.

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Internasional Juanda merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan pelayanan lalu lintas udara dan operasional bandar udara di Indonesia. Berfokus pada layanan di Indonesia tengah dan Indonesia timur. Saat ini, perusahaan yang berbasis di Jasa Transportasi Udara telah berkembang di Indonesia. PT. Angkasa Pura 1 (Persero)

Bandar Internasional Juanda semakin memantapkan posisinya untuk memberikan pelayanan terbaik.

PT. Angkasa Pura (Persero) Bandar Internasional Juanda telah melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan atau kegiatan CSR yaitu dalam kegiatan pelayanan Kesehatan keliling yang bekerjasama dengan puskesmas kecamatan Sedati Sidoarjo Jawa Timur. Aktivitas program pelayanan Kesehatan yang terbagi dengan dua tujuan yakni tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum yang berupa program pelayanan untuk meningkatkan berat badan ibu hamil dan balita BGM (Bawah Garis Merah). Sedangkan tujuan khusus yang berupa program pemberian makanan tambahan pada ibu hamil yang beresiko KEK (Kekurangan Energi Kronis) dengan pita LILA (Lingkar Lengan Atas) <23,5 cm dan pemberian makanan tambahan pada balita yang beresiko gizi kurang dengan berat badan BGM (Bawah Garis Merah).

Dalam pelaksanaan bantuan untuk masyarakat khususnya kawasan Kecamatan Sedati PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya telah mempersiapkan aspek-aspek untuk mendukung program tersebut agar berjalan dengan baik serta memberikan kepedulian, kesejahteraan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan.

Maka dengan adanya fenomena tersebut peneliti berfokus pada bagaimana aktivitas CSR di PT. Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program kesehatan keliling. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai “Corporate Social

Responsibility (CSR) dalam meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas peneliti memberikan rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu bagaimana Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan kesehatan keliling.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan kesehatan keliling.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, yaitu :

- a) Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berupa fakta yang rinci, serta melibatkan penelitian terdahulu sebagai pedoman atau acuan untuk memperoleh ilmu serta pengetahuan terhadap pengembangan dalam bidang studi Ilmu Komunikasi khususnya pada Public Relations.
- b) Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara langsung, detail dari lapangan dengan menggunakan teori-teori yang sudah diterapkan. Sehingga penelitian ini dapat menjadi bukti, serta pengetahuan terhadap pihak perusahaan penyedia jasa transportasi udara.

## **1.5 Definisi Konsep**

### **1.5.1 Aktivitas**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) aktivitas adalah kegiatan kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilakukan oleh setiap bagian dari perusahaan atau organisasi. Aktivitas didefinisikan dalam sosiologi sebagai semua bentuk aktivitas ada dalam masyarakat karena saling mendukung dan kerjasama disebut kegiatan sosial, baik berdasarkan lingkungan atau ikatan keluarga. Ada banyak aktivitas, aktivitas dan kesibukan dalam kehidupan sehari-hari "Apa yang orang-orang lakukan, Apakah kegiatan itu berarti atau tidak". Menurut Samuel Soeitoe, aktivitas setiap orang berbeda-beda, karena dianggap sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhannya, bukan sekadar aktivitas. (Bahasa, 1990)

Aktivitas dalam kamus besar juga didefinisikan sebagai "keaktifan, kegiatan, kerja atau salah satu tugas yang dilakukan dalam setiap bagian di dalam perusahaan. Sejalan dengan tersebut bahwa aktivitas adalah kegiatan, keaktifan, dan kesibukan. Sedangkan dari pembelajaran kamus Bahasa Indonesia merupakan sebuah "proses", cara perbuatan menjadikan orang atau makhluk hidup belajar. Berarti secara umum aktivitas merupakan pembelajaran segala kegiatan yang dilaksanakan dalam proses menjadikan sebuah hasil/tujuan. (Miranda, Mengelolah Aktivitas Pembelajaran di Sekolah Dasar, 2019)

### **1.5.2 CSR (Corporate Social Responsibility)**

Menurut final draf ISO 26000 sebagai Guidance on Social Responsibility menjelaskan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sosial organisasi terhadap dampak keputusan dan kegiatannya pada masyarakat

dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab tersebut harus mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. (Putra, 2019)

Perubahan sosial sampai ekonomi dan budaya merupakan proses alam yang tak terbandung. Tanggung jawab perusahaan adalah meminimalkan kontribusi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari perubahan tersebut. Ellington merumuskan area tanggung jawab dan menggambarkannya dalam model triple bottomline: manusia, planet, dan kepentingan. Meskipun representasinya sekilas sederhana, penerapannya melibatkan banyak aspek, seperti mengoptimalkan berbagai variabel dan menyesuaikan dengan kondisi spesifik perusahaan atau lingkungan.. (Elkington, 1998)

CSR dan sustainability pada dasarnya ialah merajut dan menggerakkan elemen people, planet dan profit dalam satu kesatuan intervensi. Berikut adalah cara pandang isu yang terkait dengan CSR dari people, planet dan profit:

#### 1. Isu lingkungan sebagai dampak operasional perusahaan

Dalam konteks triple bottom line, selain meminimalkan dampak negatif kegiatan usaha terhadap lingkungan biofisik, konteks ini adalah kelayakan dan keberlanjutan ekologi, sosial dan ekonomi perusahaan, juga harus dipertimbangkan sebagai upaya mempertahankan pembangunan.

## 2. Isu ekonomi sosial pada masyarakat

Isu kemiskinan dan kebodohan di daerah pinggiran dalam konteks triple bottom line harus dilihat sebagai isu lingkungan dan keuntungan perusahaan. Dimana strategi perusahaan harus diintegrasikan dengan cara meningkatkan kualitas dan kapasitas masyarakat agar dapat menghidupkan perekonomian dan pengembangan berkelanjutan.

## 3. Isu Pendidikan dan Kesehatan

Kualitas sumber daya manusia yang rendah disekitar perusahaan harus di perhatikan oleh perusahaan sebagai masalah faktor input untuk sector industrinya. Hal yang dapat dilakukan adalah memberikan fasilitas Kerjasama antara perusahaan dengan instansi pemerintah melalui program Pendidikan dan Kesehatan masyarakat sekitar persusahaan. (Nuridzal M. Rachman)

### **1.5.3 Citra/Image Perusahaan**

Citra menurut Khasali yaitu kesan yang ada karena pemahaman akan suatu kenyataan. Citra meampakkan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Terdapat tiga hal penting dalam citra, yaitu : kesan obyek, proses terbentuknya citra, dan sumber terpercaya. Obyek meliputi individu maupun perusahaan yang terdiri dari sekelompok orang didalamnya. Citra dapat terbentuk dengan memproses informasi yang tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan citra pada obyek dari adanya penerimaan atau penolakan informasi. Sumber informasi dapat berasal dari perusahaan secara langsung atau pihak-pihak lain secara tidak langsung. Citra perusahaan menunjukkan kesan obyek terhadap

perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi. (Dr. Asmara Indahingwati, 2019)

Citra suatu organisasi atau perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat umum tentang perusahaan tersebut. Citra ini dapat memberikan kesan nama perusahaan, arsitektur, berbagai produk, tradisi, ideologi, dan kualitas komunikasi setiap karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan perusahaan. Citra perusahaan dapat secara selektif dipersepsikan sebagai citra spiritual, karena kesan keseluruhan dari karakteristik perusahaan membentuk citra perusahaan di mata publik. Setiap perusahaan dapat memiliki banyak gambar, tergantung pada kondisi interaksi dengan kelompok yang berbeda seperti pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan pemasok. Setiap kelompok memiliki citra tersendiri karena memiliki pengalaman dan hubungan yang berbeda dengan perusahaan, maka terdapat citra negatif dan positif. (Dra. Fullchis Nurtjahjani, 2018)

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Menurut Denzin & Lincoln (1994), penelitian kualitatif adalah penelitian berlatar belakang alamiah yang bertujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode yang ada. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang termasuk dalam penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi fakta, situasi, fenomena, variabel, dan situasi yang terjadi selama penelitian untuk menyajikan data yang bersifat apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan

menceritakan data dalam kaitannya dengan situasi saat ini, sikap, dan pandangan yang terjadi di masyarakat. (Albi Anngito, 2018)

### **1.6.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di PT Angkasa Pura I Bandara Juanda Surabaya, Jl. Ir. H. Juanda, Betro, Sedati Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur, 61253, Web: <https://juanda-airport.com/id>, Phone: T1 (+6231) 2986200, T2 (+6231) 2986700 Fax: (+6231) 8667506, Contact Center: @Angkasapura172, Instagram @juanda\_airport.

### **1.6.3 Subjek atau Objek Penelitian**

Subjek atau objek pada penelitian ini adalah PT Angkasa Pura I, yang ditujukan kepada bagian *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bandara Juanda Surabaya.

### **1.6.4 Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini yaitu mengenai bagaimana aktivitas CSR PT Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan kesehatan keliling.

### **1.6.5 Sumber Informasi**

Sumber informasi pada penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut :

1. Sumber data primer : sumber data primer adalah, sumber atau informasi yang diperoleh secara langsung dari narasumbernya sebagai pihak informasi dan layanan yang mengelola bandara PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara internasional Juanda Surabaya.

2. Sumber data sekunder : Sumber data Sekunder adalah, informasi yang bersumber dari sebuah penelitian terdahulu berupa teori sebagai referensi, rujukan yang diperoleh secara tidak langsung secara relevan sesuai kebutuhan penelitian.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi :

- a) Teknik wawancara yaitu dengan cara menyiapkan pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.
- b) Teknik Observasi yaitu teknik ini dilakukan dengan maksud agar peneliti mengetahui secara langsung fenomena apa yang sedang terjadi, melihat dan mengawasi lingkungan atau situasi tempat yang diteliti.
- c) Teknik dokumentasi yaitu dimana data yang didapat ini berupa sumber tertulis, foto, gambar, karya-karya dan bukti lainnya yang dapat mendukung peneliti.

#### **1.6.7 Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan segala sesuatu yang ditemukan secara lengkap, rinci, dan mendalam. Untuk itu perlu dilakukan catatan lapangan, wawancara secara lengkap, rinci, dan apa adanya. Maksud dari apa adanya tidak ada unsur tambahan apapun dari peneliti. (Helaluddin, 2019)

### **1.6.8 Langkah-Langkah Penelitian**

Menurut John Creswell (2008) dalam buku (Subadi, 2006) penyajian tahap atau langkah-langkah penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

- 1) Identifikasi masalah, yaitu identifikasi masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian menyangkut spesifikasi isu atau gejala yang akan dipelajari.
- 2) Pembahasan atau penelusuran kepustakaan, yaitu pembahasan atau penelusuran dengan cara mencari bahan bacaan, jurnal yang memuat bahasan dan teori tentang topik yang akan diteliti.
- 3) Menentukan tujuan dari penelitian, yaitu mengidentifikasi maksud utama dari penelitian yang akan dicapai.
- 4) Pengumpulan data, yaitu menyangkut pemilihan dan penentuan calon partisipan yang potensial. Pada bagian pengumpulan data hal penting lainnya yaitu mempertimbangkan keterjangkauan dan kemampuan para partisipan untuk berpartisipasi aktif dalam penelitian.
- 5) Analisis dan penafsiran, yaitu menyangkut klasifikasi dan pengkode-an data. Data akan diringkas, diklasifikasi sehingga ide-ide yang memiliki pengertian yang sama diastukan. Nantinya akan muncul beberapa tema yang menghasilkan gagasan atau teori yang baru setelah ditafsirkan dan diinterpretasi oleh peneliti.
- 6) Tahap akhir pelaporan, yaitu penggambaran hasil penelitian secara luas dan mendalam sehingga para pembaca mampu menempatkan diri dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi melalui hasil penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasari dari sebuah penelitian terdahulu sebagai referensi, rujukan yang bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian mengenai “Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program kesehatan keliling”. Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang penulis gunakan :

