AUDIT KOMUNIKASI KEGIATAN COMMUNITY DEVELOPMENT PT. INDONESIA POWER UP SURALAYA

(Studi Kasus Pada Program Fattening & Breeding Domba)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Konsentrasi Humas Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Oleh :

Fitri Nuraini

6662122581

KONSENTRASI ILMU HUMAS
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
TAHUN 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fitri Nuraini

NIM : 6662122581

Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 04 September 1994

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Audit Komunikasi Kegiatan Community Development PT Indonesia Power UP Suralaya (Studi Kasus Pada Program "Fattening & Breeding Domba"* adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 18 Oktober 2016

METERAI TEMPEL

6000

Fitri Nuraini

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Fitri Nuraini

NIM : 6662122581

Judul Skripsi : AUDIT KOMUNIKASI KEGIATAN COMMUNITY DEVELOPMENT PT. INDONESIA POWER UP SURALAYA (Studi Kasus Pada Program Fattening & Breeding Domba)

Serang, September 2016

Skripsi Ini Telah Disetujui untuk Disajikan

Menyetujui,

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Dr. Rahmi Winangsih, M.Si. NIP : 196810192005012001	Andin Nesia, M.Ikom. NIP : 198206062006042001

Mengetahui

Dekan FISIP UNTIRTA

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si.

NIP : 197108242005011002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitri Nuraini
NIM : 6662122581
Judul Skripsi : AUDIT KOMUNIKASI KEGIATAN COMMUNITY DEVELOPMENT PT. INDONESIA POWER UP SURALAYA (Studi Kasus Pada Program Fattening & Breeding Domba)

Telah Diuji di Hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 19 Oktober 2016 dan dinyatakan **LULUS**

Serang, 19 Oktober 2016

Ketua Penguji :
Muhammad Jaiz, S.Sos, M.Pd
NIP. 197106292003121001 .....

Anggota :
Burhanudin, S.E, M.Si
NIP. 197504052008121001 .....

Anggota :
Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001 .....

Mengetahui,

Dekan Fisip Untirta

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si.
NIP : 197108242005011002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP : 196810192005012001

Tak ada kesuksesan yang datang dengan sendirinya

Mimpipun hanya akan menjadi angan-angan jika hanya dipikirkan

Kerjakanlah ..

Jika terjatuh ribuan kali, bangkitlah jutaan kali

Karena kita tidak tahu seberapa dekat kita dengan kesuksesan

(Fitri Nuraini)

Skripsi ini aku persembahkan untuk ayah dan ibuku tercinta yang tak pernah kehabisan alasan untuk melimpahkan doa, dukungan dan kasih sayangnya untuku..

Tidak ada kata yang tepat untuk mengungkapkan betapa beruntungnya aku memiliki orang tua seperti kalian..

ABSTRAK

Fitri Nuraini. NIM. 6662122581. Skripsi. Audit Komunikasi Kegiatan *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "Studi Kasus pada Program *Fattening & Breeding* Domba"

Community Development (*Comdev*) adalah program kerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indonesia Power UBP Suralaya. Salah satu program unggulan PT Indonesia Power UP Suralaya adalah program penggemukan dan pembibitan atau disebut dengan program *"Fattening & Breeding Domba",* oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi guna mengetahui keefektifitasan dari program unggulan tersebut, untuk mengetahui kekuatan atau kelemahan yang ada, serta untuk mencegah kegagalan yang lebih besar dimasa mendatang. Untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan telah berjalan sesuai perencanaan atau tidak, diperlukan audit komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fatening & Breeding Domba*" ditinjau dari perencanaan program, pelaksanaan program, dan hasil akhir program. Penelitian ini bertolak dari model audit komunikasi *lingking a public relations planning model with an evaluation model* yang dikembangkan oleh *Jim Prichitt* dan *Bill Sherman*. Model ini terdiri dari tiga tahapan dalam melaksanakan evaluasi, yang pertama adalah perencanaan yang menghasilkan input, pelaksanaan yang menghasilkan output, dan yang ketiga adalah hasil akhir menghasilkan outcome. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *eveluatif* dengan pendekatan kualitatif, dan teknik penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa audit komunikasi program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fatening & Breeding Domba*" pada tahap input, konsep kegiatannya telah terencana dengan baik karena pemahaman antara pelaksana kegiatan dengan data dokumentasi yang sudah direncanakan sebelumnya telah sesuai; pada tahap output, pelaksanaan cukup lancar, itu terlihat dari banyak tujuan program yang tercapai meskipun ditemukan beberapa kendala dalam pelaksanaannya seperti kurang mendalamnya pelatihan tentang bagaimana cara mengembangbiakan domba yang sesuai dengan iklim di lokasi ternak; dan pada tahap outcome ditemukan bahwa tujuan besar program yang diharapkan telah tercapai, meskipun hingga saat ini jumlah ternak masih belum berkembang.

Kata Kunci : Audit Komunikasi, Community Development, CSR

ABSTRACT

Fitri Nuraini. NIM . 6662122581. Thesis. Communications Audit Community Development Event PT Indonesia Power UP "Case Study on fattening & Breeding Domba Programs"

Community Development (Community Development) is a work program of Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indonesia Power UP Suralaya. One of the flagship program of PT Indonesia Power UP Suralaya is a program fattening and breeding or called the program "fattening & Breeding Domba" , therefore, need to be evaluated to determine the effectiveness of these excellent programs, to determine strengths or weaknesses, as well as to prevent a greater failure in the future . To determine whether the activities carried out has been going according to plan or not, the communication audit required. The purpose of this study is to investigate the implementation of community development programs PT Indonesia Power UP Suralaya "Fatening & Breeding Domba" in terms of program planning, program implementation, and program outcomes. This study departed from the audit model of communication linking a public relations planning models with an evaluation model developed by Jim Prichitt and Bill Sherman. This model consists of three stages in carrying out the evaluation, the first one is planning to produce input, execution of which generates output, and the third is the end result produce outcomes. The method used is the method eveluatif with a qualitative approach, and this research technique using purposive sampling technique. The technique of collecting data by conducting interviews, observation and documentation. The results showed that communication audit community development program of PT Indonesia Power UP Suralaya "Fatening & Breeding Domba" at the input stage, the concept has been well planned activities for understanding between implementing a data documentation activities that have been planned previously been appropriate; at the output stage, the implementation is quite smooth, it looks from the many objectives of the program were achieved despite discovered some problems in implementation such as lack of profound training on how to breed sheep that according to the climate at the location of livestock ; and at the stage outcome was found that the objectives of the programs are expected to have been achieved , although until now the number of cattle are still undeveloped.

Keywords : Communications Audit, Community Development, CSR

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "Audit Komunikasi Kegiatan Community Development PT Indonesia Power UP Suralaya". Tidak lupa shalawat serta salamsemoga selalu tercurah kepada sang teladan manusia Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat dan kepada seluruh umatnya, hingga akhir zaman, amin.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Peneliti menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan skripsi ini sangat diharapkan oleh peneliti.

