

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi saat ini sangat pesat sehingga berpengaruh di segala aktivitas kehidupan. Melalui Teknologi dan Informasi seperti penggunaan internet, komunikasi dan informasi terjadi tanpa hambatan dimanapun kita berada. Sadar akan hal tersebut, semua pemerintahan di negara-negara yang maju dan ingin menjadi maju telah mempersiapkan impiannya. Malaysia mempersiapkan MSC (*Multimedia Super Corridor*), Singapura mempersiapkan *Singapore One*, Filipina dengan *IT Plan* dan Indonesia dengan Nusantara 21. Walaupun namanya berbeda-beda namun konsep dan tujuannya sama, yaitu: "Memasyarakatkan kecanggihan teknologi informasi untuk dapat meningkatkan kemakmuran rakyatnya", seperti yang terdapat pada Undang-undang No.3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi. (www.qsl.net/yb0ah/pp/uu3p1.htm)

Pembangunan dan penyelenggaraan telekomunikasi telah menunjukkan peningkatan peran penting dan strategis dalam menunjang dan mendorong kegiatan perekonomian, memantapkan pertahanan dan keamanan, mencerdaskan kehidupan bangsa, memperlancar kegiatan pemerintahan, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dalam kerangka wawasan nusantara, dan memantapkan ketahanan nasional serta meningkatkan hubungan antarbangsa. Di kawasan Asia, Indonesia menempati poros ke-12 setelah India. Hal ini menunjukkan bahwa pemakaian

internet di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini menunjukkan

lainnya seperti Negara Singapura dan Philipina yang menempati posisi yang cukup jauh dibawah Indonesia (lihat tabel 1.1).

**Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Asia
Tahun 2000 – 2009**

ASIA INTERNET USAGE AND POPULATION						
ASIA	Population (2009 Est.)	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	User Growth (2000-2009)	Users (%) in Asia
Afganistan	28,395,716	1	500	1.8 %	49,900.0 %	0.1 %
Armenia	2,967,004	30	191	6.4 %	536.7 %	0.0 %
Azerbaijan	8,238,672	12	1,485,100	18.0 %	12,275.8 %	0.2 %
Bangladesh	156,050,883	100	556	0.4 %	456.0 %	0.1 %
Bhutan	691,141	500	40	5.8 %	7,900.0 %	0.0 %
Brunei						
Darussalem	388,19	30	217	55.9 %	623.3 %	0.0 %
Cambodia	14,494,293	6	74	0.5 %	1,133.3 %	0.0 %
China *	1,338,612,968	22,500,000	360,000,000	26.9 %	1,500.0 %	48.8 %
Georgia	4,615,807	20	1,024,000	22.2 %	5,020.0 %	0.1 %
Hong Kong *	7,055,071	2,283,000	4,878,713	69.2 %	113.7 %	0.7 %
India	1,156,897,766	5,000,000	81,000,000	7.0 %	1,520.0 %	11.0 %
Indonesia	240,271,522	2,000,000	30,000,000	12.5 %	1,150.0 %	4.1 %
Japan	127,078,679	47,080,000	95,979,000	75.5 %	103.9 %	13.0 %
Kazakhstan	15,399,437	70	2,300,000	14.9 %	3,185.7 %	0.3 %
Korea, North	22,665,345	–	–	–	–	0.0 %
Korea, South	48,508,972	19,040,000	37,475,800	77.3 %	96.8 %	5.3 %
Kyrgystan	5,431,747	51,6	850	15.6 %	1,547.3 %	0.1 %
Laos	6,834,345	6	130	1.9 %	2,066.7 %	0.0 %
Macao *	559,846	60	259	46.3 %	331.7 %	0.0 %
Malaysia	25,715,819	3,700,000	16,902,600	65.7 %	356.8 %	2.3 %
Maldives	396,334	6	71,7	18.1 %	1,095.0 %	0.0 %
Mongolia	3,041,142	30	330	10.9 %	1,000.0 %	0.0 %
Myanmar	48,137,741	1	108,9	0.2 %	10,790.0 %	0.0 %