*Table 1 Penelitian terdahulu*

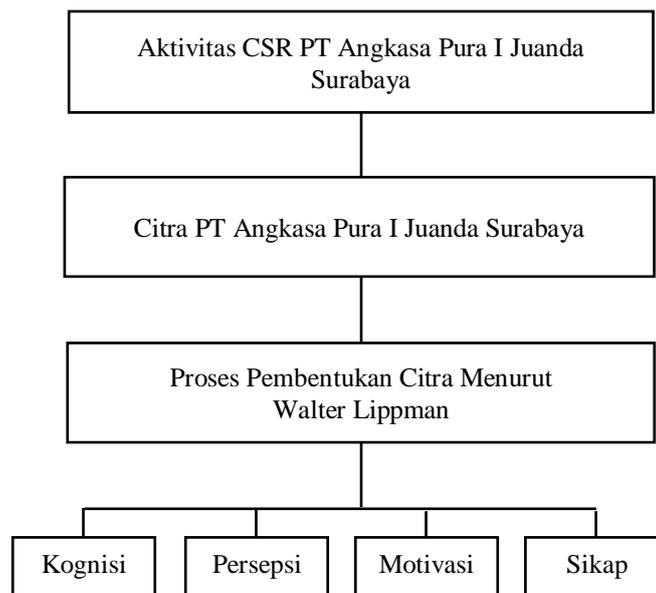
No	Nama Penulis	Judul/Jurnal	Hasil Penelitian
1.	Wakhidatul Khusniah, 2018	Strategi Media Relations PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya  [Jurnal Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol.15, No.40, Februari 2018, Hal 6-13]  [URL : <a href="http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/22818">http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/22818</a> ]	Strategi yang dilakukan oleh praktisi public relations PT.Angkasa Pura I (Persero) dalam membangun dan mewujudkan hubungan baik dengan awak media berupa pemberian fasilitas pers room “ Media Center” , membantu akses pers kepada stakeholder, menyelenggaraan acara hiburan dengan para awak media serta evaluasi dan monitoring media untuk meminimalisasi berita yang negative mengenai perusahaan.
3.	Bachtiar Dwiansyah Hafiz, 2020	Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Di PT. Angakasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya  [Jurnal Sekolah Vokasi IPB, Agustus	Peran Divisi Humas Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan berupa terwujudnya beberapa tugas dan fungsi, mulai dari media monitoring, press release, serta produksi konten audio visual.

		2020, Hal 151-156]  [URL: <a href="https://ereport.ipb.ac.id/eprint/2004/1/J3A117280-01-Bachtiar%20Dwiansyah%20Hafiz-Cover%20%232004.pdf">https://ereport.ipb.ac.id/eprint/2004/1/J3A117280-01-Bachtiar%20Dwiansyah%20Hafiz-Cover%20%232004.pdf</a> ]	
4.	Abdul Fadhil Oloan Hasibuan, 2019	Aktivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Medan Sugar Industry Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan  [Jurnal UMSU, 2019, Hal 78-79]  [URL: <a href="https://umsu.ac.id/">https://umsu.ac.id/</a> ]	Hasil penelitian dapat diketahui bahwa aktivitas program CSR yang dilakukan oleh PT. Medan Sugar Industry dalam meningkatkan citra perusahaan kepada masyarakat adalah program penanaman pohon bakau di pesisir pantai Desa Bagan Percut Kecamatan precut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang membawa dampak positif pada masyarakat artinya dengan semakin banyaknya mangrove tentu akan baik untuk kehidupan masyarakat sekitar pantai, karena mampu menahan abrasi, sekaligus untuk kehidupan makhluk hidup yang ada di pesisir laut, seperti ikan dll.
5.	Widyadewi Metta Adya Irani, 2019	Aktivitas CSR PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Internasional Ahmad Yani Semarang Dalam Membangun Citra Perusahaan  [Jurnal Digital Library Universitas Muhamhadiyah Gresik, Vol. 01, 2018, Hal 1-7]  [URL: <a href="https://digilib.uns.ac.id/Aktivitas-CSR-PT-">https://digilib.uns.ac.id/Aktivitas-CSR-PT-</a>	Upaya yang dilakukan CSR PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Internasional Ahmad Yani Semarang Dalam Membangun Citra Perusahaan meliputi 2 program. Program yang pertama program kemitraan yaitu koperasi simpan pinjam dan permodalan usaha kecil masyarakat,. Kedua program bina lingkungan berupa pembangunan masjid, sekolah dan sarana Kesehatan.

		<a href="#"><u>Angkasa-Pura-I-Persero-Bandara-Internasional-Jenderal-Ahmad-Yani-Semarang-Dalam-Membangun-Citra-Perusahaan]</u></a>	
--	--	--	--

## 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual adalah gambaran dan visualisasi hubungan atau hubungan antar konsep konseptual atau indikator yang diamati atau diukur melalui penelitian yang dilakukan.



Gambar 2. 1 Kerangka konseptual

## 2.3 Landasan Teori

Citra ialah cara bagaimana seseorang memandang sebuah perusahaan, suatu komitmen, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra sebanyak jumlah orang memandang serta menilainya. Berbagai citra perusahaan datang dari

pelanggan potensial, pelanggan perusahaan, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, serta masyarakat sekitar perusahaan.

Teori Citra menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Technique* yang menjelaskan bahwa citra sebagai kesan individu atau kesan seseorang tentang suatu hal yang muncul hasil pengetahuan pengalamannya. Jefkins juga menjelaskan bahwa citra perusahaan bukan hanya dilihat melalui produk atau jasa, tetapi gambaran sejarah perusahaan, kinerja perusahaan, tanggung jawab sosial atau citra dapat dikatakan terbentuk dari perusahaan itu sendiri. (Tsuroyya, November 2021).

Teori citra didasarkan pada empat indikator oleh Walter Lippman yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi adalah bentuk penilaian seseorang yang diperoleh dari proses pengamatan untuk memberikan kesan individu atau kesan informasi yang mereka terima, atau memberi mereka pengalaman yang mereka alami. Dengan menerima informasi, kemampuan rencana dapat melanjutkan proses pencitraan. Jika informasi diberikan secara baik, maka akan timbul kepercayaan yang positif. Tempat tinggal adalah pengetahuan dan kepercayaan individu bagi mereka yang memiliki untuk mendapatkan jawabannya. Proses kognitif menggabungkan informasi yang diperoleh kemudian meningkat dari pihak satu kepada pihak lain yang diolah dan menimbulkan tindakan yang dilakukan. Motivasi adalah situasi individu yang menembus perilaku dengan tujuan yang ingin mereka capai. Jika ada motivasi yang baik, seseorang dan keberuntungan akan didorong. Sikap adalah objek, ide, keadaan, atau nilai perilaku, persepsi, pemikiran dan sense. Sikap bukanlah suatu tindakan,

tetapi kecenderungan untuk bertindak dengan cara tertentu. Sikap memiliki kekuatan pendorong atau motif. Pengaturan juga mencakup aspek evaluatif. Artinya, nilai yang nyaman atau tidak nyaman, dan pengaturan yang dapat dipertahankan atau diubah. Dilihat dari keempat indikator tersebut, terlihat bahwa persepsinya tentang, berdasarkan informasi yang diterima dan pengalaman, mempengaruhi persepsi atau keyakinan seseorang terhadap objek tertentu. Dan setelah mempengaruhi persepsi seseorang, itu menciptakan motivasi dan mendorong sikap untuk mengambil tindakan.(Lestari, 2019)

Menurut teori frank jefkins, terdapat keterkaitan hubungan antara citra perusahaan dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai kesan individu atau seorang terhadap suatu perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR ialah keterlibatan bisnis untuk berkontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan, kerjasama antara karyawan dan keluarganya, komunitas umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Tidak seperti sumbangan sosial, CSR harus dilakukan dalam satu program jangka panjang di mana sumbangan diberikan sosial lebih bersifat sesaat dan berpengaruh sementara CSR diharapkan ciptakan keseimbangan antara bisnis, komunitas, lingkungan.(Meliala et al., 2018)

## **2.4 Deskripsi Konseptual**

### **2.4.1 Definisi CSR**

Menurut K.Bertens *Corporate* atau korporasi sebagaimana sudah dipakai dalam Bahasa Indonesia, langsung di mengerti oleh perusahaan, tetapi pengertian dari perusahaan lebih luas, yaitu badan hukum “korporasi” yang berasal dari Bahasa latin (*Corpus/ corpora: badan*) dan yang memiliki arti badan hukum..

*Responsibility* (Tanggung jawab) yaitu berasal dari dua kata yaitu *response* (tanggapan) dan *ability* (kemampuan), sehingga pada dasarnya tanggung jawab menunjukkan kemampuan yang dimiliki seseorang atau organisasi perusahaan untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai hal yang dimintakan tanggapannya terhadap orang atau perusahaan tersebut terhadap pihak lain. (Rahmaningsih, 2018)

Kotler dan Nancy juga menyatakan bahwa CSR dapat meningkatkan citra perusahaan. Pemerintah dan masyarakat dapat memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha untuk melakukan usaha di bidangnya masing-masing, asalkan menjalankan usaha dengan baik dan mengikuti peraturan pemerintah. Citra positif merupakan aset yang tak ternilai bagi perusahaan untuk bertahan dalam krisis (El-Dairi & House, 2019)

Menurut (Famiola, 2013) Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya diperlukan bagi sebuah perusahaan untuk berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai keseluruhan masyarakat. Perusahaan perlu beradaptasi dan memperoleh manfaat sosial, manfaat sosial dari kepercayaan, dari hubungan mereka dengan masyarakat. Karena budaya yang berdasarkan etika adaptif diperlukan untuk menjalankan CSR, maka CSR tentunya erat kaitannya dengan budaya perusahaan dan budaya perusahaan yang didukung oleh budaya perusahaan.

Menurut B Taman Achda, konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia adalah bentuk pemberdayaan dan pengembangan masyarakat atau sering disebut *Community Development* menurut program dari CD

direkomendasikan pada peningkatan pendapat (ekonomi) atau kesejahteraan masyarakat, masalah-masalah pemerkejaan, peningkatan Pendidikan, kesahatan masyarakat, penguatan kelembagaan local serta tersedianya basic infrastruktur yang memadai untuk masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. (Untung, 2009)

Konsep dari CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan (sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk dari tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sosialnya dimana perusahaan tersebut berada atau untuk berperilaku etis atau berkontribusi secara baik kepada karyawan, komunitas dan lingkungan sekitarnya, serta masyarakat luas.

#### **2.4.2 Tujuan dan Manfaat CSR bagi perusahaan**

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan perhatian organisasi pada lingkungan dan *stakeholder*. Pada dasarnya kegiatan CSR bertujuan untuk memenuhi bisnis perusahaan dalam hal jangka pendek dan juga jangka panjang. Beberapa tujuan dan manfaat menurut (Maria R. Nindita Radyati, 2014) CSR bagi perusahaan :

- 1) Meningkatkan citra perusahaan, dengan melakukan kegiatan CSR menjadi lebih dikenal dengan masyarakat/konsumen sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan positif di lingkungan sekitar masyarakat.
- 2) Memperkuat bran perusahaan, melalui kegiata *monitoring* dan *product knowledge* kepada masyarakat, dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

- 3) Mengembangkan Kerjasama dengan para pemangku kepentingan, dalam melakukan kegiatan program CSR perusahaan tentu tidak mampu mengerjakan sendiri jadi, harus ada keterlibatan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas local. Maka dalam praktek kerjanya perusahaan dapat membangun relasi yang baik dengan pemangku kepentingan tersebut.
- 4) Membedakan kualitas perusahaan dengan pesaingnya, dengan dilakukannya program CSR, perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih tinggi dalam menonjolkan keunggulan komparatifnya dengan pesaing yang menawarkan Kerjasama.
- 5) Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, merencanakan program CSR secara bertahap dan konsisten dapat memberikan inovasi dalam perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam ranah bisnis global.
- 6) Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan, dalam hal ini para investor perusahaan saat ini sudah memiliki kesadaran mengenai pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah menjalankan program CSR. Dengan demikian para penyedia dana lebih memprioritaskan perusahaan yang melakukan CSR.
- 7) Meningkatkan harga saham, jika perusahaan berhasil dalam melaksanakan program CSR dengan konsisten. Maka masyarakat semakin lebih mengenal perusahaan otomatis saham perusahaan akan naik dan harga saham perusahaan juga meningkat.