Keberhasilan penyusunan penelitian ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan berupa doa, motivasi, maupun bimbingan. Untuk itu, peneliti juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan terhadap peneliti, yaitu:

1. Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya lah, maka skripsi ini dapat terselesaikan
2. Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

3. Dr. Agus Sjafari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
4. Dr. Rahmi Winangsih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, sekaligus selaku dosen pembimbing I skripsi yang selalu membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Andin Nesia, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing II skripsi yang selalu membantu memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak/ Ibu Dosen beserta staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, peneliti mengucapkan terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan
7. Hamim, SE., Afrizal Efendy, H. Hawasi, Mas Megi, Bang Ipul, beserta seluruh jajaran pegawai PT Indonesia Power UP Suralaya yang telah menuntun dan mengarahkan dalam pengumpulan data penelitian
8. Dede Rohiman, Lukman Nurhakim dan Jaja selaku penerima manfaat program “Fattening & Breeding Domba”, peneliti mengucapkan terimaksih atas waktunya yang telah memberikan masukan dan bantuannya dalam pengumpulan data dilapangan
9. Kedua orang tua tercinta Bapak O. Solihin dan Ibu Teti Rakhmawati, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi yang begitu berharga

untuk peneliti, juga bantuan secara moril maupun materil yang tak terhitung

10. Sahabat-sahabat tersayang, Ratu Tusilah, Yayu Fauziah, Nita Anatriani, Rara purbasari, Titi Mulyati, Nabila Haidi, Putri Dw Lestari, Herdita Mulyawati, Emiliya Johari, Dyssa Rizky. Terimakasih kalian selalu memberikan dukungan, semangat dan hiburan selama ini.
11. Teman-teman seperjuanganku, terimakasih untuk semua canda tawa selama ini, semoga kita semua sukses ya, amiiin.
12. Semua pihak yang ridak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga karya kecil ini dapat menjadi langkah yang positif dikemudian hari, dan bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Serang, ……2016

Penulis

Fitri Nuraini

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK ……... vi

KATA PENGANTAR…… viii

DAFTAR ISI ……..... xi

DAFTAR TABEL ……... xvii

DAFTAR GAMBAR……..... xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Identifikasi Masalah 10

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Manfaat Penelitian 11

1.5.1 Manfaat Teoritis 11

1.5.2 Manfaat Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis 12

2.1.1 Pengertian Komunikasi 12

2.1.2 Fungsi Humas 13

2.1.3 Konsep Manajemen POAC..... 17

2.1.4 Audit Komunikasi 20

2.1.4.1 Pengertian Audit Komunikasi 20

2.1.4.2 Tujuan Audit Komunikasi 22

2.1.4.3 Prosedur Audit Komunikasi 24

2.1.5 Linking A Public Relations Planning Model With An Evaluation Model 25

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR) dan Community Development 31

2.1.7 Pentingnya Audit Komunikasi 34

2.2 Kerangka Berpikir 36

2.3 Penelitian Terdahulu …..... 39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian 42

3.2 Paradigma Penelitian 44

3.3 Informan Penelitian 46

3.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data 50

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data 50

3.4.2 Analisis Data 53

3.5 Jenis Data 55

3.6 Keabsaahan Data 55

3.7 Lokasi Penenlitian 57

3.8 Jadwal Penelitian 57

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Subyek Penelitian …….….. 59

4.1.1 Profil PT Indonesia Power UP Suralaya ……..…….. 59

4.1.1.1 Visi dan Misi PT Indonesia Power UP Suralaya ……... 60

4.1.1.2 Struktur Perusahaan PT Indonesia Power UP Suralaya …… 60

4.1.2 Gambaran Umum Mengenai CSR/ Community Development PT Indonesia Power UP Suralaya ……... 61

4.1.2.1 Latar Belakang Community Development PT Indonesia Power UP Suralaya …… 61

4.1.2.2 Tujuan *Community Development* PT Indonesia Power UP

Suralaya ……. 61

4.1.2.3Bentuk Pelaksanaan *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya ……..... 62

4.1.3 Profil Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" ……. 63

4.1.3.1 Latar Belakang Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" ……..... 63

4.1.3.2 Tujuan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …….. 64

4.1.3.3 Rancangan Kegiatan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …… 65

4.1.3.4 Rancangan Biaya Pelaksanaan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …… 66

4.1.3.5 Rancangan Publikasi Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …… 66

4.1 Hasil Penelitian ……..... 66

4.2.1 Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Input Kegiatan …….. 67

4.2.1.1 Latar Belakang Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …… 68

4.2.1.2 Tujuan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …….. 72

4.2.1.3 Rancangan Kegiatan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" …… 77

4.2.2 Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Output Kegiatan ……... 84

4.2.2.1 Pelaksanaan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"…….. 85

4.2.3 Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Outcome Kegiatan …… 92

4.3.1 Audit Komunikasi Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Dalam konsep POAC ……... 101

4.3.1.1 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" pada Proses Input Kegiatan …… 102

4.3.1.2 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" pada Proses Output Kegiatan …….. 106

4.3.1.3 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" pada Proses Outcome Kegiatan …….. 108

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan …… 111

5.2 Saran ……... 113

5.2.1 Saran Teoritis …… 114

5.2.2 Saran Praktis …… 114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu..... 39

Tabel 3.1 Jadwal…… 58

Tabel 4.1 Latar Belakang program “Fattening & Breeding Domba”...……. 71

Tabel 4.2 Tujuan Program “Fattening & Breeding Domba”…… 76

Tabel 4.3 Rancangan Kegiatan program “Fattening & Breeding Domba”…... 82

Tabel 4.4 Pelaksanaan Program “Fattening & Breeding Domba” ……... 90

Tabel4.5 Perbandingan Outcome pada program “Fattening & Breeding Domba” …… 96

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Lingking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model..... 25

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berfikir……... 38

Gambar 4.1 Truktur Perusahaan PT Indonesia Power UP Suralaya ……... 60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu dan pengetahuan yang terjadi saat ini mendorong banyak perusahaan lebih berfikir kedepan guna menjalankan strategi terbaik di berbagai aspek bagi perusahaannya. *Public Relations* atau yang sering disebut dengan Humas (Hubungan Masyarakat) merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan dan selalu dibutuhkan oleh setiap organisasi baik itu yang bersifat komersil (Perusahaan) maupun organisasi non-komersil seperti yayasan dan lembaga-lembaga pemerintahan. Keberadannya sangat dibutuhkan karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan dan menunjang keberlangsungan organisasi secara positif. Arti penting *public relations* sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi seperti pada saat ini.

Menurut definisi kamus yang diterbikan oleh *Institute of Public relations Associations* (IPRA), "humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya" [1].

[1] Anggoro, 2000. *Teori & Profesi Kehumasan, serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. Bumi Aksara. Hal:2

Dari pengertian diatas, dapat kita ketahui bahwa menjadi seorang praktisi humas atau *Public Relations Officer* tidaklah semudah yang selama ini kita fikirkan. Humas profesional haruslah seseorang yang pintar dan benar-benar ahli dibidangnya, karena humas adalah cerminan dari sebuah perusahaan.

Citra baik perusahaan akan tercipta apabila departemen humasnya tersebut mengerjakan segala sesuatunya dengan baik dan terencana. Begitu pula sebaliknya, citra buruk perusahaan akan dengan mudah tercipta apabila departemen humas mengerjakan segala sesuatunya dengan sangat tidak baik dan tidak terencana. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mendapatklan kepercayaan dan saling pengertian dari publik adalah mutlak menjadi tugas seorang *public relations* dalam organisasi atau badan, karena dengan sebuah kepercayaan dan saling pengertianlah sebuah perusahaan atau organisasi dapat bertahan.

Seperti yang kita ketahui bahwa Humas bertanggung jawab dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan kelompok-kelompok dalam masyarakat dengan mempelajari pandangan mereka, menjawab pertanyaan mereka dan memberikan informasi (edukasi). Humas harus dapat menciptakan atau membuka komunikasi dua arah yang saling menguntungkan. Jadi, humas bertanggung jawab untuk menentukan dan mempertahankan komunikasi dua arah secara terbuka dengan selutuh masyarakat, serta menciptakan opini masyarakat yang baik tentang organisasi. Oleh karenanya komunikasi yang efektif menjadi faktor yang sangat penting bagi pencapaian tujuan organisasi .