Nepal	28,563,377	50	499	1.7 %	898.0 %	0.1 %
Pakistan	174,578,558	133,9	18,500,000	10.6 %	13,716.3 %	2.5 %
Philippines	97,976,603	2,000,000	24,000,000	24.5 %	1,100.0 %	3.3 %
Singapore	4,657,542	1,200,000	3,370,000	72.4 %	180.8 %	0.5 %
Sri Lanka	21,324,791	121,5	1,163,500	5.5 %	857.6 %	0.2 %
Taiwan	22,974,347	6,260,000	15,143,000	65.9 %	141.9 %	2.1 %
Tajikistan	7,349,145	2	600	8.2 %	29,900.0 %	0.1 %
Thailand	65,998,436	2,300,000	16,100,000	24.4 %	600.0 %	2.2 %
Timor-Leste	1,131,612	-	1,8	0.2 %	0.0 %	0.0 %
Turkmenistan	4,884,887	2	75	1.5 %	3,650.0 %	0.0 %
Uzbekistan	27,606,007	7,5	2,469,000	8.9 %	32,820.0 %	0.3 %
Vietnam	88,576,758	200	21,963,117	24.8 %	10,881.6 %	3.0 %
TOTAL ASIA	3,808,070,503	114,304,000	738,257,230	19.4 %	545.9 %	100.0 %

Sumber: <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm> diakses pada tanggal 29 Maret 2010

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, kebutuhan akan mekanisme belajar mengajar berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi tidak bisa terelakkan. Oleh karena itu, pemanfaatan TIK harus diperkenalkan kepada khalayak agar khalayak mempunyai bekal pengetahuan dan pengalaman yang memadai untuk bisa menerapkan dan menggunakan teknologi dalam kegiatan belajar, bekerja serta berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Manusia membutuhkan pemahaman dan pengalaman agar bisa memanfaatkan TIK secara optimal dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman. Seseorang yang telah mengikuti dan memahami serta mempraktekkan TIK akan memiliki kapasitas dan kepercayaan diri untuk memahami berbagai jenis teknologi dan menggunakannya secara efektif. Selain itu, dapat memahami dampak negatif dan keterbatasan TIK, serta mampu memanfaatkannya untuk mendukung proses pembelajaran di bidang pendidikan.

Pendidikan sebagai pondasi pembangunan suatu bangsa memerlukan pembaharuan-pembaharuan sesuai dengan tuntutan zaman. Keberhasilan dalam pendidikan selalu berhubungan erat dengan kemajuan suatu bangsa yang dampaknya yaitu meningkatnya kesejahteraan kehidupan masyarakat. Pada era teknologi tinggi (*high technology*), perkembangan dan transformasi ilmu berjalan begitu cepat, keperluan akan penguasaan teknologi khususnya Teknologi Informasi telah diantisipasi oleh pemerintah, dalam hal ini oleh Departemen Pendidikan Nasional yang memasukkan kurikulum Teknologi Informasi dalam kurikulum 2004 mulai dari pendidikan dasar sampai ke perguruan tinggi. Diharapkan dengan diimplementasikannya kurikulum TI ini akan meningkatkan kualitas proses pengajaran, kualitas penilaian kemajuan siswa dan kualitas administrasi sekolah.

Pemerintah, dalam hal ini MENDIKNAS melalui bidang kurikulum telah memberikan acuan untuk mempersiapkan penerus bangsa dalam penguasaan TIK seperti dalam visi mata pelajaran teknologi informasi dan komunikasi. Didasarkan pada visi mata pelajaran ini diharapkan siswa dapat menggunakan perangkat TIK secara tepat dan optimal untuk mendapatkan dan memproses informasi dalam kegiatan belajar, bekerja dan aktifitas lainnya sehingga siswa mampu berkreasi, mengembangkan sikap inisiatif, mengembangkan kemampuan eksplorasi mandiri dan mudah beradaptasi dengan perkembangan yang baru.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta telah menerapkan metode pembelajaran *E Learning* di lingkungan internal dan eksternal UMY. *E learning* internal dilaksanakan pada perkuliahan sehari-hari. *E learning* Eksternal dilaksanakan di SMU se DIY dan Jateng. Program tersebut dilaksanakan dengan tujuan untuk membentuk sebuah komunitas *E Learning Community* SMU se DIY

dan JATENG serta diharapkan kreatifitas guru dan cara belajar siswa dapat ditingkatkan. Disamping itu, dengan program ini para guru dan siswa dalam satu sekolah dapat saling berdiskusi dan bertukar informasi serta bekerja sama dengan guru dan siswa dari sekolah lain dalam rangka pengembangan proses belajar mengajar.