### **2.4.3 Prinsip-prinsip CSR**

Menurut Crowther David dalam buku (Dr Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, 2016) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip CSR dalam tiga cara yaitu :

- 1) Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Sustainability berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
- 2) Accountability, adalah upaya perusahaan publik dan bertanggung jawab atas kegiatan yang telah dilakukan. Konsep ini menggambarkan dampak kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pemangku kepentingan internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat digunakan oleh media bisnis dalam membangun citra dan jaringan terhadap para pemangku kepentingan.
- 3) Transparansi merupakan prinsip penting bagi eksternal perusahaan. Transparansi dikaitkan dengan pelaporan aktivitas perusahaan dan dampak pada pihak luar dan berfungsi untuk mengurangi asimetri informasi. Informasi dan tanggung jawab mengenai kesalahpahaman, terutama berbagai dampak lingkungan.

### **2.4.4 Cara-Cara Berkontribusi Corporate Social Responsibility untuk Komunitas dan Masyarakat**

Menurut Allen and Meyer berkontribusi pada komunitas dan masyarakat melalui social responsibility tidak perlu menunggu perusahaan menjadi besar dahulu. Banyak bisnis kecil telah menemukan cara cara kreatif untuk menunjukkan social responsibility nya seperti berikut :

- 1) Donate your products and services (Donasikan produk dan layanan anda).  
Menyumbangkan sebagian dari yang dihasilkan oleh small bisnis sangat berarti bagi mereka yang akan membawa dampak pada loyalitas pelanggan.
- 2) Melibatkan karyawan dalam filantropi. UKM perlu mendorong karyawan mereka untuk berkontribusi pada komunitas atau masyarakat dengan mendedikasikan periode yang ditentukan dalam setahun untuk layanan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh elemen perusahaan memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial.
- 3) Mempromosikan tanggung jawab sosial dalam kerjasama dengan perusahaan lain. UKM dapat membentuk kelompok untuk mengerjakan proyek komunitas.
- 4) Memperlakukan karyawan dengan adil. (Menangani karyawan dengan baik)  
Sebagai pemilik usaha kecil, kami memiliki tanggung jawab untuk memperlakukan karyawan dengan benar. (Dan & Kewirausahaan, 2021)

## **2.5 Citra Perusahaan**

### **2.5.1 Definisi Citra Perusahaan**

Pengertian Citra. “Citra” dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah “image”, image dalam Bahasa komunikasi adalah : “The Picture In Ourhead” (gambar yang ada dalam kepala masing-masing orang). Menurut Frank Jefkins meningkatkan variable citra /image yang baik atau yang buruk sepenuhnya didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan pemahaman kehidupan nyata.

Di bawah ini adalah deskripsi dari lima klasifikasi menurut buku Public Relations, Jefkins citra ialah :

1. Mirror image : dalam hal ini menyangkut tingkah laku kepemimpinan organisasi atau tingkah laku dari personal-personal yang ada pada organisasi tersebut.
2. Current Image : citra yang timbul berdasarkan pengalaman dan pengetahuan public terhadap organisasi.
3. Multiple image : adanya image yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita sesuai dengan tujuan atau asas organisasi kita.
4. Corporate image : image yang didasarkan atas baik buruknya nama perusahaan, kegiatan perusahaan, dan perilaku manajemen perusahaan.

Citra sering disebut dengan kesan, citra atau persepsi yang bermula dari setiap individu berdasarkan adanya pengalaman, kepercayaan & pengetahuan berdasarkan seseorang itu sendiri terhadap suatu perusahaan. Setiap perusahaan memiliki gambaran yg disadari atau sudah inheren dalam perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang didapatkan perusahaan mempunyai gambaran yg bertenaga pada benak pelanggannya. Penting bagi perusahaan untuk mempunyai gambaran yang baik, untuk itu organisasi wajib paham mengenai gambaran yang sinkron menggunakan planning organisasi tersebut. Citra perusahaan adalah suatu bagian terpenting yg dimiliki sang suatu perusahaan baik perusahaan besar atau kecil.

Menurut Fandy Tjiptono citra perusahaan merupakan faktor penting dalam sebagian besar layanan yang dapat mempengaruhi persepsi kualitas dari perusahaan. Jika penyedia layanan memiliki citra positif terhadap pelanggan,

kesalahan kecil yang dilakukan sangat mungkin untuk ditoleransi. Sebaliknya, jika suatu organisasi memiliki citra negatif, dampak dari setiap kesalahan seringkali jauh lebih besar daripada jika memiliki citra positif. Dalam hal kualitas yang dirasakan, gambar dapat dilihat sebagai cermin yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas secara keseluruhan. (mr Nugraha Pangestu, 2019)

Citra perusahaan di definisikan sebagai atribut perusahaan atau barang yang tidak terwujud yang secara fungsional digambarkan sebagai pengalaman dan pengetahuan. Menurut Kaur dan Soch dalam buku (AGNITA YOLANDA, 2021) berpendapat bahwa citra perusahaan dapat meningkatkan kemungkinan alternatif merk yang dapat menyebabkan pelanggan yang loyal serta dapat menekan level kerentanan pada persaingan aktivitas pemasaran.

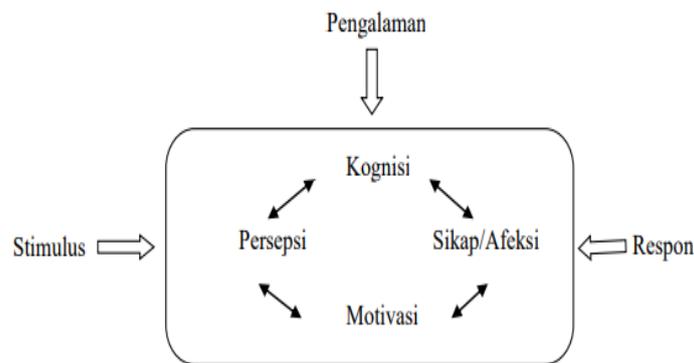
Faktor -faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan yaitu :

1. Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh sasaran khalayaknya.
2. Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas dan kuantitas dan memberikan pelayanan yang cukup nyata dan memberi kesan terhadap khalayak.
3. Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kejujuran perusahaan dan mudah dipahami oleh public sebagai khalayak.
4. Citra perusahaan yang positif hadir dari tanggapan atau penilaian public terhadap berbagai aktivitas empati, prestasi, dan juga reputasi perusahaan selama melakukan kegiatannya.

- Citra perusahaan yang baik lainnya dapat muncul dari segi yang memperlihatkan keseriusan perusahaan dalam tanggung jawab sosial yang lebih perhatian pada kelestarian lingkungan hidup.

### 2.5.2 Proses Pembentukan Citra

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif berdasarkan sistem komunikasi menurut John S. Nimpoeno, dalam buku Pelayanan Prima oleh (Meki Pamekas, 2021). Public Relations digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan oleh output berupa tanggapan atau perilaku tertentu.



Gambar 2. 2 Proses pembentukan citra

Pembentukan citra pada gambar diatas ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diatur dan mempengaruhi respons. Terdapat rangsangan yang diberikan pada individu hasil dari stimulus tersebut. Jika rangsangan ditolak maka selanjutnya tidak dapat berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsangan yang diberikan tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Jika rangsangan tersebut dapat diterima individu, maka terdapat komunikasi yang baik dan mendapatkan perhatian dari organisasi tersebut.

Kognisi adalah suatu keyakinan dari individu terhadap stimulus, sehingga individu harus diberikan informasi yang cukup agar dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Maka motivasi dan sikap/afeksi secara otomatis akan menggerakkan respons sesuai yang diinginkan oleh pemberi rangsang.

Walter Lippmann menyatakan bahwa ada empat elemen: persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap, mendefinisikan gambar individu dari stimulus sebagai "Picture in our head." Yaitu :

- 1) kognisi, yaitu keyakinan individu terhadap satu atau lebih rangsangan. Keyakinan ini ada ketika seorang individu memahami rangsangan dan informasi yang diterima dengan cara yang dapat mempengaruhi kognisi individu.
- 2) Persepsi. Dimaknai sebagai hasil mengamati unsur lingkungan yang berkaitan dengan alur pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan yang diterimanya sebagai hasil dari pengalamannya.
- 3) Motivasi adalah keadaan kepribadian yang menumbuhkan keinginan seseorang untuk terlibat dalam suatu kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.
- 4) Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak, mempersepsi, berpikir, dan merasakan ketika berhadapan dengan sesuatu, pikiran, situasi, atau nilai. Sikap bukanlah tindakan, tetapi sikap mendorong Tindakan untuk suatu tujuan tertentu. (Suhadi & Suhartini, 2019)

#### **2.5.2.1 Manfaat dan Tujuan Citra Bagi Perusahaan**

Citra sangat penting bagi perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan atau penilaian yang terbentuk di benak masyarakat. Citra dapat berhubungan

dengan nama perusahaan, bisnis, arsitektur, variasi produk, tradisi, ideologi yang menyangkut kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien perusahaan. Manfaat pentingnya citra menurut Sutisna dalam (Anak Agung Ratih Permata Sari, 2020) sebagai berikut :

1. Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal, citra positif yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan, sedangkan citra negative sebaliknya.
2. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan citra yang positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknik atau fungsional, sedangkan citra negative dapat memperbesar kesalahan tersebut.
3. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.
4. Mempunyai pengaruh penting terhadap management atau dampak internal citra perusahaan yang kurang jelas dari nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan.

Agar organisasi atau perusahaan memperoleh image yang baik maka seorang PR (Public Relations) dapat mengupayakan dengan jalan menciptakan sesuatu yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan. Dimana image/citra perusahaan jika dipahami adalah untuk:

- 1) Menciptakan public understanding atau pengertian public, dalam hal ini mengenai bagaimana public memahami organisasi/perusahaan/instansi dalam hal produk/jasanya, aktivitasnya, reputasinya, dan perilaku manajemennya.

- 2) Menciptakan public confidence atau kepercayaan public terhadap organisasi kita.
- 3) Menciptakan public support atau untuk membentuk dukungan dukungan dari public terhadap organisasi kita. Dalam bentuk material (menggunakan produk) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/fikiran) untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- 4) Menciptakan public cooperation atau adanya kerjasama dari public terhadap organisasi kita. (DR. Hj. Neni Yulianita, Dasar-dasar Public Relations, 2007)

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PT ANGKASA PURA I JUANDA SURABAYA**

#### **3.1 Sejarah Perusahaan**

Sejarah sebagai pelopor dalam pengoperasian komersial bandara Indonesia, juga dikenal sebagai PT Angkasa Pura I (Persero) atau Angkasa Pura Airports, dimulai pada tahun 1962. Pada saat itu Presiden Republik Indonesia yang pertama yaitu Ir Soekarno Kembali dari Amerika Serikat. Beliau menegaskan kepada Menteri Perhubungan dan Menteri Pekerjaan Umum bahwa keinginannya menjadikan bandara Indonesia sebanding dengan bandara udara di negara maju lainnya.