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis energi yang memiliki risiko tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan social, Indonesia Power UBP Suralaya senantiasa mempersiapkan berbagai cara untuk menanggulangi dampak negatif tersebut, mulai dari pengadaan alat-alat perlengkapan seperti *Electrostatic Precipitator*, yaitu alat penangkap abu hasil sisa pembakaran dengan efisiensi 99,5%, Cerobong asap setinggi 200 meter dan 275 meter agar kandungan debu dan gas sisa pembakaran sampai *ground level* masih dibawah ambang batas, *Sewage treatment* dan *Neutralizing basin* yaitu pengolahan limbah cair agar air buangan tidak mencemari lingkungan, Peredam suara untuk mengurangi kebisingan yang ditimbulkan oleh suara mesin produksi, Alat-alat pemantau lingkungan hidup yang ditempatkan di sekitar PLTU Suralaya, *CW Discharge Canal* sepanjang 1,9 km dengan sistim saluran terbuka, serta Pemasangan *stack emmision* dan Penggunaan *Low* NO_x *burner* untuk menanggulangi dampak negatif terhadap Lingkungan. Selain itu, Indonesia Power UBP Suralaya juga berkomitmen untuk senantiasa mempertimbangkan, mencegah, mengurangi, dan mengelola dampak operasi dan bisnisnya melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan *(Corporate Social Responsibility/CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu bentuk kegiatan *public relations* yang dimaksudkan sebagai komitmen sukarela yang dibuat oleh organisasi bisnis dalam memilih dan menerapkan praktek tanggung jawab social serta berkontribusi pada masyarakat. Program CSR merupakan suatu tonggak bagi perusahaan untuk tetap dapat berdiri dan

diterima oleh lingkungan dimana perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*.

Community Development (*Comdev*) adalah program kerja CSR PT. Indonesia Power UBP Suralaya. Program *Community Development* dituangkandalam SK Direksi No. 08.K/010/IP/2004 tertanggal 5 Februari 2004 mengenai Pedoman Pelaksanaan Kegiatan *Community Development* di Lingkungan PT. Indonesia Power yang bertujuan untuk mendorong masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri dengan berbasiskan sumberdaya masyarakat lokal dan kemampuan masyarakat itu sendiri untuk menggerakan roda perekonomiannya. Adapun jenis progam yang dilaksanakan sesuai SK Direksi tersebut meliputi *Community Asisstance* (Pelayanan Masyarakat), *Community Empowerment* (Pemberdayaan Masyarakat), dan *Community Relations* (Pembinaan Hubungan).

Selain daripada itu, saat ini banyak peraturan yang mengharuskan perusahaan terutama perusahaan pemerintahan dan Badan Usaha Milik Negara untuk melaksanakan tanggung jawab social. Salah satunya adalah *Peraturan Menteri Negara BUMN: Per-05/MBU/2007 pasal 1 ayat (6)* yang menjelaskan bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) wajib melaksanakan program kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) seperti yang dijelaskan dalam peraturan tersebut bahwa program kemitraan BUMN dengan usaha

kecil, yang selanjutnya disebut program kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan *pasal 1 ayat (7)* dijelaskam bahwa program Bina Lingkungan yang selanjutya disebut program BL, adalah program pemberdayaan kondisi social masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Bina Lingkungan meliputi: Bantuan Korban bencana alam; Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan; bantuan peningkatan kesehatan; bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum; bantuan sarana ibadah; dan bantuan pelestarian alam[2.]

Salah satu program unggulan yang mencerminkan bentuk kepedulian PT. Indonesia Power UP Suralaya sebagai anak perusahaan PLN yang merupakan anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara adalah program *Community Empowerment (Pemberdayaan Masyarakat)* dengan memberikan pelatihan ternak sekaligus pemberian binatang ternak (domba) kepada masyarakat untuk kemudian dilakukan penggemukan dan pembibitan atau disebut dengan program *"Fattening & Breeding Domba".*

Program ini merupakan program *base practice* yang hingga saat ini telah berjalan selama kurang lebih 2 tahun dengan tujuan utama untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar perusahaan dan mewujudkan masyarakat yang berdaya dan mandiri dengan memberikan pelatihan terlebih

[2] Peraturan Menteri BUMN: Per-05/MBU/2007 pasal 1 ayat 6-7

dahulu lalu kemudian membiarkan masyarakat melakukan praktik ternak itu sendiri. Program ini dirancang sebagai program unggulan pada tahun 2014 berdasarkan hasil mapping pada tahun-tahun sebelumnya. Dikatakan sebagai program unggulan karena program ini berlangsung secara berkelanjutan serta mempunyai dampak yang luas baik bagi penerima manfaat dan perusahaan, selain itu program ini juga bisa menyerap tenaga kerja dan dapat menambah penghasilan parapenerima manfaat tersebut[3]. Hal ini sejalan dengan diwajibkannya BUMN untuk melaksanakan PKBL seperti yang dijelaskan oleh *Peraturan Menteri Negara BUMN.*

Segala kegiatan, interaksi, dan saling ketergantungan antar anggota organisasi dapat berlangsung berkat komunikasi, karena 'hanya dengan komunikasi pengaruh atas perilaku individu dapat terjadi[4]. (Herbert A. Simon, 1950: 154).

Sehingga, semua kegiatan termasuk pelaksanaan PKBL berupa *Community Development/CSR* yang ikut menunjang keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan tergantung pada komunikasi yang efektif, sebagaimana yang ditulis oleh Daniel Katz dan Robert Kahn, (196: 428) bahwa "Komunikasi memang merupakan inti dari system social atau organisasi itu sendiri.

---

[3] *Wawancara dengan Afrizal Efendi selaku Sp. Humas PT. Indonesia Power UP Suralaya pada tanggal 9 Maret & 22 juni 2016*

[4] Herbert A. Simon, 1950: 154

Namun, kenyataannya hingga saat ini belum banyak eksekutif yang melakukan audit komunikasi secara berkala, mereka juga belum begitu memahami apa dan bagimana cara melakukan audit komunikasi dan bagaimana hubungannya dengan efektifitas kegiatan komunikasi yang dilakukan.

Menurut *Myron Emmanuel*, (1985; 46-47), Audit Komunikasi tidak popolar untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan audit komunikasi bersifat kompleks, memakan waktu lama dan menuntut keahlian mengkomunikasi.

Lagipula, Myron Emmanuel menambahkan bahwa dampak audit komunikasi sangatlah mengerikan bagi semua pihak serta memakan biaya yang sangat banyak[5]. Sehingga tak jarang perusahaan memiliki keseganan untuk melaksanakan audit komunikasi karena belum memahami makna penting dari pengukuran atau audit komunikasi itu sendiri. Sebenarnya, *Public Relations Officer* bisa menekan biaya untuk melaksanakan audit komunikasi yang sederhana, bisa dengan menggunakan *call center* untuk mengetahui *feedback* mengenai suatu program yang dibuat atau jika memiliki dana yang cukup *PRO* bisa meminta bantuan konsultan humas.

Menurut Andre Hardjana dalam bukunya Audit Komunikasi, audit humas adalah "alat evaluasi terbaik untuk program jangka panjang, dengan menunjukan kekuatan atau kelemahan yang ada, audit komunikasi menyikapi berbagai kebutuhan dan menggarisbawahi validitas untuk meningkatkan kegiatan[6].

---

[5] Myron Emmanuel. 1985:46-47

[6] Andre. Hardiana. 2000. *Audit Komunikasi*. Jakarta. PT Grasindo. Hal: 162

Sedangkan menurut Rachmat Kriyantono Audit PR adalah studi komprehensif untuk mengetahui posisi dan kondisi PR dalam organisasi, baik secara internal ataupun eksternal, mencakup tentang pandangan publik terhadap PR. Audit PR ini biasa digunakan untuk mendeskripsikan dan mengukur kegiatan PR dan menyediakan pedoman untuk program PR dimasa depan[7].

Selain itu, audit komunikasi juga digunakan untuk mengevaluasi suatu program jangka panjang bagi kegiatan humas yang sedang dijalani demi mencapai efektifitas dan mencegah kegagalan yang lebih besar dimasa mendatang.