Langkah awal yang dilakukan oleh UMY dalam mengimplementasikan metode *E-learning Community* SMU se-DIY dan JATENG yaitu pada tanggal 05 Agustus 2006 di UMY telah dilaksanakan “Seminar Nasional dan Workshop Penerapan Teknologi Informasi dalam Proses Belajar Mengajar” (www.elcom.ums.ac.id, diakses Tanggal 10 Juli 2007). Seminar tersebut dihadiri oleh perwakilan SMA/SMK di DIY dan JATENG, serta ditandatangani pula MOU antara Dinas Pendidikan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang diwakili oleh Drs. Sugito, M:Si (Kepala Dinas Pendidikan Propinsi DIY) dengan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang diwakili oleh Dr. Khoiruddin Bashori (rektor UMY), serta diadakannya workshop *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG bagi guru-guru dan siswa siswi SMU, serta melakukan kerjasama pengembangan metode pembelajaran program *E Learning*.

Sebagai sebuah Perguruan Tinggi Swasta, UMY telah melaksanakan CSR dengan menggunakan website untuk mengkomunikasikan program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG. Website tersebut dibuat oleh UMY dan dibagikan secara gratis untuk seluruh sekolah-sekolah yang telah tergabung didalam program tersebut. Dengan adanya fasilitas gratis tersebut, para guru dapat memberikan materi pelajaran, pemberian tugas kepada siswa, forum diskusi, pengumuman dan sebagainya kepada siswa siswinya. Seluruh database *E*

Learning Community SMU se-DIY dan JATENG disimpan di dalam server yang dimiliki dan dipelihara oleh UMY.

Keberhasilan program CSR tersebut merupakan hasil kerjasama PR UMY dengan tim *Task Force E Learning* UMY. Tim tersebut adalah tim yang dibentuk khusus untuk menangani program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG. Melalui profil program CSR UMY, dapat dilihat bahwa program yang dilakukan oleh UMY meliputi berbagai sektor, yakni: bakti sosial di bulan ramadhan, bakti sosial di hari raya idul adha dan lain-lain. Salah satu program CSR yang dijalankan UMY adalah program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG. Program tersebut merupakan perwujudan dari kepekaan UMY akan pentingnya proses belajar mengajar di Indonesia. Oleh karena itu *E Learning Community* SMU menanamkan konsep bahwa program ini bertujuan untuk membantu pihak sekolah dalam mengembangkan metode pembelajaran *E Learning*; menyiapkan siswa untuk belajar aktif dan mandiri dan mengembangkan komunitas *E Learning* di Yogyakarta dan sekitarnya. Program tersebut memiliki kekhususan yaitu merupakan satu-satunya program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG yang diadakan oleh Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta.

Setiap Perguruan Tinggi yang ingin tetap eksis perlu menerapkan program CSR sebagai kebijakan di dalam organisasi. Termasuk UMY, merupakan salah satu PTS di Yogyakarta yang menjalankan program CSR dalam rangka membina hubungan baik serta sebagai wujud tanggung jawab sosial kampus UMY. Hal ini disadari oleh UMY dan diwujudkan dalam sejumlah program Humas UMY sebagai upaya dalam menjalankan keharmonisan komunikasi antara UMY dengan *stakeholder*. *Stakeholder* UMY yang berkaitan dengan program CSR meliputi

karyawan, keluarga karyawan dan komunitas lokal, seperti yang dikemukakan oleh *Twediana Budi Hapsari*, (Humas UMY) dalam acara “Workshop branding Perguruan Tinggi dalam menghadapi kompleksitas persaingan global dan otonomi daerah” yang diselenggarakan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada hari Sabtu, 26 Mei 2007 menyatakan bahwa:

“Selama ini UMY sudah berupaya secara maksimal dalam membranding UMY dan sekaligus Jogja. Salah satu bentuk branding yang dilakukan oleh UMY adalah dengan membangun komunitas e-learning dengan SMA/SMK di Jogja dan Jawa Tengah sebagai bentuk dari *Corporate Social Responsibility (CSR) UMY*”.