Pada tanggal 15 November 1962 diterbitkan Keputusan (PP) Nomor 33 Tahun 1962 tentang Pendirian Perusahaan Negara (PN) Angkasa Pura Kemayoran. Tanggung jawab utamanya adalah pengelolaan dan pengoperasian Bandara Kemayoran di Jakarta. Pada saat Itu adalah satu-satunya bandara internasional yang mengoperasikan penerbangan dalam negeri dan luar negeri. Pendirian Perusahaan Angkasa Pura Kemayoran resmi mengambil alih aset dan operasional Bandara Kemayoran Jakarta oleh Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 20 Februari 1964, kemudian disebut Hari Jadi Perusahaan.

Pada tanggal 17 Mei 1965, PN Angkasa Pura Kemayoran berubah nama menjadi PN Angkasa Pura, berdasarkan Surat Keputusan Nomor 21 Tahun 1965 tentang Perubahan dan Penambahan Surat Keputusan Nomor 33 Tahun 1962. Kemungkinan pengelolaan dari bandara lain di wilayah Indonesia. Secara bertahap, Bandara Ngurah Rai (Denpasar), Bandara Halim Perdana Kusma

(Jakarta), Bandara Polonia (Medan), Bandara Juanda (Surabaya), Bandara Sepinggan (Balikpapan), Bandara Hasanuddin (Ujung Pandang). Selain itu, berdasarkan PP nomor 37 tahun 1974, status badan hukum perusahaan diubah menjadi Perum (Perusahaan Umum) nama Perum Angkasa Pura diubah menjadi Perusahaan Umum Angkasa Pura I untuk membagi Wilayah Penguasaan Bandar Udara.

Berdasarkan Surat Keputusan Nomor 25 Tahun 1986 tanggal 19 Mei 1986. Hal ini sejalan dengan terbentuknya Perum Angkasa Pura II. Sebelumnya, Perum Pelabuhan Air Jakarta Cengkareng secara khusus bertanggung jawab mengelola Bandara Soekarno Hatta di Jakarta. Berdasarkan PP No. 5 Tahun 1992, Perum berubah bentuk dari perseroan terbatas (PT) dan sahamnya dimiliki sepenuhnya. Dinamakan PT Angkasa Pura I (Persero) karena stoknya dari negara Republik Indonesia.

Angkasa Pura I (Persero) saat ini mengelolah 13 bandar udara di wilayah tengah dan timur Indonesia, yaitu :

1. Bandar Udara I GustiNgurahRai Flughafen Denpasar
2. Bandar Udara Juanda Surabaya
3. Bandar Udara Makassar Sultan Hasanuddin
4. Bandar Udara Sultan Aji Muhammad Sulaiman Sepinggan, Balikpapan
5. Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak
6. Banadar Udara Sam Ratulangi Manado
7. Bnadar UdaraSyamsudin Noor Banjarmasin
8. Bandar Udara Ahmad Yani Semarang

9. Bandar Udara Yogyakarta Adisutjipto
10. Bandar Udara Adisumarmo Surakarta
11. Bandar Udara Internasional Lombok Tengah Lombok
12. Bandar Udara Patimura Ambon
13. Bandar Udara El Tarikupan

Selain itu, Angkasa Pura Airports saat ini memiliki lima anak perusahaan. Mereka adalah PT.AngkasaPuraLogistics, PT.Angkasa Pura Properti, PT.Angkasa Pura Suport, PT.Angkasa Pura Hotel, dan PT.Angkasa Pura Retail. ((Persero), 2022)

### **3.2 Visi dan Misi**

#### **1. Visi**

“Menjadi Penghubung dunia yang lebih dari sekedar operator bandar udara dengan keunggulan layanan yang menampilkan keramahtamahan khas Indonesia”

#### **2. Misi**

- Memberikan layanan berskala global dalam standart keselamatan, keamanan, dan kenyamanan terbaik.
- Meningkatkan nilai pemangku kepentingan.
- Menjadi mitra pemerintah dan penggerak pertumbuhan ekonomi.
- Meningkatkan daya saing perusahaan melalui kreativitas dan inovasi.
- Memberikan kinerja pelayanan bandar udara yang prima dalam memenuhi harapan stakeholder melalui pengelolaan sumber daya manusia yang unggul.
- Memberikan kontribusi positif pada kelestarian lingkungan

### 3.3 Nilai-Nilai Perusahaan



Gambar 3. 1 Nilai-nilai perusahaan

### 3.4 Logo Perusahaan



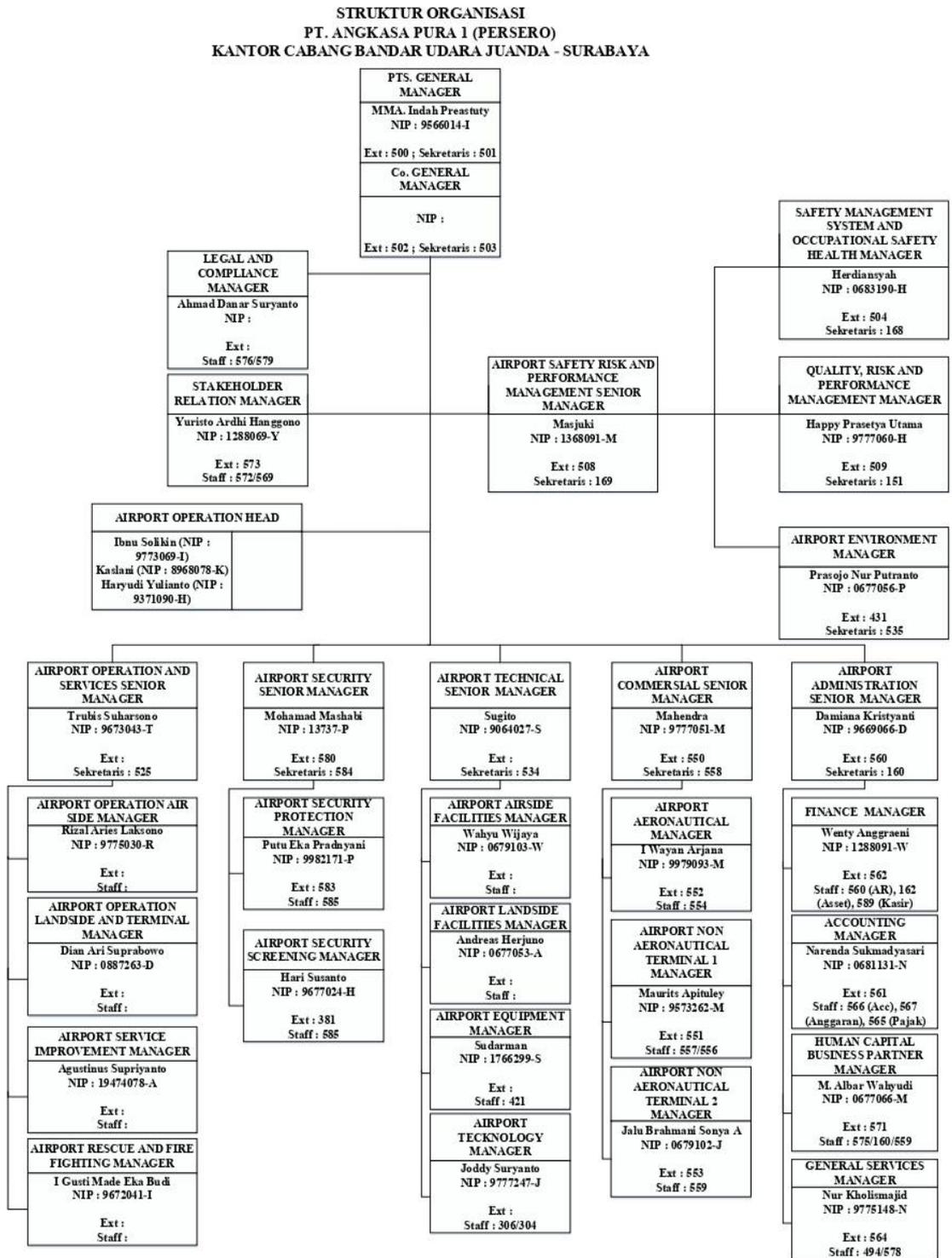
Gambar 3. 2 Logo perusahaan

Logo memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan. kata-kata Angkasa Pura, sebaris dengan kata Airport, bertujuan untuk memperjelas layanan yang diberikan perusahaan. Warna yang dikenakan oleh perusahaan juga cerah dan segar menggunakan warna hijau. Green juga dipilih karena masuk akal untuk bisnis. Hal-hal yang dekat dengan bumi berakar dan tumbuh. Juga, warna biru

membantu mewakili warna langit yang cerah. Kedua warna tersebut berjejer melambangkan simbol “give and take” yang berarti memberi dan juga menerima yang menjadi prinsip kemulyaan pelayanan dan profesionalitas serta kebersamaan. Dan juga yang tak kalah pentingnya yaitu makna dari logo yang menyiratkan arti “senyuman” yang melambangkan keramahtamahan perusahaan terhadap para pengguna jasa serta melambangkan citra pelayanan sebagai kebanggaan dari perusahaan. PT. Angkasa Pura I simbol tersebut juga mengartikan bahwa “interlocking” yang berarti kebersamaan yang juga mencerminkan “safety and security concept” yang memiliki konsep perlindungan. Penerapan simbol dengan arah seperti itu juga menjelaskan tekad dan juga semangat untuk perubahan kemajuan perusahaan.



### 3.6 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya



Gambar 3. 4 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura I Juanda

### 3.7 Job Deskripsi

Bagian Stakeholder Relations Manager Pasal 38 yaitu :

- 1) Tugas Stakeholder Relations Manager adalah memastikan kelancaran komunikasi pemangku kepentingan (*stakeholder*) Perusahaan, kolektabilitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), dan mendukung tanggung jawab sosial Perusahaan (*corporate social responsibility*) terhadap lingkungan berdasarkan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) dan Rencana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (RPKBL) serta melaksanakan kepatuhan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan peraturan internal Perusahaan.
- 2) Tanggung jawab Stakeholder Relation Manager dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah sebagai berikut:
  - Memastikan tersedianya Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP);
  - Memastikan tercapainya kontrak manajemen yang telah disepakati;
  - Memastikan perannya sebagai *people manager* pada unit kerjanya;
  - Memastikan pengelolaan pembinaan kompetensi personel unit kerjanya;
  - Memastikan perkembangan inisiatif atas inovasi proses dan produk secara aktif dan mendukung inovasi yang berasal dari unit kerja lain;
  - Memastikan unit kerjanya berjalan sesuai dengan Rencana Kerja dan anggaran (RKA) yang telah ditetapkan;
  - Memastikan pelaksanaan kegiatan unit kerjanya sesuai dan relevan dengan sistem manajemen yang diterapkan perusahaan;
  - Memastikan kesesuaian pelaksanaan kegiatan unit kerjanya terhadap

peraturan perundang-undangan dan peraturan internal perusahaan;

- Memastikan perencanaan dalam pelaksanaan perbaikan (*improvement*) atas temuan audit di unit kerja di bawah tanggung jawabnya;
- Memastikan terjaganya hubungan baik dengan pihak internal dan eksternal;
- Memastikan terlaksananya pengelolaan keseluruhan aktivitas program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL);
- Memastikan pelaksanaa program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- Memastikan terlaksananya penyusunan Standart Operasional Prosedur (SOP) bidang stakeholder relation.