Berdasarkan penjelasam diatas, peneliti merasa bahwa perlu dilakukan audit komunikasi untuk Program *Community Development* yang dilaksanakan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya untuk mengevaluasi apakah komunikasi yang dibangunnya efektif? apakah program *CSR* atau *Community Development* yang dilaksanakan sudah berjalan sesuai target dan tujuan utama? Atau hanya sekedar dijalankan saja untuk menghabiskan anggaran yang sudah tersedia?

Agar program *CSR* atau *Community Development* yang dilaksanakan oleh perusahaan menjadi benar-benar efektif, bukan hanya sekedar ajang untuk mematuhi peratutan pemerintah atau sekedar mengikuti tren yang berkembang dimasa ini, dan juga dapat bermanfaat bagi masyarakat dan tentunya perusahaan sehingga tercapainya hubungan yang harmonis dengan

[7] Rachmat, Kriyantono. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta. Kencana Prenada Media. Hal : 301

masyarakat, terbentuknya citra yang baik bagi perusahaan tanpa ada dana yang terbuang dengan sia-sia maka diperlukan evaluasi salah satunya dengan melakukan audit komunikasi. Dengan melakukan audit komunikasi praktisi humas juga bisa mencari tahu kesalahan-kesalahan yang terjadi di kegiatan sebelumnya sehingga dalam pelaksanaan program atau kegiatan selanjutnya kesalahan-kesalahan yang terjadi di kegiatan atau program sebelumnya dapat diminimalisir.

Sejumlah model telah dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana dan kapan riset dan evaluasi dalam *Public Relations* atau komunikasi perusahaan dapat diterapkan, salah satunya adalah model *Linking a Public Relations Planning Model with an evaluations model*. Dengan dibantu oleh model audit komunikasi yang dirumuskan oleh Jim Prichitt/Bill Sherman ini, peneliti akan mencoba mengevaluasi apakah pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan masyarakat *"Fattening & Breeding Domba"* yang diselenggarakan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya sudah terlaksana dengan efektif sesuai dengan tujuan awal kegiatan atau belum .

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang , maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

"Bagaimana Hasil Audit Komunikasi Program Community Development Fattening & Breeding Domba yang diselenggarakan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya ?"

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***input*** kegiatan ?
2. Bagaimana ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***output*** kegiatan ?
3. Bagaimana ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***outcome*** kegiatan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengevaluasi ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***input*** kegiatan
2. Untuk mengevaluasi ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***output*** kegiatan
3. Untuk mengevaluasi ketercapaian Program "*Fattening & Breeding Domba"* pada proses ***outcome*** kegiatan

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya bagi ilmu hubungan masyarakat yang berkaitan dengan Evaluasi proses Komunikasi atau Audit Komunikasi dengan model *Linking a Public Relations Planning model with an Evaluation model* sebagai alat ukur keefektifitasan program yang dilaksanakan oleh praktisi humas mulai dari tahap perencanaan hingga hasil akhirnya. Kegiatan ini juga merupakan stimulus dan kesempatan bagi penulis untuk mengeksplorasi lebih jauh materi-materi yang didapatkan di bangku perkuliahan yang kemudian diaktualisasikan dalam sebuah karya ilmiah. Dan diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambakhan wawasan pengetahuan bagi penulis dan pembaca penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, sumbangan pemikiran dan pertimbangan yang dapat dimanfaatkan dan berguna kepada pihak manajemen PT. Indonesia Power, terutama Departemen humasnya dalam pengevaluasian program, dalam peningkatan efektifitas program kerja, serta dalam menjalankan program selanjutnya dimasa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama.* Sama disini maksudnya adalah sama makna[8]. Maka dapat diartikan bahwa dalam prosesnya komunikasi harus memiliki kesamaan dalam unsur-unsurnya agar pada saat pertukaran pikiran maupun pengertian antara sumber dan penerimanya dapat sepaham. Jika kesepahaman diantara sumber dan penerima maka komunikasi dapat dikatakan berhasil.

Abdurachman mengutip pemdapat William Albig dalam bukunya *Public opinion*, yang mengemukakan bahwa komunikasi adalah "Proses pengoperan lambang-lambang yang berarti diantara-antara individu-individu"[9].

Dari pengertian diatas, penulis memahami bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang baik berupa gambar, bahasa, dan lain-lain dari komunikator kepada komunikan yang didalamnya terdapat pesan-pesan berarti.

---

[8]Onong Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek.* Bandung. Remaja Rosdakarya. Cet.10, hal:9

[9]Abdurachman. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. Hal:30

Abdurachman mengutip pendapat *Carl I. Hovland* yang mengemukakan bahwa komunikasi adalah "Proses dimana seorang individu (komunikator) mengoperkan perangsang (biasanya lambing-lambang bahasa) untuk merubah tingkah laku individu-individu yang lain (Komunikan)"[10].

Dari pengertian diatas penulis memahi bahwasanya dalam proses komunikasi harus ada unsur-unsur komunikator, pesan, dan komunikan. Selain itu penulis juga memahami bahwa ketika kita melakukan komunikasi, kita harus berusaha untuk mengadakan "*commonness*" (Persamaan) dengan dengan lawan bicara kita agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik. Berbicara mengenai pesan "*message*" yang disampaikan, komunikator harus mempunyai pengertian atau yang sama dengan komunikan agar dapat dimengerti serta tercapainya kesamaan makna dalam komunikasi tersebut. Apabila semua itu dilaksanakan dengan baik, maka proses komunikasi tertsebut dapat dikatakan berhasil.

2.1.2 Fungsi Humas

Menurut Effendy, dalam bukunya *Human Relations* dan *Public Relations* dalam Manajemen, Fungsi *public relations* adalah sebagai berikut[11] :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public internal dan eksternal.

---

[10] Abdurachman. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. Hal:30

[11] Onong Uchjana Effendy, 1986. *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*. Bandung. Alumni. Hal:128

3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasinya.
4. Melayani publik dan menasihati pemimpin organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi PR adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dan publiknya untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa peran utama seorang humas pada intinya adalah:

1. Sebagai *Communicator* atau sebagai penghubung yang menjembatani antara organisasi/lembaga yang diampunya dengan para publiknya untuk menyampaikan dan penerima pesan serta membentuk opini publik.
2. Membina *Relationships*, yaitu berupaya membangun dan membina hubungan baik dan saling menguntungkan dengan para publiknya.
3. Berperan sebagai *Back up Management*, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating and Controlling*) serta *Evaluating* sehingga menghasilkan persepsi yang terbaik bagi perusahaan atau organisasi dari publiknya.
4. Membentuk *Corporate Image*, dalam arti, Humas berperan dalam upaya pembentukan Citra bagi organisasi atau perusahaannya, meningkatkan kesadaran, pengertian dan pemahaman tentang aktivitas perusahaan

melalui sikap menyenangkan, itikad baik (*goodwill*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*Mutual understanding*) sehingga dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan yang diampunya.

Selain itu F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations* dalam Teori dan Praktek mengemukakan mengatakan bahwa "Fungsi pokok humas adalah mengatur lalu lintas sirkulasi informasi internal dan eksternal dengan memberikan informasi serta penjelasan seluas mungkin kepada publik (masyarakat) mengenai kebijakan, program, serta tindakan-tindakan dari lembaga atau organisasinya agar dapat dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance* [12].

Dari pengertian diatas, penulis memahami bahwa fungsi humas adalah mengatur keberlangsungan lalu lintas dan atau sirkulasi informasi di internal dan eksternal public dari perusahaan atau organisasi mengenai kebijakan perusahaan, program serta tindakan dari perusahaan atau organisasi sehingga dapat memperoleh dukungan public dan dapat diterima oleh public.