Upaya memenuhi CSR ini diwujudkan dalam program yang disesuaikan dengan usaha pencapaian tujuan UMY yang telah terstruktur dan dilaksanakan oleh Biro Humas dan Kerjasama UMY secara berkesinambungan dan dikelola secara profesional demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut *Twediana Budi Hapsari*, dalam acara “Workshop branding Perguruan Tinggi dalam menghadapi kompleksitas persaingan global dan otonomi daerah, UMY, 26 Mei 2005 mengatakan bahwa: “Kegiatan-kegiatan pokok program tersebut yakni program pembuatan situs *E Learning Community* di sekolah dan program *workshop E Learning Community*”. Biro Humas dan Kerjasama UMY berperan sebagai perpanjangan tangan UMY melalui program-program hubungan komunitas yang dijalankan yaitu berupaya untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat untuk memperoleh citra positif di mata publik. Ini berarti PR memiliki kewajiban menjalankan fungsi dan perannya secara maksimal dalam mencapai tujuannya, dengan perhatian pada tujuan jangka panjang yaitu kelangsungan UMY. Banyaknya manfaat dan adanya keharusan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan komunitas inilah, maka setiap perusahaan yang berhubungan erat dengan lingkungan

fisik dan sosial disekitarnya harus terus berusaha untuk lebih memperhatikan hubungan dengan komunitas.

Berdasarkan hasil *interview* dengan Ibu Twediana Budihapsari selaku kepala Biro Humas UMY dapat diketahui bahwa UMY mengalami kesulitan dengan adanya beberapa hambatan dalam menjalankan program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG. Adapun hambatan-hambatan yang ada diantaranya adalah target sasaran SMU se DIY dan JATENG tidak memenuhi target yang telah direncanakan, karena tidak semua SMU di DIY dan JATENG memiliki fasilitas laboratorium yang memadai serta tidak adanya koneksi internet untuk menjalankan program *E Learning* di sekolah masing-masing. Hal tersebut menimbulkan ketertarikan peneliti untuk mengetahui bagaimana *Public Relations* UMY dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* melalui program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana peran PR UMY dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG (2006 - 2007)?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk memperoleh gambaran peran PR UMY dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program *E Learning Community*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi berkaitan dengan studi deskriptif kualitatif khususnya di bidang PR dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan bermanfaat secara praktis sebagai masukan bagi PR UMY, khususnya pada *Team Task Force E Learning Community SMU se DIY dan JATENG* dalam mempertimbangkan dan meningkatkan kualitas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

E. KERANGKA TEORI

Penelitian sangat memerlukan beberapa landasan teori untuk mempermudah didalam melakukan penelitian. Teori yang diambil merupakan teori-teori yang berhubungannya dengan judul yang mendukung penelitian ini, yang diambil dari berbagai sumber. Hal ini membantu kita menjelaskan apa yang sedang kita pikirkan dan memudahkan kita untuk menjelaskan segala sesuatu yang terjadi di lingkungan sekitar kita, serta mengarahkan observasi atau penelitian-penelitian baru dalam rangka menguji teori secara empirik.

Dalam sub bab ini akan dijelaskan mengenai jalan pemikiran dan teori yang diambil dari berbagai sumber dan referensi yang berkaitan dengan judul yang mendukung penelitian ini. Penjelasan tersebut beranjak dari Peran PR dalam CSR, CSR Fungsi dan Tugas PR dalam CSR serta perencanaan program PR dalam

Menurut *Cutlip, Center* dan *Broom* para praktisi memakai pola perilaku saat berurusan dengan situasi berulang dalam pekerjaan mereka dan saat mengakomodasikan harapan pihak lain akan apa yang harus mereka lakukan. Dalam bukunya *Effective Public Relations* (2000:51) mereka menjelaskan bahwa ada empat peran besar hubungan masyarakat yang menjabarkan sebagian besar praktek ini. Dalam buku ini disebutkan bahwa dalam berbagai kesempatan, praktisi memainkan semua peran ini dalam berbagai tingkatan meskipun muncul peran yang dominan pada saat mereka melakukan pekerjaan sehari-hari dan menghadapi orang lain. Peran tersebut yaitu:

a. Peran Teknisi (*Communication Technician Role*)