3) Kewenangan Stakeholder Relation Manager dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) adalah sebagai berikut:

- Mendapatkan akses data yang dibutuhkan;
- Menetapkan rencana program kerja dan inisiatif baru serta anggaran di ruang lingkup unit kerjanya yang dapat mendukung pencapaian kinerja perusahaan;
- Menetapkan kebijakan/pedoman operasional di ruang lingkup unit kerjanya;
- Mengambil keputusan dan Langkah-langkah korektif di ruang lingkup unit kerjanya berdasarkan kebijakan dan prosedur yang berlaku;
- Menyetujui *Disctinct Job Profile* (DJP) di ruang lingkup unit kerjanya;
- Menyetujui usulan perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia di unit kerjanya;

- Melakukan identifikasi kebutuhan kompetensi/sertifikasi, dukungan terhadap pelaksanaan pengembangan, hingga umpan baliknya;
- Menetapkan program kerja dan inisiatif atas inovasi baru di satuan kerjanya dapat mendukung pencapaian kinerja perusahaan;
- Menyetujui pengenaan sanksi kepada personel di unit kerjanya;
- Menyetujui pelaksanaan rencana kerja di ruang lingkup kerjanya;
- Menetapkan dan/atau menandatangani dokumentasi sistem manajemen yang menjadi ruang lingkup unit kerjanya;
- Menetapkan informasi terkait kepatuhan implementasi sistem kepatuhan di unit kerjanya;
- Memberikan informasi pendukung sebagai rekomendasi teguran dari unit kerja terkait kepada pihak eksternal (vendor, tenant, atau itra kerja lainnya) jika memberikan jasa layanan yang tidak sesuai dengan kesepakatan atau melanggar kebijakan perusahaan secara spesifik;
- Memberikan teguran kepada pihak internal (unit kerja lainnya) jika terdapat pelanggaran atas peraturan yang dikelola atau dikeluarkan oleh unit kerjanya;
- Melakukan komunikasi internal dan eksternal yang efektif, penyampaian informasi perusahaan kepada pihak eksternal melalui media relation, media visit, pembuatan berita, artikel dan rilis pers, liputan media massa, konferensi pers serta penanganan media pada saat keadaan darurat;
- Melaksanakan pengelolaan kegiatan seremonial dan kegiatan acara perusahaan serta *website content* kantor cabang;

- Melaksanakan pengelolaan mitra binaan dan bina lingkungan meliputi menetapkan calon mitra atau bina lingkungan, penyaluran dana mitra binaan dan bina lingkungan, dan penagihan binaan;
- Melaksanakan pemantauan (*monitoring*) dan evaluasi efektivitas program kemitraan dan bina lingkungan;
- Melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- Menyusun standart operasional prosedur (SOP) bidang stakeholder relation.

### **3.8 Penghargaan PT Angkasa Pura I Pada Tahun 2021**

Pengakuan serta apresiasi yang diperoleh dari stakeholder yang di dapat oleh Angkasa Pura Airport :

1. Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang "Best Airport by Size in Asia Pacific - dengan trafik 2-5 juta penumpang/tahun" Airport Service Quality (ASQ) Awards 2020 - Airports Council International (ACI) (1 Maret 2021)
2. Bandara Sultan Hasanuddin Makassar "Best Airport by Size in Asia Pacific - dengan trafik 5-15 juta penumpang/tahun" Airport Service Quality (ASQ) Awards 2020 - Airports Council International (ACI) (1 Maret 2021)
3. Bandara SAMS Sepinggan Balikpapan "Best Airport by Size in Asia Pacific - dengan trafik 5-15 juta penumpang/tahun" Airport Service Quality (ASQ) Awards 2020 - Airports Council International (ACI) (1 Maret 2021)
4. PT Angkasa Pura I (Persero) "Public Relations Indonesia Award 2021 - Kategori Terpopuler di Media Cetak 2020 (BUMN Non Tbk.)" - Majalah PR Indonesia (1 April 2021)

5. PT Angkasa Pura I (Persero) "Public Relations Indonesia Award 2021 - Gold Winner Sub Kategori Sustainability Report" - Majalah PR Indonesia (1 April 2021)
6. PT Angkasa Pura I (Persero) "Public Relations Indonesia Award 2021 - Silver Winner Sub Kategori Media Sosial" - Majalah PR Indonesia (1 April 2021)
7. PT Angkasa Pura I (Persero) "Public Relations Indonesia Award 2021 - Silver Winner Sub Kategori Video Profile" - Majalah PR Indonesia (1 April 2021)
8. PT Angkasa Pura I (Persero) "Anugerah BUMN 2021 - Special Recognition kategori Services and Operational Excellence in the Time of COVID-19 Pandemic" - BUMN Track & PPM Management (8 April 2021)
9. PT Angkasa Pura I (Persero) - TOP CSR Awards 2021 "Bintang 4" - TOP CSR Awards 2020 - Majalah TOP Business (22 April 2021)
10. PT Angkasa Pura I (Persero) - TOP CSR Awards 2021 - Faik Fahmi - TOP Leader on CSR Commitment 2021 - Majalah TOP Business (22 April 2021)
11. PT Angkasa Pura I (Persero) - "2nd Indonesia Corporate Branding PR Awards 2021 - Corporate. Branding PR Award 2021 in Airport Operator - Iconomic (22 April 2021)
12. PT Angkasa Pura I (Persero) - SDGs 4.1 - Indonesia Sustainable Development Goals Award (ISDA) 2021 - Corporate Forum for CSR Development (17 September 2021)
13. PT Angkasa Pura I (Persero) - "The Best Contact Center Operations - Silver

- Winner - The Best Contact Center Indonesia Award 2021 - Indonesia Contact Center Association (ICCA) (25 Oktober 2021)
14. PT Angkasa Pura I (Persero) - "The Best Agent Inbound - Public - Bronze Winner - The Best Contact Center Indonesia Award 2021 - Indonesia Contact Center Association (ICCA) (25 Oktober 2021)
  15. PT Angkasa Pura I (Persero) - "BUMN Informatif - Anugerah Keterbukaan Informasi Pusat 2021 - Komisi Informasi Publik (26 Oktober 2021)
  16. PT Angkasa Pura I (Persero) - "Gold Winner - Raksa Nugraha - Indonesian Consumer Protection Award (ICPA) 2021 - Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) (10 November 2021)
  17. PT Angkasa Pura I - Faik Fahmi (Direktur Utama) - PR Indonesia Most Popular Leader in Social Media 2021 - The 7th Jambore PR Indonesia - Majalah PR Indonesia (10 Desember 2021).

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **4.1. Penyajian Data**

Untuk menguraikan serta melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak Lembaga yang berkaitan di lapangan yang kemudian dibahas untuk mencapai suatu kesimpulan. Penelitian ini berfokus pada Bagaimana Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berupa wawancara, observasi serta dokumentasi sehingga memiliki karakteristik alami Atau sikap dari fenomena yang kemudian dikaitkan dengan teori yang ada. Penelitian ini dilakukan dengan Bapak Dodik Heru Atmoko *selaku Corporate Social Responsibility Officer* PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dan Ibu Anik Mahmudah *selaku* salah satu Kepala Desa dusun Segoro Tambak Kecamatan Sedati Sidoarjo Jawa Timur yang secara langsung berakitan dengan penelitian ini mengenai program Bina Lingkungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berupa program Pelayanan Kesehatan keliling dari pihak PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya.

Analisis data pada penelitian ini berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui hasil dari tahap pra lapangan yang telah dilakukan peneliti mulai tanggal 25 Maret 2022 dengan observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Adapun hasil dari wawancara penulis sajikan pada bab IV mengenai Aktivitas

CSR PT Angkasa Pura I dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program Kesehatan keliling sebagai berikut :

Program Kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) PT Angkasa Pura I adalah kegiatan pelayanan Kesehatan keliling tanpa dipungut biaya, pelayanan Kesehatan keliling merupakan jawaban kebutuhan masyarakat akan layanan Kesehatan langsung di lokasi masyarakat yang membutuhkannya, apabila masyarakat harus datang jauh-jauh ke lokasi pusat kesehatan masyarakat, maka pelayanan Kesehatan keliling datang ke lokasi masyarakat yang mengalami kesulitan mengakses pusat layanan Kesehatan.

Bina Lingkungan adalah salah satu program yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya melalui dukungan finansial yang diberikan di lingkungan sekitar perusahaan. Berdasarkan peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor PER-02/MBU/07/2017 mengenai Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan PT Angkasa Pura I telah mengatur dan menetapkan program pelayanan kesehatan keliling dengan keputusan direksi PT Angkasa Pura Nomor KEP.104/KU.12/2017. Dengan berlakunya keputusan ini, maka diharapkan PT Angkasa Pura I dapat membantu pemerintah mencapai *Milenium Development Goals* (MDGs) berupa peningkatan derajat Kesehatan masyarakat dilingkungan usaha perusahaan khususnya untuk mendukung peningkatan umur harapan hidup ibu hamil, ibu melahirkan, dan bayi, serta menurunkan prevalensi gizi buruk pada balita. Pelayanan Kesehatan akan diarahkan pada peningkatan upaya promotive dan preventif disamping peningkatan akses layanan Kesehatan.

Dalam menerapkan CSR program pelayanan Kesehatan keliling PT Angkasa Pura I Juanda selain untuk berobat juga memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pola hidup sehat, dengan melakukan pencegahan terhadap penyakit menular atau tidak menular, melalui perbaikan Kesehatan lingkungan, gizi, perilaku hidup sehat dan kewaspadaan sejak dini. Hal ini merupakan wujud keberhasilan yang sebagaimana tertuang pada visi dan misi PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya oleh Dodi Heru Atmoko selaku *Corporate Social Responsibility Officer* di PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya:

*“Mengapa kita melaksanakan Corporate Social Responsibility dalam bentuk kesehatan keliling itu hal itu juga tertuang dalam visi dan misi PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya yaitu untuk mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus bekerja sama dengan pemerintah dan secara aktif berkontribusi pada lingkungan perusahaan. Pada masa pandemi covid-19 ini, berpengaruh pada aspek kehidupan masyarakat, diantaranya adalah masalah gizi, masalah ini terjadi karena menurunnya pendapatan dan banyak orang yang kehilangan pekerjaan dari sini kami berikan bantuan berupa makanan tambahan untuk Balita Bawah Garis Merah atau BGM”.*

PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang di laksanakan oleh PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya sendiri berfokus pada program yaitu program pelayanan kesehatan keliling. Dari hasil wawancara di atas, keberlangsungan program pelayanan Kesehatan keliling sendiri pun aktivitasnya berupa pemberian bantuan berupa peningkatan derajat Kesehatan masyarakat di lingkungan usaha perusahaan khususnya untuk mendukung peningkatan umur harapan hidup ibu hamil, ibu melahirkan, dan bayi, serta menurunkan prevalensi gizi buruk pada balita. Jadi sebisa mungkin pelayanan kepada masyarakat serta komunikasi yang berjalan dengan baik. Seperti yang di katakan oleh Dodi Heru Atmoko di PT. Angkasa Pura I Bandar International Juanda:

*“Sebenarnya, Dalam menerapkan CSR Program Kesehatan keliling PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya selain untuk berobat juga memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pola hidup sehat, dengan melakukan pencegahan terhadap penyakit menular atau tidak menular, melalui perbaikan Kesehatan lingkungan, gizi, perilaku hidup sehat dan kewaspadaan sejak dini. Oleh karena itu, fokus semaksimal mungkin pada kebutuhan akan pelayanan kesehatan, serta komunikasi yang baik. Hal ini dikarenakan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan program PKBL itu sendiri tidak terlepas dari hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Misalnya, kami ke masyarakat mendiskusikan apa yang bisa kami bantu dan apa yang perlu diperhatikan dari Angkasa Pura dari kebutuhan masyarakat. Kami berkomunikasi dengan baik dan memberikan dukungan sebaik mungkin agar orang merasa nyaman.”*