---

[12] F. Rachmadi. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Umum. Hal:22

Lebih lanjut F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations dalam Teori dan Praktek* mengemukakan tentang tugas Humas yaitu sebagai berikut [13]:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (*visual*) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang hal-ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
2. Monitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance and non-acceptance*).
4. Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh *public favorable*, *public opinion*, dan perubahan sikap.

Dari penjelasan diatas peneliti memahami bahwa seorang humas haruslah memiliki keterampilan dan benar-benar ahli dalam menjalankan keempat tugas pokok yang telah dijelaskan diatas. Karena humas adalah cerminan dari sebuah perusahaan.

---

[13] F, Rachmadi. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Umum. Hal:23

2.1.3 Konsep Manajemen POAC

Manajemen diartikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya[14].

Perencanaan sendiri merupakan kajian dasar dalam ilmu manajemen. Dalam manajemen dikenal beberapa konsep fungsi, diantaranya konsep POAC, yang artinya *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuatting* (Pelaksanaan), *Controlling* (Pengendalian)[15].

Strategi dalam manajemen POAC bisa dikatakan berhasil bila keempat fungsi tersebut bisa dijalankan dengan baik. Kelemahan pada salah satu fungsi akan mempengaruhi manajemen secara keseluruhan dan mengakibatkan tidak tercapainya proses yang efektif dan efisien.

Adapun tahapan-tahapan yang terdapat dalam konsep POAC adalah sebagai berikut[16].

1. *Planning*

   Planning adalah proses menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang serta penentuan

[14]James A.F Stoner. 2006. *Manajemen Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta. Salemba Empat

[15] Kenmada Widjayanto. 2013. *Perencanaan Komunikasi*. Bandung. CV Ultimus. Hal:2

[16]George R Terry.2003. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara

strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Kegiatan dalam *planning* antara lain:

a. Menetapkan sasaran
b. Merumuskan strategi untuk mencapai target sasaran
c. Menentukan sumber daya yang diperlukan
d. Menetapkan standar atau indicator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target sasaran

2. *Organizing*

Organizing adalah proses menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, system dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi. Adapun kegiatan dalam *organizing* antara lain:

a. Mengalokasikan sumber daya tau sarana, merumuskan dan menetapkan tugas serta menetapkan prosedur yang diperlukan.
b. Adanya struktur organisasi yang menunjukan adanya garis kewenangan dan tanggung jawab, sehingga setiap pekerja bergerak dan bertindak sesuai dengan *job description* dan kewenangannya serta dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah dilaksanakan.
c. Kegiatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia atau tenaga kerja.

d. Kegiatan penempatan sumber daya manusia pada posisi yang paling tepat atau dengan kata lain strategi yang telah ditetapkan harus dilaksanakan oleh pekerja yang dinilai mampu dan layak serta memiliki pengetahuan yang cukup dibidangnya.

3. *Actuating*

Actuating adalah proses implementasi program agar dapat dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi. Kegiatan dalam tahap *actuating* antara lain:

a. Mengimplementasikan proses kepemimpinan, membimbing dan pemberian motivasi kepada tenaga kerja agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan.
b. Memberikan tugas dan penjelasan rutin mengenai pekerjaan dan menjelaskan kebijakan yang ditetapkan.

4. *Controlling*

Controlling adalah proses yang dilakukan untuk memastikan sebuah rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diaktualisasikan, dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun terjadi berbagai perubahan dalam keadaan nyata yang dihadapi. Kegiatan *controlling* antara lain:

a. Mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target sesuai dengan indicator yang telah ditetapkan

b. Mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan.
c. Melakukan berbagai alternatif solusi atas berbagai masalah yang terkait dengan pencapaian tujuan dan target bisnis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep manajemen POAC untuk menganalisis temuan-temuan dilapangan pengenai program *Community Development* PT Indoneseia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" pada tahap perencanaan, pelaksanaan dan hasil akhir program terkait ketercapaiannya dengan konsep POAC tersebut.

2.1.4 Audit Komunikasi

2.1.4.1 Pengertian Audit Komunikasi

Terlebih dahulu peneliti akan menjabarkan mengenai definisi audit humas, menurut Andre Hardjana dalam bukunya Audit Komunikasi, audit humas adalah "alat evaluasi terbaik untuk program jangka panjang, dengan menunjukan kekuatan atau kelemahan yang ada, audit komunikasi menyikapi berbagai kebutuhan dan menggaris bawahi validitas untuk meningkatkan efektifitas kegiatan"[17]. Dalam bukunya dijelaskan pula dalam sebuah buku yang berjudul *Organizational Communication, Gerald Goldhaber* menjelaskan bahwa audit komunikasi ialah pemeriksaan diagnosis yang dapat memberikan informasi dini untuk mencegah kehancuran kesehatan organisasi yang lebih besar[18].

[17] Andre Hardjana. 2000. *Audit Komunikasi, Teori dan Praktek.* Jakarta. Grasindo. Hal:162
[18] Ibid Hal:9-10

Sedangkan menurut Kriyantono, Audit PR adalah studi komprehensif untuk mengetahui posisi dan kondisi PR dalam organisasi, baik secara internal ataupun eksternal, mencakup tentang pandangan public terhadap PR. Audit PR ini biasa digunakan untuk mendeskripsikan dan mengukur kegiatan PR dan menyediakan pedoman untuk program PR dimasa depan[19.]

Dari pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa audit komunikasi merupakan analisis secara menyeluruh mengenai organisasi atau pelaksanaan proses komunikasi. Audit komunikasi juga digunakan untuk mengevaluasi suatu program jangka panjang bagi kegiatan humas yang sedang dijalani demi mencapai efektifitas dan mencegah kegagalan yang lebih besar dimasa mendatang.

Dalam melakukan evaluasi pada salah satu program *community development "Fattening & Breeding Domba"* PT. Indonesia Power, peneliti menggunakan konsep Audit Komunikasi untuk mengetahui sejauh mana keefektivitasan program unggulan *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya *"Fattening & Breeding Domba"* terkait kesesuaian pelaksanaan kegiatan tersebut apakah sudah berjalan sesuai tujuan awal perencanaan program yang dibuat atau belum.

---

[19] Rachmat Kriyantono. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta. Kencana Prenada Media Hal:30

2.1.4.2 Tujuan Audit Komunikasi

Secara umum tujuan audit komunikasi adalah untuk mengetahui posisi humas dalam suatu organisasi secara komprehensif sehingga dapat dirancang kegiatan-kegiatan humas selanjutnya. Tujuan pokok dari Audit Komunikasi adalah untuk meningkatkan efektifitas system komunikasi organisasi. adapun delapan tujuan pokok audit komunikasi menurut Hardjana[20] :

1. Menentukan Lokasi dimana kelebihan muatan ataupun kekurangan muatan terjadi berkaitan dengan topik-topik, sumber-sumber, dan saluran-saluran komunkasi tertentu.
2. Menilai kualitas informasi yang dikomunikasikan oleh dan atau kepada sumber-sumber informasi.
3. Mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi, secara khusus mengukur sejauh mana kepercayaan antar pribadi, dukungan, keramahan, dan kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan dilaksanakan.
4. Mengenali jaringan-jaringan yang aktif operasional untuk desas-desus, pesan-pesan social, dan pesan-pesan kedinasan kemudian dibandingkan dengan jaringan komunikasi resmi atau jaringan yang dibentuk sesuai dengan bagan organisasi.