Aktifitas yang berkaitan dengan keterampilan teknis berkomunikasi, seperti *public speaking, news releas writing, editing* dan sebagainya. Disini praktisi humas biasanya tidak ikut serta saat manajemen mendefinisikan masalah dan menerapkan program. Oleh karena itu praktisi humas hanya menjalankan tugas teknis saja, tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan (*decision making*)/hanya sekedar menjalankan keputusan yang telah disusun dan dibuat oleh bagian lain dalam organisasi. PR baru terlibat saat memproduksi komunikasi dan menerapkan program. Meskipun tidak diikutsertakan dalam diskusi tentang kebijakan baru atau keputusan manajemen, PR adalah pihak yang dilimpahkan tugas memberi penjelasan pada karyawan dan pers.

b. Peran Manajerial (*Communication Managerial Role*)

PR terlibat dalam pengelolaan dan perencanaan program yang dijalankan secara sistematis. Pada peran ini humas sebagai penasihat

manajemen khususnya yang terkait dengan kebijakan dan aktifitas komunikasi yang perlu disampaikan. Dalam peran manajerial ini, terdapat beberapa macam peran yang muncul yaitu:

(1) *Expert Prescriber Role*

PR dengan segala kemampuan dan keahliannya di bidang kehumasan membantu manajemen dalam menangani permasalahan yang dihadapi organisasi atau perusahaan dengan publiknya. PR diberi wewenang sepenuhnya oleh manajemen guna mencari solusi yang tepat tentang permasalahan kehumasan yang ada. Disini pihak manajemen (pimpinan) bersifat pasif, manajemen percaya sepenuhnya pada kemampuan praktisi PR dalam mengidentifikasi setiap masalah yang muncul dan menjalankan program kehumasan serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaannya. Peran ini diperlukan secara berkala saja dalam situasi kritis.

(2) *Problem Solving Facilitator*

PR sebagai tim manajemen dalam menangani permasalahan komunikasi yang dihadapi oleh organisasi. Persoalan komunikasi yang dihadapi oleh organisasi dipecahkan secara bersama-sama dengan bagian-bagian lain.

(3) *Communication Facilitator*

PR sebagai jembatan organisasi dengan publiknya. Humas memfasilitasi pihak-pihak manajemen dan publik agar bisa saling mengerti dan memahami satu dengan yang lainnya. Humas memfasilitasi manajemen untuk bisa mendengar keluhan dan harapan

manajemen terhadap publik organisasi, juga sekaligus sebagai fasilitator bagi publik untuk mengungkapkan keluhan dan harapan terhadap organisasi.

Kedua peran tersebut idealnya harus dijalankan oleh PR. Tapi, seringkali hanya satu peran yang dilakukan oleh PR. Peran yang dilakukan oleh PR dalam suatu perusahaan, baik sebagai *Public Relations Manager* atau *Public Relations Technician*. Keduanya terkait dengan lingkungan sosial perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan peran PR mana yang akan diambil dalam menjalankan kebijakan, agar PR dapat leluasa menjalankan program yang diberikan oleh perusahaan kepada publik. Peran-peran tersebut diatas dijalankan pada saat praktisi PR menjalankan tugasnya sehingga peneliti ingin mengetahui peran apa yang dilakukan oleh PR UMY dalam program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG.

2. Perencanaan Program *Public Relations*

Menurut *Cutlip, Center* dan *Broom* perencanaan program PR harus didasarkan kepada analisis lingkungan situasi dan kondisi:

- a. *A searching look backward* yaitu penelusuran masa lampau atau sejarah organisasi untuk menetapkan faktor-faktor yang memegang peranan penting dalam situasi yang sedang terjadi.
- b. *A deep look inside* yaitu penelaahan terhadap fakta-fakta dan pendapat yang ditimbangkan, dipandang dari sudut tujuan organisasi dan lingkungan

- c. *A wide look around* yaitu melihat kecenderungan-kecenderungan yang ada pada berbagai aspek (politik, social dan ekonomi) di sekeliling kita, serta situasi dan kondisi saat ini untuk rencana mendatang.
- d. *A long looks ahead* yaitu jauh memandang kedepan, tujuan dan pelaksanaan program yang cukup realistic dan kemudahan dalam mencapai tujuan. Kesesuaian perencanaan dan program public relations, serta prospek organisasi di masa mendatang. (Ruslan, 2003:136)

Setelah melakukan perencanaan, PR UMY dituntut untuk dapat melaksanakannya sesuai dengan rencana awalnya sehingga program tersebut dapat dilihat keberhasilannya. Menurut *Rosady Ruslan*, ada 3 hal yang perlu diperhatikan agar rencana program PR dapat berhasil dengan baik (Ruslan, 2003:14), yaitu:

- a. Rencana program harus dibuat dengan teliti dan harus didukung oleh pihak manajemen, artinya pada saat presentasi atau meeting rencana tersebut harus dapat meyakinkan pihak manajemen sehingga mendapatkan persetujuan.
- b. Rencana program tersebut harus mempunyai tujuan. Suatu rencana program harus memiliki tujuan yang jelas yang hendak dicapai.
- c. Dilakukan pengarahan mengenai rencana program tersebut. Pengarahan tersebut dilakukan agar masing-masing pihak mengetahui dan mengerti tanggung jawabnya masing-masing.

Menurut *Rusady Ruslan* dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, menurut perencanaan yang matang

akan menghasilkan suatu program PR yang efektif. Perencanaan program PR didasarkan kepada fakta dan landasan berfikir yang sehat serta memiliki kejelasan arah dan tujuan yang ingin dicapainya (Ruslan, 2003:131). Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti lebih jauh pada proses perencanaan *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG pada kurun waktu 2006-2007 apakah sudah sesuai dan maksimal.

3. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility menurut *European Commission* adalah “a concept whereby companies integrate social and environmental concern in their business operations and in their interactions with their stakeholders on a voluntary basis” (European Commission, 2002:3).

Definisi dari WBSD (*World Business Council for Sustainable Development*) adalah:

“tanggung jawab perusahaan secara social adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat ‘lokal’ dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”. (Richard Holme, 2000:8)

Dalam penelitian ini, penulis cenderung menggunakan dua definisi yaitu definisi CSR menurut WBCSD dan *European Union* karena pelatihan *E Learning* yang diadakan UMY bertujuan untuk meningkatkan kualitas komunitas lokal dalam kemampuan untuk menggunakan internet sebagai sumber informasi yang memiliki akses luas dan program ini merupakan wujud tanggung jawab dan kepedulian sosial UMY sebagai perguruan tinggi swasta di

Yogyakarta. Dari pengertian-pengertian tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen usaha sebagai bentuk tanggung jawab atau kontribusi bisnis kepada lingkungan ataupun masyarakat. Terkait dengan program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG, tampak bahwa saat ini UMY harus siap bertanggung jawab bukan hanya kepada pemegang saham saja, tetapi harus bertanggung jawab juga kepada masyarakat, jangan hanya memperbesar laba saja, tetapi harus membantu memperbaiki kehidupan warga masyarakat di luar UMY. Oleh karena itu, UMY harus mampu meminimalisir permasalahan-permasalahan yang dapat merugikan masyarakat di luar perusahaan melalui kebijakan-kebijakan perusahaan yang dirancang untuk menghilangkan permasalahan-permasalahan perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis cenderung menggunakan dua definisi yaitu definisi CSR menurut WBCSD dan *European Union* karena pelatihan *E Learning* yang diadakan UMY bertujuan untuk meningkatkan kualitas komunitas lokal dalam kemampuan untuk menggunakan internet sebagai sumber informasi yang memiliki akses luas dan program ini merupakan wujud tanggung jawab dan kepedulian sosial UMY sebagai perguruan tinggi swasta di Yogyakarta.

4. Peran PR dalam Program *Corporate Social Responsibility*

Menurut *Cutlip, Center dan Broom* (2000) eksekutif perusahaan melihat kebutuhan yang meningkat untuk menyokong pendidikan public di semua tingkatan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka. Seringkali

praktisi hubungan masyarakat memainkan peran kunci dalam fungsi filantropi perusahaan. Adakalanya menjadi pejabat yang bertanggung jawab atas fungsi itu. Lazimnya peran hubungan masyarakat mencakup hal-hal berikut ini:

- a. Menggelar peristiwa-peristiwa yang sesuai untuk membuat kontribusi yang menentukan, seperti kampanye dan kesejahteraan atau penciptaan dana beasiswa.
- b. Membantu kampanye atau usaha keras amal, dengan nasehat strategi komunikasi, menyiapkan materi cetak atau audiovisual dan mengiklankan dukungan atau penempatan publisitas.
- c. Memimpin proyek atau kampanye atau bertindak sebagai wakil pejabat senior perusahaan.
- d. Memeriksa perkara-perkara komunitas yang bermacam-macam untuk menentukan dimana dan bagaimana perusahaan dapat memberikan bantuan terbaik.
- e. Membimbing bukan mengarahkan, pendekatan partisipatif yang melibatkan unsure pokok komunitas dalam mengalokasikan kontribusi-kontribusi perusahaan.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, dalam hal ini adalah pelaksanaan *E*

dilaksanakan oleh UMY. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengklasifikasikan mengenai suatu fenomena/kenyataan sosial dengan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi/peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa/membuat prediksi. Metodologi ini juga dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga masyarakat dll) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. (Jalaluddin Rakhmat, 2001:24)

2. Obyek Penelitian

Sesuai dengan judul yang diangkat, peneliti mengambil obyek penelitiannya adalah Program *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG (2006 - 2007).

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian diawali dengan penelaahan literature-literatur yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan *outline* sebagai pengajuan penelitian. Penelitian dilakukan di tahun 2007 di UMY dengan menghususkan pada bagian PR, *E Learning* dan *Corporate Social Responsibility* UMY. Setelah *outline* diterima, penelitian dilanjutkan pada penyusunan bab 1, pengumpulan data, dan penyusunan bab-bab selanjutnya.

4. Sumber data/informan

Data yang diperoleh dalam penelitian studi deskriptif kualitatif ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan alumni peserta *workshop E Learning* UMY dan Humas UMY. Diharapkan dari wawancara ini dapat memperoleh data yang valid sesuai dengan fokus penelitian yaitu “Peran *Public Relations* UMY dalam Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* Melalui Program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG (2006 - 2007).”

a. Teknik Pengumpulan Data

(1). Wawancara

Metode ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada sampel (informan) yang mengarah kepada fokus penelitian. Sesuai dengan anjuran *Guba dan Lincoln*, maka sebelum dilakukan wawancara terlebih dahulu disusun garis-garis besar pertanyaan yang akan dipertanyakan kepada informan. (Guba and Lincoln, 1994:296)

Wawancara yang dilakukan terkait dengan kebutuhan data tentang “Peran *Public Relations* UMY dalam Melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility* melalui program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG (2006 - 2007)”.

(2). Studi Dokumen

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pencatatan atau pengambilan dokumen yang berhubungan dengan

masalah yang diteliti, baik data sekunder maupun data primer. Data primer dapat diperoleh secara langsung dari lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh lewat buku, internet, dan media informasi non manusia lainnya. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data tentang keadaan lokasi atau deskripsi wilayah dan dokumen-dokumen yang berkenaan dengan penelitian.

5. Teknik analisis Data

Penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif untuk mengolah data dari lapangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode perbandingan tetap (*Constant Comparative Method*), seperti yang dikemukakan oleh *Glaser & Strauss* dalam buku "*The Discovery of Grounded Research*" yang dikutip oleh *Lexy J. Moleong*. (*Lexy J. Mo Leong*, 1994:288). Langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang relevan dengan permasalahan penelitian. Reduksi data juga merupakan alat analisis, sebab tindakan-tindakan tersebut tidak lain adalah pilihan-pilihan analisis. Data terlebih dahulu dirangkum, dipilih mana yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya sehingga membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi terlebih dahulu.

c. Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Yaitu permasalahan penelitian yang menjadi pokok pemikiran terhadap apa yang akan diteliti.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan skripsi ini secara keseluruhan akan disajikan dalam sistematika penulisan yang terbagi menjadi empat bab, yaitu; bab satu dengan pendahuluan yang akan memuat uraian yang akan menggambarkan permasalahan yang akan diteliti. Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, yang memuat teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian untuk dijadikan landasan dalam penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Selanjutnya dalam bab dua, penelitian ini meliputi deskripsi lokasi penelitian, bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab mengenai profil UMY dan profil anggota *E Learning Community* SMU se DIY dan JATENG (2006 - 2007).

Bab tiga akan menjelaskan tentang penyajian data dan analisis data, yang akan menjelaskan gambaran umum UMY yang merupakan sasaran penelitian kemudian peneliti akan menuraikan temuan analisis dan interpretasi

Bab selanjutnya dalam bab empat yaitu penutup, dalam bab ini akan dimuat tentang hasil penelitian dalam bentuk dan saran-saran yang ditunjukkan