Dari wawancara tersebut sudah terlihat, dengan cara mendatangi secara langsung masyarakat yang sesuai sasaran merupakan jawaban kebutuhan masyarakat akan layanan Kesehatan langsung di lokasi masyarakat yang membutuhkannya, apabila masyarakat harus datang jauh-jauh ke lokasi pusat kesehatan masyarakat, maka pelayanan Kesehatan keliling datang ke lokasi masyarakat yang mengalami kesulitan mengakses pusat layanan Kesehatan sekaligus menjalin silaturahmi dan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar khususnya yang berada di wilayah sekitar kecamatan Sedati Bandara Juanda. Seperti yang dikatakan Dodi Heru Atmoko kriteria yang sesuai sasaran untuk diberikan program Kesehatan keliling *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Angkasa Pura I Bandar International Juanda :

*“Sebelum kami terjun langsung ke masyarakat untuk menjalin silaturahmi, ada beberapa kriteria yang sesuai sasaran yaitu: kita mengutamakan wilayah kecamatan sedati atau sekitar wilayah usaha perusahaan, kemudian wilayah lain daerah penyangga yang terkena pengaruh akibat perusahaan bandar udara, desa binaan yang telah dibentuk oleh perusahaan, dan yang terpenting kita mengutamakan wilayah masyarakat yang tidak dapat menjangkau pusat Kesehatan masyarakat induk atau puskesmas. Sedangkan dari hasil laporan bulanan gizi di kecamatan sedati diperoleh data kunjungan dari 1.919 ibu hamil, sebanyak 2% ibu hamil mengalami Kekurangan Energi Kronis (KEK) atau sekitar 30 orang*

*sedangkan ada lagi sekitar 8.708 balita terdapat sekitar 170 anak atau 2% nya status gizinya kurang maka kami berikan PMT (Pemberian Makanan Tambahan) itu tadi yang berkerja sama dengan puskesmas sedati”*

Untuk mendukung keberhasilan kegiatan program Kesehatan keliling pihak PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya telah menyediakan fasilitas serta pelayanan yang terpadu. Menurut Dodik Heru Atmoko fasilitas yang diberikan untuk menunjang keberhasilan kegiatan ini untuk masyarakat berupa :

*“Sebelum pelaksanaan masyarakat kita berikan sosialisasi dengan pihak puskesmas, yang berisi mengenai tujuan program Kesehatan keliling, memberikan pelayanan Kesehatan pada ibu hamil dan menyusui, memberikan pelayanan Kesehatan pada balita seperti gizi terus imunisasi untuk balita, dan memberikan pelayanan Kesehatan umum lain pada masyarakat”*

*Corporate Social Responsibility (CSR) Section Head di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda dengan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) citra perusahaan dapat terangkat. Karena PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) sendiri sudah termasuk dalam visi dan misi PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda dalam perkembangan ekonomi dan binaan lingkungan di sekitar kecamatan sedati. Dan berjalannya PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) sendiri dananya berasal dari penyisihan sebagian laba bersih dan/atau anggaran yang diperhitungkan sebagai biaya pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dianggarkan dalam rencana kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) perusahaan. Dan hal tersebut tidak terlepas dari dukungan masyarakat sekitar Bandara Juanda. Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh terutama ditujukan kepada masyarakat di Kecamatan Sedati. Bagaimanapun juga, PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Internasional Juanda tidak dapat berkembang tanpa dukungan masyarakat.*

Dalam upaya mencapai tujuannya *Corporate Social Responsibility* untuk memenuhi kewajiban perusahaan mengenai program Kesehatan keliling PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya tidak terlepas dari peran serta dukungan dari masyarakat. Menurut salah satu kepala desa kecamatan sedati Anik Mahmudah dukungan program Kesehatan keliling di desa segoro tambak yang diberikan Angkasa Pura mendapatkan respon yang sangat baik dari warga sekitar desa :

*“Iya memang pelaksanaan aktivitas itu dalam bentuk program Kesehatan keliling Angkasa Pura diantaranya adalah pemberian makanan tambahan kepada balita pada waktu pelaksanaan posyandu setiap bulan yang diselenggarakan di desa kami, program ini sangat membantu untuk peningkatan perkembangan Kesehatan balita. Karena sejauh ini desapun juga sangat mensupport kegiatan posyandu ditambah lagi dengan Angkasa Pura yang membantu kami pada bidang Kesehatan balita itu sangat besar pengaruhnya karena beberapa di desa kami masih ada balita yang mengalami keterlambatan”*

Dalam hal ini PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya berkerjasama dengan pusat Kesehatan masyarakat yaitu puskesmas, puskesmas sangat berperan terkait kebutuhan tenaga Kesehatan, obat-obatan, dan paket makanan yang bergizi. Sehingga perlu dipersiapkan untuk kesesuaian pelaksanaan program Kesehatan keliling menurut kepala desa segoro tambak Anik Mahmudah beberapa yang perlu di persiapkan dalam pelaksanaan guna mendukung jalannya program ini :

*“kalau penyiapan, kita pasti menyiapkan tempat yang pertama, lalu mengadakan pemberitahuan kepada masyarakat kalau ada kegiatan dari Angkasa Pura baik untuk balita maupun dewasa atau pengobatan umum, kegiatannya biasanya di lakukan pada saat posyandu pada hari kamis”*

Maka dapat di ketahui dari wawancara diatas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya memberikan banyak dampak bagi masyarakat sekitar perusahaan. Masyarakat

menjadi terbantu dengan adanya program Kesehatan keliling tersebut. *Corporate Social Responsibility (CSR)* hanya berpesan agar seterusnya atau secara rutin bisa memberikan bantuan dalam bentuk Kesehatan keliling atau program lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah sekitar perusahaan.

#### **4.2. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan langkah yang sangat penting dalam menyelidiki data yang diperoleh dari beberapa informan yang dipilih selama survei. Analisis data adalah proses pengambilan dan pengumpulan data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen. Analisis data membantu menjelaskan dan menganalisis hasil dari penelitian yang dilakukan sehingga peneliti dapat menetapkan kebenaran dari penelitian dan analisis data sebelum memasuki lapangan dan setelah menyelesaikan kegiatan lapangan. Berdasarkan hasil wawancara rinci tentang dalam penyajian data, peneliti memperoleh beberapa wawasan tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

(CSR) Meningkatkan citra perusahaan di PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya. Setelah mengumpulkan data, peneliti menemukan informan kunci dan membuat temuan yang dapat dianalisis dan diselidiki.

Penelitian yang dilakukan peneliti yang dipadukan dengan teori memberikan kesimpulan dan persepsi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam meningkatkan citra perusahaan. Pembahasan temuan studi Penulis memulai dengan mempertimbangkan fokus studi, yang disajikan sebagai dasar pertama untuk eksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini diharapkan menghasilkan hasil yang konsisten dengan tujuan yang ditetapkan dalam penelitian.

Hasil penelitian ini adalah data, yang dianalisis menggunakan teknik dan metode yang ditentukan. Bab ini menjelaskan hasil penelitian. Tentang hasil penyajian data yang disampaikan peneliti pada sub bab sebelumnya. Peneliti kini dapat menyampaikan semua pengetahuan yang diperoleh dari penyajian data secara rinci dan sistematis, dengan fokus pada penelitian.

#### **4.2.1. Aktivitas CSR PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan kesehatan keliling.**

Bina Lingkungan adalah salah satu program yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya melalui dukungan finansial yang diberikan di lingkungan sekitar perusahaan. Berdasarkan peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor PER-02/MBU/07/2017 mengenai Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan PT Angkasa Pura I telah mengatur dan menetapkan program pelayanan kesehatan keliling dengan keputusan direksi PT Angkasa Pura Nomor KEP.104/KU.12/2017.

Dalam rangka pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya menyelenggarakan kegiatan program pelayanan Kesehatan keliling tanpa dipungut biaya, pelayanan Kesehatan keliling itu sendiri merupakan jawaban kebutuhan masyarakat akan layanan Kesehatan langsung dilokasi masyarakat yang membutuhkannya, bila selama ini masyarakat harus datang jauh-jauh ke lokasi pusat Kesehatan masyarakat, maka pelayanan Kesehatan keliling datang ke lokasi masyarakat yang mengalami kesulitan mengakses pusat layanan Kesehatan.

Pelayanan Kesehatan keliling dilaksanakan dengan cara bekerja sama dengan dinas Kesehatan setempat atau puskesmas, dimana PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya menyediakan kendaraan ambulance, lengkap dengan tenaga medis, obat-obatan, advokasi Kesehatan dan sebagainya. Program pelayanan Kesehatan keliling ini difokuskan pada pelayanan pemeliharaan Kesehatan umum, pengobatan ibu hamil dan menyusui, pengobatan bayi dan balita dan/atau imunisasi wajib yang dilakukan pada saat kegiatan posyandu desa.

Pada masa pandemi covid-19 ini berpengaruh pada beberapa aspek kehidupan di masyarakat, seperti hasil dari wawancara dengan Dodik Heru Atmoko selaku *Corporate Social Responsibility Officer* Angkasa Pura, bahwa terjadinya penurunan pendapatan dan banyak orang yang kehilangan pekerjaan menjadi timbulnya masalah Kesehatan gizi yang rawan muncul pada kelompok ibu hamil dan balita.

Ibu hamil dan anak balita merupakan kelompok yang rawan terhadap kekurangan gizi. Gizi kurang pada ibu hamil akan mempengaruhi proses tumbuh kembang janin yang beresiko pada kelahiran bayi Berat Lahir Rendah (BBLR). Berdasarkan laporan bulanan Gizi di Kecamatan Sedati diperoleh data kunjungan dari 1.919 ibu hamil, sebanyak 2% ibu hamil mengalami Kekurangan Energi Kronis (KEK) atau sekitar 30 orang.

Sedangkan dari 8.708 balita di Kecamatan Sedati, terdapat sekitar 170 anak atau 2% yang memiliki status gizi kurang. Berdasarkan data tersebut, maka dipandang perlu diselenggarakan Pemberian Makanan Tambahan (PMT) pemulihan.

Aktivitas program pelayanan Kesehatan yang terbagi dengan dua tujuan yakni tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum yang berupa program pelayanan untuk meningkatkan berat badan ibu hamil dan balita BGM (Bawah Garis Merah). Sedangkan tujuan khusus yang berupa program pemberian makanan tambahan pada ibu hamil yang beresiko KEK (Kekurangan Energi Kronis) dengan pita LILA (Lingkar Lengan Atas) <23,5 cm dan pemberian makanan tambahan pada balita yang beresiko gizi kurang dengan berat badan BGM (Bawah Garis Merah).

Dengan program pelayanan Kesehatan ini diharapkan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dapat membantu program pemerintah mencapai Milenium Development Goals (MDGs) berupa peningkatan derajat Kesehatan masyarakat dilingkungan usaha perusahaan, khususnya untuk mendukung peningkatan umur harapan hidup ibu hamil, ibu melahirkan, dan bayi, serta menurunkan prevalensi gizi buruk pada balita.

Selain itu PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) sendiri dapat menghasilkan nilai positif dari masyarakat sekitar bandara Juanda Surabaya khususnya Kecamatan Sedati. Peneliti juga menemukan beberapa komunikasi yang berjalan secara efektif sehingga timbul persepsi dari masyarakat bahwa dengan adanya kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) program pelayanan Kesehatan keliling ini masyarakat merasa terbantu dan sangat besar pengaruhnya bagi Kesehatan masyarakat.

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra melalui program Kesehatan keliling adalah dengan melakukan sosialisasi secara langsung kepada

masyarakat sehingga timbul komunikasi yang berjalan secara efektif dalam pelaksanaan Program PKBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan).