[20] Andre Hardjana. 2000. *Audit Komunikasi, Teori dan Praktek*. Jakarta. Grasindo. Hal: 16

5. Mengenali sumber-sumber kemacetan arus informasi dan para penyaring informasi dengan membandingkan peran-peran komunikasi dalam praktek, seperti penyendiri, penghubung, anggota-anggota kelompok, dengan peran-peran yang seharusnya sebagaimana diharapkan oleh bagan organisasi dan uraian tugas.
6. Mengenali kategori-kategori dan contoh-contoh tentang pengalaman-pengalaman dan peristiwa-peristiwa komunikasi yang tergolong positif ataupun yang tergolong negative.
7. Menggambarkan pola-pola komunikasi yang terjadi pada tingkat pribadi, kelompok, dan organisasi dalam berkaitannya dengan topic, sumber, saluran, frekuensi, jangka waktu, dan kualitas interaksi.
8. Memberikan rekomendasi-rekomendasi tentang perubahan ataupun perbaikan yang perlu dilakukan berkaitan dengan sikap, perilaku, praktek-praktek kebiasaan, dan keterampilan yang didasarkan atas hasil analisis audit komunikasi.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari audit komunikasi adalah untuk menemukan dan menyingkap segala gangguan dan hambatan komunikasi, kemacetan-kemacetan arus informasi, serta menganalisis peristiwa-peristiwa komunikasi yang tergolong positif maupun yang negative untuk memberikan rekomendasi demi mencapai efektifitas.

2.1.4.3 Prosedur Audit Komunikasi

Seperti pada metode-metode penelitian lainnya, metode audit komunikasi juga memiliki prosedur yang harus dilalui peneliti sehingga persyaratan ilmiah dapat dipenuhi, prosedur atau tahapan yang perlu diuraikan dan dilakukan dalam audit komunikasi. Berkaitan dengan tahap-tahap penelitian audit komunikasi, *Moore* (1989) *Jones Pavlik* (1987) membaginya menjadi empat tahap[21]:

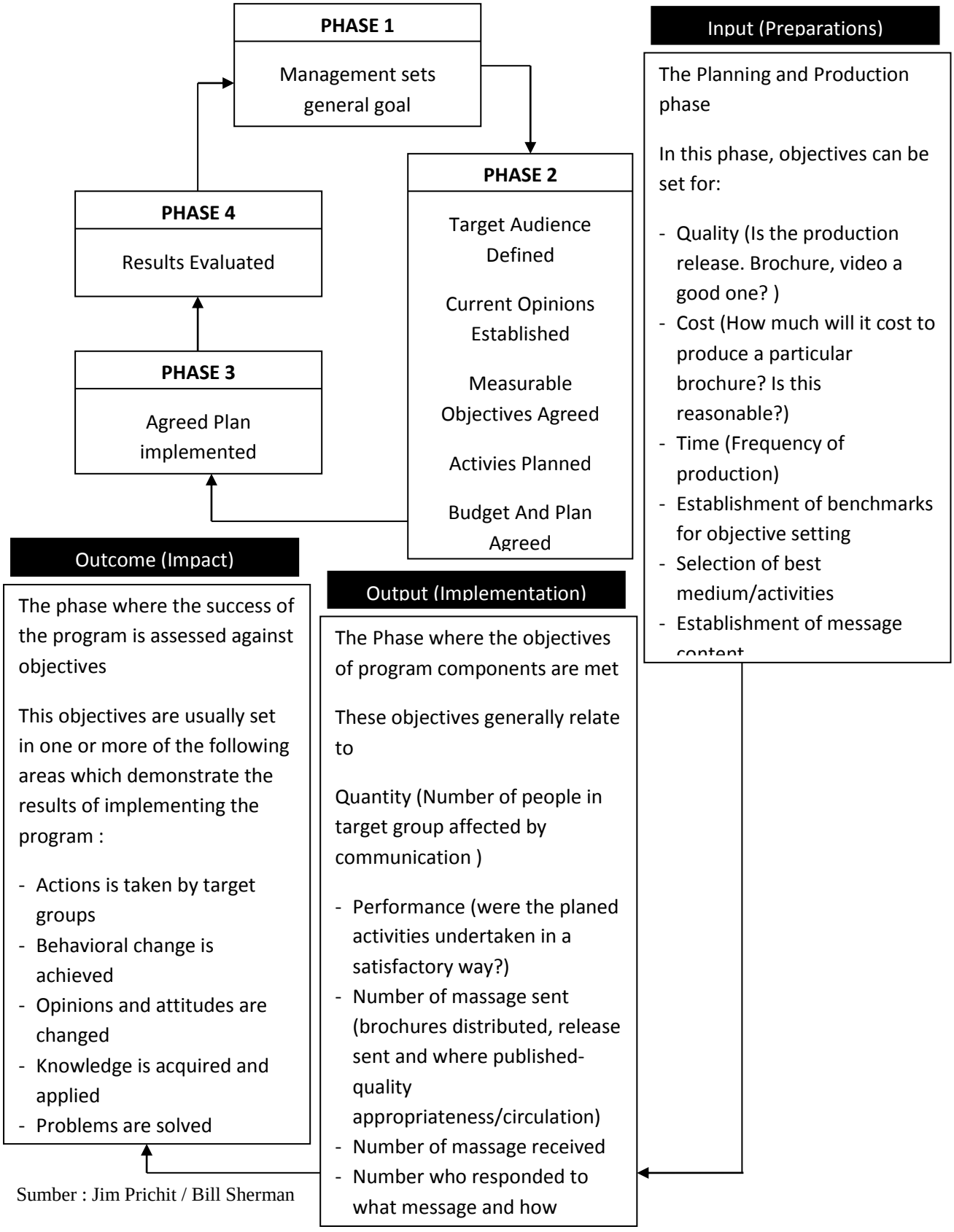
1. Menyelidiki apa yang "kita" pikirkan
2. Menyelidiki apa yang "mereka" pikirkan
3. Mengevaluasi perbedaan antara dua sudut pandang
4. Menganjurkan atau merekomendasikan program komunikasi yang komprehensif dengan tujuan untuk mengakhiri kesenjangan tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas, yang dimaksud apa yang "kita pikirkan" disini adalah capaian ideal yang telah ditetapkan atau yang menjadi tujuan suatu lembaga atau perusahaan. *Kedua*, menyelidiki apa yang "mereka" pikirkan. Maksud "mereka" disini adalah semua baik itu public internal dan public eksternal dari suatu perusahaan atau lemaga yang diaudit. *Ketiga*, mengevaluasi perbedaan antara dua sudut pandang dimaksudkan untuk melihat keberhasilan kegiatan yang sudah dilaksanakan. Caranya dengan membandingkan apa yang perusahaan pikirkan dengan apa yang "mereka" pikirkan, lalu memberikan rekomendasi terbaik.