#### **4.2.2. Proses CSR PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan.**

Pada pelaksanaan program pelayanan Kesehatan keliling sudah ditetapkan melalui surat keputusan Direksi PT Angkasa Pura I Nomor KEP.104/KU.12/2017 tentang pedoman program pelayanan Kesehatan keliling PT Angkasa Pura I.

Pada tahap pelaksanaan kegiatan program Kesehatan keliling wilayah yang diutamakan adalah kelurahan atau desa disekitar wilayah perusahaan untuk masyarakat yang tidak dapat menjangkau pusat Kesehatan masyarakat induk atau pusat Kesehatan masyarakat. Pada kesempatan ini Unit CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya telah berkoordinasi dengan dinas Kesehatan setempat yaitu puskesmas sedati untuk survei, kebutuhan data demografi, data statistic Kesehatan meliputi pola penyakit dan status gizi serta Menyusun program kerja meliputi wilayah operasional, jumlah lokasi pelayanan, jadwal pelaksanaan, pola kerja sama dan bantuan Paket Makanan Tambahan (PMT).

Sebelum pelaksanaan kegiatan PT Angkasa Pura I Juanda bersama pihak puskesmas sedati melakukan sosialisasi dan monitoring secara langsung kepada masyarakat untuk menyampaikan makna dan tujuan dari program pelayanan Kesehatan keliling. Penyampaian tersebut berupa pelayanan mengenai Kesehatan pada ibu hamil dan menyusui, pelayanan Kesehatan oada balita, pelayanan gizi dan imunisasi untuk balita, dan pelayanan Kesehatan umum kepada masyarakat.

Pelayanan Kesehatan keliling dilaksanakan oleh tenaga medis dibantu perusahaan atau perangkat desa dalam berkomunikasi dengan warga. Apabila dalam pelaksanaan pelayanan jumlah obat kurang memadai disbanding jumlah pasien atau jumlah pasien melebihi kapasitas yang disediakan, maka pendamping melaporkan kepada pejabat satu tingkat dibawah General Manager yang membidangi fungsi *Corporate Social Responsibility* untuk dapat berkoordinasi dengan pihak puskesmas sedati mengenai pengadaan obat-obatan.

Untuk pasien ibu hamil dan pasien anak dapat menggunakan kartu pasien pribadi yang telah diberikan oleh pihak puskesmas sedati. Apabila terjadi kedaruratan medis (*Emergency Medic*) dan pasien perlu dievakuasi, maka kendaraan program pelayanan Kesehatan keliling perusahaan dapat digunakan untuk mengantar pasien sampai puskesmas/rumah sakit.

Jadi, asumsinya PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya tidak dapat menjalankan aktivitas CSR program pelayanan Kesehatan keliling dengan baik tanpa adanya komunikasi, sosialisasi serta dukungan dari masyarakat sekitar Bandara Juanda khususnya di kecamatan Sedati.

Hubungan masyarakat dengan perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting untuk meningkatkan citra perusahaan. Meningkatkan citra perusahaan membutuhkan kerja sama dan komunikasi yang berjalan secara efektif. Citra berdasarkan sebagaimana seseorang memandang sebuah perusahaan, suatu komitmen, atau suatu aktivitas.

Setelah selesai pelaksanaan program pelayanan Kesehatan keliling dibuatkan rekapitulasi serta evaluasi laporan kegiatan. Dapat disimpulkan dari

hasil wawancara penulis dengan Anik Mahmudah selaku kepala desa penerima program pelayanan Kesehatan keliling mengatakan bahwa masyarakat desa segoro tambak kecamatan Sedati merasa sangat terbantu dan mensupport kegiatan posyandu ditambah lagi dengan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya yang membantu kami pada bidang Kesehatan balita yang sangat besar pengaruhnya karena beberapa di desa kami masih ada balita yang mengalami keterlambatan.

Pesan tersebut nantinya akan dikonsumsi oleh orang lain untuk memberikan ide dan inspirasi kepada masyarakat serta meningkatkan kesadaran akan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya yang menjalankan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) bekerja dengan baik agar masyarakat dapat merasakan dan melihat manfaatnya, dan nantinya citra perusahaan yang baik tersebut dapat menjadi kognisi atau tertanam di benak masyarakat. Hal ini menciptakan sikap menerima, menghargai dan mendukung berfungsinya Bandara Juanda.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra melalui program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) pelayanan Kesehatan keliling dapat meningkatkan citra PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya.

#### **4.3. Pembahasan**

Fenomena penelitian dengan focus tema *Corporate social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan menghasilkan banyak temuan-temuan yang akan dipadukan dengan teori pada penelitian ini antara lain :

Konsep dari CSR (*Corporate Social responsibility*) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan (sesuai dengan kemampuan

perusahaan tersebut) sebagaimana bentuk dari tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sosialnya dimana perusahaan tersebut berada atau untuk berperilaku etis atau berkontribusi secara baik kepada karyawan, komunitas dan lingkungan sekitarnya, serta masyarakat luas

*Corporate Social Responsibility* yang telah dijalankan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya adalah Aktivitas Program Pelayanan Kesehatan Keliling yang dilaksanakan sejak tahun 2017 hingga sekarang. Pemilihan program pelayanan Kesehatan keliling merupakan jawaban akan kebutuhan masyarakat akan layanan Kesehatan langsung di lokasi masyarakat yang membutuhkannya, bila selama ini masyarakat harus datang jauh-jauh ke lokasi pusat Kesehatan masyarakat atau puskesmas, maka pelayanan Kesehatan keliling datang ke lokasi masyarakat yang mengalami kesulitan mengakses pusat layanan Kesehatan.

Berdasarkan hasil wawancara yang ditemukan oleh peneliti mengenai PKBL (Program kemitraan dan Bina Lingkungan) Adapun aktivitas yang dapat memberikan dorongan dalam meningkatkan citra perusahaan adalah dengan turun langsung ke masyarakat sesuai saran dan prosedur untuk menayakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan apa saja yang perlu dibantu oleh pihak *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya.

Membangun komunikasi yang baik merupakan bentuk penerapan stimulus corporate social responsibility (CSR) PT. Angkasa Pura Juanda dengan senantiasa mengunjungi masyarakat binaan untuk menjalin silaturahmi dengan masyarakat sekitar, khususnya yang berada di sekitar kawasan Sedati Bandara Juanda. Selanjutnya melakukan monitoring langsung berupa sosialisasi dan rutin yang

memberikan bantuan inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Angkasa Pura I Juanda dalam bentuk program pelayanan Kesehatan keliling.

Dengan program pelayanan Kesehatan keliling ini, diharapkan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dapat membantu program pemerintah mencapai Milenium Development Goals (MDGs) berupa peningkatan derajat Kesehatan masyarakat dilingkungan usaha perusahaan khususnya untuk mendukung peningkatan umur harapan hidup ibu hamil, ibu melahirkan, dan bayi, serta menurunkan pravelensi gizi buruk pada balita.

Pelayanan Kesehatan keliling akan diarahkan pada peningkatan upaya promotive dan preventif disamping akses layanan Kesehatan. Pelayanan Kesehatan masyarakat selain untuk berobat juga memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pola hidup sehat, dengan melakukan pencegahan penyakit menular dan tidak menular melalui perbaikan Kesehatan lingkungan, gizi, perilaku hidup sehat dan kewaspadaan secara dini.

Pelayanan Kesehatan keliling dilaksanakan dengan cara bekerja sama dengan dinas Kesehatan setempat atau puskesmas, dimana PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya menyediakan kendaraan ambulance, lengkap dengan tenaga medis, obat-obatan, advokasi Kesehatan dan sebagainya. Program pelayanan Kesehatan keliling ini difokuskan pada pelayanan pemeliharaan Kesehatan umum, pengobatan ibu hamil dan menyusui, pengobatan bayi dan balita dan/atau imunisasi wajib yang dilakukan pada saat kegiatan posyandu desa.

Dampak Positif yang diterima masyarakat dengan adanya program pelayanan Kesehatan keliling yakni dapat membantu peningkatan gizi ibu hamil

Kekurangan Energi Kronis (KEK) dan balita Bawah Garis Merah (BGM) khususnya wilayah kecamatan sedati, dimana masih banyak warga atau masyarakat yang mengalami kekurangan dan keterlambatan balita untuk berkembang.

Dari hasil penelitian ini Proses pembentukan citra PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam struktur kognitif berdasarkan sistem komunikasi menurut Walter Lippman sebagai berikut :

Pembentukan citra pada penelitian ini menunjukkan bagaimana stimulus diberikan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya kepada masyarakat sekitar khususnya di wilayah kecamatan sedati dengan mengunjungi secara langsung kepada pemangku kepentingan masyarakat seperti perangkat desa dengan menanyakan apa yang dapat dibantu dan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dapat terorganisasikan. Terdapat rangsangan yang diberikan pada individu hasil dari stimulus tersebut.

Persepsi yang terimplementasi dalam kepuasan masyarakat akan tercermin dalam minat seseorang terhadap kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya. Kepuasan yang baik dapat dilihat Ketika CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dapat menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik, dimana masyarakat merasa terbantu mengenai masalah perkembangan Kesehatan terutama pada bayi dan balita yang mengalami keterlambatan perkembangannya.

Dari hasil wawancara mendalam dengan informan yang sudah didapat pada pembahasan sebelumnya ditemukan bahwa kegiatan posyandu desa kecamatan

sedati jauh berbeda sebelum dengan sesudah adanya program tambahan yaitu pelayanan Kesehatan keliling yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya. Mereka mengatakan bahwa dahulu masyarakat melakukan kegiatan posyandu desa hanya berupa penimbangan, pencatatan berat badan dan pengukuran tinggi badan pada balita. Kemudian jika berobat harus pergi jauh untuk ke pusat Kesehatan masyarakat atau puskesmas.

Saat ini masyarakat tidak perlu datang jauh-jauh ke lokasi pusat Kesehatan masyarakat, maka pelayanan Kesehatan keliling datang langsung ke lokasi masyarakat yang mengalami kesulitan mengakses pusat layanan Kesehatan. PT Angkasa Pura juga menyediakan posyandu desa dengan program lengkap peningkatan gizi ibu hamil dan balita, kegiatan KB, imunisasi lengkap, pemeriksaan penyakit pada lansia serta ambulance khusus untuk masyarakat apabila ada kedaruratan medis. Saat ini masyarakat juga tidak perlu membeli vitamin untuk menambah gizi pada anak, karena program pelayanan Kesehatan keliling ini selain pengobatan gratis, masyarakat juga dibekali dengan sosialisasi mengenai pola hidup sehat, pencegahan penyakit menular serta penyediaan banyak makanan tambahan, gizi, vitamin, susu, sembako khusus dan keperluan lain yang sudah disesuaikan oleh tingkat kebutuhan masyarakat.

Menurut salah satu kepala desa kecamatan sedati Anik Mahmudah dukungan program Kesehatan keliling di desa segoro tambak mengatakan :

*“Iya memang pelaksanaan aktivitas itu dalam bentuk program Kesehatan keliling Angkasa Pura diantaranya adalah pemberian makanan tambahan pada balita saat kegiatan posyandu kalau dulu hanya kegiatan penimbangan aja, sekarang program CSR Pelayanan kesehatan keliling dari PT Angkasa Pura I Juanda setiap bulan diselenggarakan di desa kami, selain pemberian makanan tambahan juga diberi sembako, susu, vitamin,*

*dan obat-obatan. program ini sangat membantu untuk peningkatan perkembangan Kesehatan balita. Karena sejauh ini desapun juga sangat mensupport kegiatan posyandu ditambah lagi dengan Angkasa Pura yang membantu kami pada bidang Kesehatan balita itu semakin besar pengaruhnya karena beberapa di desa kami masih ada balita yang mengalami keterlambatan perkembangannya”.*

Sedangkan sikap yang diberikan masyarakat Bandara Juanda Surabaya khususnya kecamatan Sedati sendiri yaitu berupa antusias dan sangat mensupport atas PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang diberikan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) PT Angkasa Pura I Juanda dalam bentuk program pelayanan Kesehatan keliling.