---

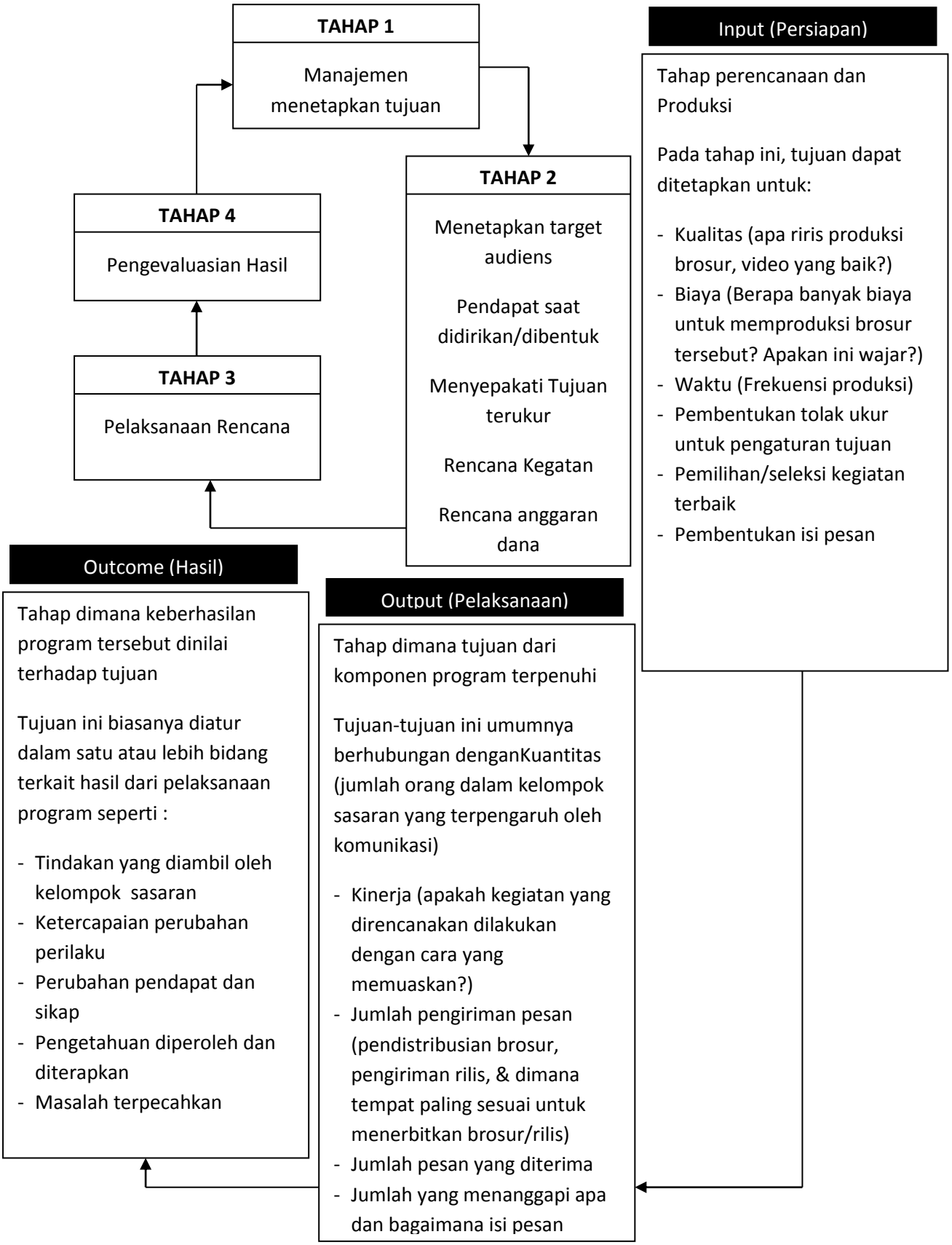
[21] Jamiludin Ritonga. 2004. *Riset Kehumasan,* Jakarta. PT. Grasindo Anggota Ikapi. Hal:121

2.1.5 Linking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model (Menghubungkan Model Perencanaan Public Relations dengan Model Evaluasi)



Sumber : Jim Prichit / Bill Sherman

Menghubungkan Model Perencanaan Public Relations dengan Model Evaluasi



Dalam melaksanakan evaluasi suatu program public relations, proses evaluasi harus dimulai dari awal program tersebut dibentuk, yaitu ketika manajemen baru mulai menyusun tujuan awal program atau disebut sebagai tahap persiapan/perencanaan/preparation/input, berlanjut pada tahap pelaksanaan/ output, hingga tahap hasil akhir/outcome.

Model riset *Linking a Public Relations Planning model with an Evaluation model* ini memiliki empat fase, fase pertama yaitu menentukan tujuan dari suatu kegiatan atau program, fase kedua yaitu mulai menentukan target audiens, mulai membuat rangkaian acara, serta mulai membuat perencanaan keuangan. Selanjutnya di fase ketiga adalah pengaplikasian atau mulai melaksanakan program yang telah direncanakan tadi. Dan yang terakhir adalah fase keempat yaitu menganalisa hasil yang diperoleh dari implementasi program.

Pada *fase kedua* yaitu mulai menentukan target audiens, mulai membuat *rundown* (susunan) acara, serta mulai membuat perencanaan keuangan, meghasilkan suatu bahan yang disebut *input*. Di *fase ketiga*, dimana program yang telah direncanakan sebelumnya sudah mulai dilaksanakan atau diimplementasikan, hasil yang didapatkan adalah *output*, atau sesuatu yang nyata misalnya audiens yang hadir. Dan yang terakhir *fase keempat* yaitu menganalisa hasil, akan menghasilkan apa yang disebut *outcome* yang merupakan suatu perubahan yang terjadi atau suatu *feedback* seperti perubahan pengetahuan.

Dalam mengevaluasi ketiga tahap yaitu *input*, *output* dan *outcome*, dapat menggunakan teknik-teknik sebagai berikut[22] :

Dalam mengevaluasi tahap input, dapat menggunakan beberapa teknik, yaitu dengan *Analysis of existing data, Bench research, Wawancara Kelompok, Pilot questionnaire, Communications audit, review of case studies, Readability test, Expert review, Survey of publics, network analysis.*

Selesai mengevaluasi program tahap *input*, maka masuk pada tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan program itu sendiri. Pada tahap ini evaluasi tentu harus dilakukan, yakni mengevaluasi jalannya program tersebut atau bisa disebut dengan tahap *output*. Untuk mengevaluasi tahap *ouput* ini dapat digunakan beberapa teknik yaitu : *Statistic on distribution, media monitoring, Media content analysis, Audience analysis, Statistical analysis, Response rates, Coding material, Attitude and image studies, Communication audit, Organizational culture study, Analysis of complaints.*

Setelah program selesai dilaksanakan, evaluasi masih tetap dilakukan untuk mengetahui hasil utama yang ingin dilihat dari sebuah pelaksanaan program komunikasi. Karena keefektifitasan sebuah program komunikasi tidak hanya dilihat pada saat program tersebut selesai dilaksanakan, akan tetapi lebih kepada melihat hasil secara berkesinambungan atau *continuity* sebagai hasil outcome-nya. Seperti untuk melihat perubahan sikap (*behavior*) atau perubahan pengetahuan setelah mengikuti sebuah program komunikasi.

---

[22] Jim R. Macnamara. 2002. PR Metrics-Research for Planning & Evaluation of PR & Corporate Communications. Hal: 15

Untuk mengevaluasi tahap *outcome*, teknik-teknik yang dapat digunakan adalah: *Wawancara kelompok, In-depth interviews, Surveys, Pre & Post test, Unobtrusive data collection, Quasi-experimental study, Activity outcome.*

Pada penelitian ini, yaitu Audit komunikasi Program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba"* peneliti menggunakan model audit komunikasi milik *Jim Pritchitt/Bill Sherman* yaitu *Lingking a Public Relations Planning Model With An Evaluation Model* dengan empat fase-nya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Peneliti menggunakan model *Linking a public relations planning model with an evaluation model* untuk mengevaluasi program *base practice "Fattening & Breeding Domba"* karena:

1. Dalam model ini, dijelaskan suatu proses evaluasi mulai dari tahap awal sampai akhir serta menjelaskan teknik-teknik apa saja yang dapat digunakan dalam evaluasi, baik evaluasi pada tahap *input*, *output* ataupun *outcome*. Sehingga model ini dirasa sesuai dengan tujuan peneliti.
2. Model ini juga memaparkan kegiatan manajemen mulai dari awal hingga akhir dalam beberapa fase, bukan hanya tahap evaluasinya saja, sehingga bisa dijadikan acuan secara lengkap dan detail .
3. Berdasarkan data yang peneliti peroleh, baik data berupa dokumen maupun wawancara dilapangan, sesuai dengan data-data yang dibutuhkan pada model evaluasi ini.