Sehingga menghasilkan sikap yang baik dari masyarakat kepada perusahaan tidak hanya mendukung dalam kegiatan operasional bandara tetapi juga dukungan perusahaan yang sudah diberikan oleh PT Angkasa Pura terhadap masyarakat melalui aktivitas program pelayanan Kesehatan keliling.

Dari hasil aktivitas tersebut memotivasi sehingga menimbulkan dorongan untuk memberikan kontribusi yang lebih besar untuk kesejahteraan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya juga memberikan motivasi dalam bentuk sosialisasi mengenai masalah Kesehatan, memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pola hidup sehat, dan memotivasi kewaspadaan secara dini melalui perbaikan lingkungan dan gizi.

Menurut Frank Jefkins meningkatkan variable citra /image yang baik atau yang buruk sepenuhnya didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan pemahaman pada kehidupan nyata. Citra sering disebut dengan kesan, citra atau persepsi yang bermula dari setiap individu berdasarkan adanya pengalaman,

kepercayaan & pengetahuan berdasarkan seseorang itu sendiri terhadap suatu perusahaan.

Dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program pelayanan Kesehatan keliling menghasilkan citra atau persepsi yang sangat baik dari masyarakat. Menurut penilaian dan persepsi masyarakat jauh lebih baik atau lebih memadai dibandingkan keadaan posyandu desa sebelum adanya program pelayanan Kesehatan keliling. Kondisi semacam ini akan memberikan kesan bagi masyarakat khususnya kecamatan sedati bahwa aktivitas pelayanan Kesehatan keliling telah memberikan rasa senang merasa terbantu akan layanan Kesehatan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya adalah sebagai bentuk aktivitas yang mengacu pada tanggung jawab sosial perusahaan melalui dukungan finansial yang diberikan di lingkungan sekitar perusahaan. Berdasarkan peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor PER-02/MBU/07/2017 mengenai Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan PT Angkasa Pura I telah mengatur dan menetapkan program pelayanan kesehatan keliling dengan keputusan direksi PT Angkasa Pura Nomor KEP.104/KU.12/2017.

Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya melalui program pelayanan Kesehatan keliling mampu meningkatkan citra perusahaan melalui persepsi yang diberikan oleh masyarakat. Aktivitas pada saat posyandu desa kecamatan sedati jauh berbeda sebelum dengan sesudah adanya program tambahan yaitu pelayanan Kesehatan keliling yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya. Mereka mengatakan bahwa dulu masyarakat melakukan kegiatan posyandu desa hanya berupa penimbangan, pencatatan berat badan bayi dan balita, program KB pengukuran tinggi badan tanpa adanya kelengkapan fasilitas yang memadai.

Jadi, sebelum adanya aktivitas CSR masyarakat harus jauh-jauh datang ke puskesmas agar mendapatkan akses layanan berobat secara umum. Membayar

pengobatan secara tidak gratis, dan kurang adanya fasilitas yang memadai pada saat posyandu desa.

Saat ini sesudah adanya aktivitas CSR program pelayanan Kesehatan keliling masyarakat tidak perlu datang ke puskesmas karena program pelayanan Kesehatan ini langsung datang ke lokasi masyarakat pada saat kegiatan posyandu desa secara gratis. Aktivitas CSR tersebut mulai dari kegiatan program peningkatan gizi ibu hamil dan balita, kegiatan KB, imunisasi lengkap, pemeriksaan penyakit pada lansia, masyarakat juga dibekali dengan aktivitas sosialisasi mengenai pola hidup sehat, pencegahan penyakit menular serta penyediaan banyak makanan tambahan, seperti pemberian vitamin, obat-obatan, susu, telur, dan makanan yang memiliki kandungan gizi tinggi untuk ibu hamil, ibu menyusui, balita atau anak.

Selain itu PT Angkasa Pura sudah bekerja sama dengan puskesmas kecamatan sedati untuk memastikan ketersediaan tenaga dokter, tenaga penyuluh, perawat yang juga di bantu oleh bidan desa, tenaga farmasi, dan kader posyandu yang juga ikut turun dalam kegiatan tersebut. Dengan demikian tenaga Kesehatan lebih mudah berdiskusi dengan masyarakat mengenai beragam masalah Kesehatan serta menyediakan ambulance khusus untuk masyarakat apabila ada kedaruratan medis.

Dapat dilihat bahwa Citra positif dari persepsi masyarakat yang berupa rasa antusias, senang dan merasa terbantu. Secara tidak langsung dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga dukungan masyarakat tersebut menimbulkan kesan

yang cukup baik bagi perkembangan perusahaan dan lingkungan di sekitar perusahaan melalui aktivitas CSR program pelayanan Kesehatan keliling.

## **5.2. Saran**

Adapun saran yang disampaikan penulis adalah sebagai masukan kepada PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dapat mengembangkan Program Pelayanan Kesehatan secara berkala seperti pembangunan rumah sehat dimana tempat tersebut dapat dijadikan sebagai tempat sosialisasi mengenai isu masalah Kesehatan agar masyarakat lebih peka terhadap lingkungan sekitar.
2. Sebaiknya PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya rutin melaksanakan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dapat memberikan manfaat jangka panjang untuk kesejahteraan masyarakat dan juga perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N. (2019). *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda. April*, 33–35.
- Albi Anngito, J. S. (2018). *Metodelogi penelitian kualitatif* (E. D. Lestar (ed.)). CV Jejak (Jejak Publisher). [https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ&dq=penelitian+deskriptif+kualitatif+menurut+para+ahli&lr=&hl=id&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ&dq=penelitian+deskriptif+kualitatif+menurut+para+ahli&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- Dan, T., & Kewirausahaan, D. A. N. (2021). *Manajemen umkm dan kewirausahaan* (M. S. Prof. Dr. Sudarmiatin & Mb. Dr. Agus Hermawan, M.Si., GradDipMgt. (eds.)). CV. Bintang Sejahtera.
- Dr Ilona Vicenovie Oisina Situmeang. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Komunikasi Organisasi. 2018*, 1–28.
- El-Dairi, M., & House, R. J. (2019). Optic nerve hypoplasia. In *Handbook of Pediatric Retinal OCT and the Eye-Brain Connection* (pp. 285–287). <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-60984-5.00062-7>
- Ginting, J. (2007). Tinjauan Yuridis Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Good Corporate Governance (GCG). *Lex Jurnalica*, 5(1), 38–46.
- Lestari. (2019). Strategi Public Relations Pt Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Linimasa*, 13–46.
- Meliala, R. M., Palupi, R., & Septalastiani, E. (2018). Program Csr Kompas Gramedia Group Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Gerakan Literasi Nusantara #Akubaca. *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(November), 158–171.
- mr Nugraha Pangestu. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Katapang. i*, 16–45.
- Notoatmodjo, P. D. S. (2011). *Kesehatan Masyarakat* (Edisi Revi). PT. Rineka Cipta.
- Rahmadany, R. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas (Csr) Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 4(40), 213–221. <https://polgan.ac.id/jurnal/index.php/juripol/article/view/11133>

- Rahmaningsih, F. (2018). Penerapan Corporate Social Responsibility pada Media Sosial Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility “Klik Hati” PT Merck Indonesia. *JSP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik)*, 17(2), 116–129.
- Subadi, T. (2006). Penelitian Kualitatif.pdf. In *Penelitian Kualitatif* (Vol. 5, p. 15). [yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf](http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf)
- Suhadi, M., & Suhartini, T. (2019). Strategi Membangun Citra Hijra Moslem Apparel Melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi & Desain Visual*, 1(1), 1–12.
- Yustina, E. W. (2015). Hak Atas Kesehatan Dalam Program Jaminan Kesehatan Nasional Dan Corporate Social Responsibility (Csr). *Kisi Hukum*, 14(1), 93–111. <http://journal.unika.ac.id/index.php/kh/article/view/461>

## **LAMPIRAN**

### **Pedoman Wawancara**

#### **Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling.**

#### **Narasumber I (Dodik Heru Atmoko – Corporate Social Responsibility Officer)**

- 1) Apa yang melatar belakangi PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya membuat CSR program pelayanan Kesehatan keliling ?
- 2) Agar program CSR tersebut berjalan maka Langkah apa saja yang telah dilakukan ?
- 3) Dalam melaksanakan Langkah-langkah tersebut apakah terdapat kendala ? berupa apa ? dan bagaimana solusi yang telah diambil.
- 4) Siapakah yang menjadi sasaran CSR program Kesehatan keliling ini ?
- 5) Apa yang mendasari sehingga menerapkan CSR program Kesehatan keliling ?
- 6) Bagaimana cara CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling ?
- 7) Aktivitas apa saja yang dilakukan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam melakukan program pelayanan Kesehatan keliling ?
- 8) Apa saja program CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya meningkatkan citra perusahaan?
- 9) Apa tujuan utama PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya melakukan CSR melalui program pelayanan kesehatan keliling ?
- 10) Dimana saja daerah yang mendapatkan program Kesehatan keliling dari PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya ?
- 11) Berapa lama program pelayanan Kesehatan keliling dijalankan ?

- 12) Apa saja dampak yang diperoleh oleh perusahaan setelah melakukan CSR berupa program pelayanan Kesehatan keliling ?
- 13) Apa saja dampak yang diperoleh oleh masyarakat mengenai program Kesehatan keliling ?
- 14) Siapa yang bekerja sama dengan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam melakukan program Kesehatan keliling tersebut ?
- 15) Fasilitas apa saja yang diberikan oleh PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam melakukan program Kesehatan keliling ?

## **Pedoman Wawancara**

### **Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling.**

#### **Narasumber II (Kepala desa kec. Sedati)**

- 1) Bagaimana aktivitas yang dilakukan PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya dalam melaksanakan program kesehatan keliling ? apa pengaruhnya ?
- 2) Apa saja yang perlu disiapkan dalam pelaksanaan program CSR Kesehatan keliling di wilayah ? kroscek kerja seperti apa ?
- 3) Apa dampak bagi masyarakat disini ?

## Dokumentasi









YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Administrasi Publik : 0963/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2016  
Ilmu Komunikasi : 1888/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2017  
Kampus : Jl. A. Yani 114 Surabaya Telp. 031-8285602, Ex. 120, 121 Fax. 031 - 8285601

Nomor : 42 /1/2022/FSP/UBHARA  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan ijin Penelitian & Survey

24 Januari 2022

Kepada :  
Yth. Pimpinan PT. Angkasa Pura I (Persero)  
Kantor Cabang Bandar Internasional  
Juanda Surabaya  
Jl. Bandara Juanda, Segoro Tambak,  
Kec. Sedati, Kabupaten Sidoarjo  
di  
Sidoarjo

Dengan Hormat,

1. Dalam rangka usaha untuk menyusun suatu laporan penelitian/menyusun skripsi bagi mahasiswa/i tingkat akhir, maka dengan ini kami mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi kesempatan guna melaksanakan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

2. Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

Nama : Crishia Rhismawati  
NIM : 1813211070  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Aktivitas CSR PT Angkasa Pura I (Persero) Juanda Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Pelayanan Kesehatan Keliling  
Tempat Penelitian : - PT. Angkasa Pura I (Persero) Kantor Cabang Bandar Internasional Juanda Surabaya  
Lama Penelitian : 3 bulan

3. Atas segala bantuan yang diberikan demi keberhasilan penelitian tersebut kami sampaikan terima kasih.



TEMBUSAN : Yth.  
- Kepala LPPM UBHARA