Dengan menggunakan model ini maka data akan dikelompokan kedalam *input, output* dan *outcome:*

1. *Tahap evaluasi Input*

   Peneliti akan menganalisa data dokumen baik itu primer maupun sekunder dari database perusahaan yang berupa rancangan-rancangan, tujuan juga latar belakang program sebagai tahap perencanaan program *bace practice* "*Fattening & Breeding Domba"*, data dokumen ini juga didukung oleh data wawancara mengenai tahap perencanaan dari program *bace practice* "*Fattening & Breeding Domba"* dari pihak perusahaan. Peneliti menggunakan teknik *Analysis of existing data*. Teknik ini bertujuan untuk melihat fakta-fakta yang telah diketahui dan benar. Mereview semua materi yang memungkinkan untuk diperiksa fakta-faktanya yang telah diketahui pada program tersebut. Materi yang dievaluasi mencakup :

   - Latar belakang program
   - Tujuan program
   - Rancangan kegiatan program

2. *Tahap evaluasi output*

   Pada tahap *output* peneliti mengevaluasi efektifitas semua data-data yang menyangkut pada tahap pelaksanaan program. Yang termasuk tahap pelaksanaan program tersebut dimulai ketika program sudah mulai dipublikasikan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada target audiens sampai program tersebut dilaksanakan.

Pada tahap ini peneliti menggunakan teknik *Audience analysis, Attitude and image studies, Communication audit*, dan *Analysis of complaints*.

Teknik *Audience Analysis* bertujuan untuk mengukur efek program terhadap peserta, teknik *Attitude and image studies* bertujuan untuk menemukan sikap dari *stakeholder* yang dalam hal ini adalah target audiens terhadap perusahaan dan program serta melihat citra organisasi dan program dimata target audiens. Teknik selanjutnya adalah *Communication audit*, tujuannya peneliti ingin melihat bagaimana program yang dijalankan dapat disebarluaskan pada target audiens. Dan teknik terakhir adalah *Analysis of complaints* dimana tujuannya adalah untuk mengidentifikasi masalah yang ada maupun masalah potensial yang kemungkinan dapat terjadi dikemudian waktu dalam program. Materi yang dievaluasi mencakup pelaksanaan program dilapangan.

3. *Tahap evaluasi Outcome*

   Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *outcome* merupakan dampak yang diharapkan timbul pada target yang merupakan tujuan utama dari keseluruhan program yang telah dilaksanakan. Dampak tersebut dapat berupa perubahan sikap, perubahan pengetahuan, ataupun perubahan perilaku kearah yang diharapkan oleh perusahaan. Dan pada tahap evaluasi *outcome* ini, peneliti menggunakan teknik *In-depth Interview*.

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR) & Community Development

Berdasarkan pada *Trinidad dan Tobaco Bureau of Standard* (TTBS), *Corporate Social Responsibility* diartikan sebagai komitmen usaha untuk

bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi persamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komuniti local dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002)[23]. Menjalin Hubungan baik dengan lingkungan sekitar dapat melalui kegiatan pengembangan masyarakat yang merupakan upaya pemberdayaan masyarakat melalui kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat tersebut. Masyarakat adalah partisipan sekaligus pemetik manfaat dari pembangunan[24].

Busyra Azheri dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memerhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan pada ketentuan hokum yang berlaku[25].

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa CSR merupakan suatu komitmen perusahaan dalam upaya membangun ekonomi masyarakat sekitar perusahaan dengan melakukan beberapa cara salah satunya adalah pemberdayaan masyarakat, dengan berlandaskan pada hokum yang berlaku guna terciptanya kesejahteraan masyarakat.

---

[23] A. Budimanta. Prasetijo, A. & Rudito, B. 2007. *Corporate Social Responsibility:Jawaban bagi model pembangunan Indonesia Masa kini (Edisi Kedua)*. Jakarta. ICSD. Hal: 72-73.

[24] Yosal Iriantara. 2004. *Community Relations*. Bandung. Simbiosa Rekatama Media. Hal: 173

[25] Busyra Azheri. 2011. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta. Rajagrafindo Persada. Hal: 24

Community Development (*Comdev*) adalah program kerja CSR PT. Indonesia Power UBP Suralaya. Program *Community Development* dituangkan dalam SK Direksi No. 08.K/010/IP/2004 tertanggal 5 Februari 2004 mengenai Pedoman Pelaksanaan Kegiatan *Community Development* di Lingkungan PT. Indonesia Power yang bertujuan untuk mendorong masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri dengan berbasiskan sumber daya masyarakat lokal dan kemampuan masyarakat itu sendiri untuk menggerakan roda perekonomiannya.

Adapun jenis progam yang dilaksanakan sesuai SK Direksi tersebut sebagai berikut :

1. *Community Asisstance (Pelayanan Masyarakat)*

   Tujuan Bhakti Pelayanan Masyarakat adalah program *community development* PT. Indonesia Power UP uralaya yang bertujuan untuk membantu masyarakat setempat berdasarkan kebutuhan maupun permintaan komunitas setempat sebagai dukungan terhadap kegiatan pembangunan fisik maupun *non*-fisik. Bantuan tersebut seperti bantuan sarana dan prasarana umum, bantuan pendidikan, bantuan kesehatan, danbantuan bencana alam.

2. *Community Empowerment (Pemberdayaan Masyarakat)*

   Program pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah program yang memadukan sejumlah tahapan intervensi menuju kemandirian masyarakat dalam system terintgrasi, disertai dengan proses pendampingan yang dilakukan secara intensif. Pemberdayaan masyarakat adalah bentuk

komitmen perusahaan yang diharapkan dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat berdaya dan mandiri. Adapun kegiatan pemberdayaan lainnya yang dilakukan oleh PT. Indonesia Power UBP Suralaya antara lain mengadakan kursus keterampilan usaha dan membantu memasarkan produk usaha.

3. *Community Relations (Pembinaan Hubungan)*

Community Relations merupakan program Community Development PT. Indonesia Power UP Suralaya yang menitik beratkan pada bidang komunikasi timbal balik antara masyarakat sekitar UP Suralaya. Sasaran dan kegiatan ini adalah terciptanya suasana yang kondusif dalam menjalankan kegiatan perusahaan dan hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan perusahaan.

Dalam penelitian ini, program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya yang akan peneliti kaji adalah program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Empowerment*) *"Fattening & Breeding Domba"*, karena program tersebut merupakan jangka panjang serta merupakan program unggulan *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya.

2.1.7 Pentingnya Audit Komunikasi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa audit komunikasi adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan system

komunikasi keorganisasian yang tujuannya jelas yaitu untuk meningkatkan efektifitas organisasi. Audit komunikasi juga merupakan kajian riset evaluativ yang dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman tentang segala masalah dengan berbagai factor yang mempengaruhinya.

Dalam bukunya yang yang berjudul Audit Komunikasi, Hardjana mengatakan bahwa audit adalah kajian apakah system yang dilaksanakan sudah benar (*Doing the right things*). Yang bilamana hasil audit menunjukan bahwa sistemnya salah, maka system tersebut harus diperbaiki, diubah, atau bahkan diganti. Oleh karena itu, hasil audit perlu dinyatakan sebagai kesimpulan dan rekomendasi yang dilengkapi dengan rencana kerja yang merupakan bentuk dari cara tepat untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Apabila kajian efektivitas ini dilakukan secara periodik, maka akan diketahui kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan dalam system, faktor-faktor penting yang memberi pengaruh, dan kekuatan-kekuatan mana saja yang muncul dari waktu ke waktu. Dengan demikian, kelemahan sudah dapat diketahui sebelum menjadi pengganggu atau penghambat serta dapat digunakan untuk mengantisipasi masa depan[26].

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Audit Komunikasi merupakan kajian penting yang harus dilakukan oleh lembaga atau perusahaan guna mencapai efektivitas organisasinya. Setiap program yang dijalankan oleh perusahaan perlu diperiksa apakah system yang dilaksanakannya sudah benar atau malah sebaliknya, hal tersebut dilakukan

[26] Andre Hardjana. 2000. *Audit Komunikasi, Teori dan Praktek*. Jakarta. Grasindo. Hal: 21

untuk meminimalisir atau bahkan meniadakan gangguan dan hambatan serta memaksimalkan peluang-peluang atau kekuatan-kekuatan yang ada demi keefektivitasan perusahaan. Begitupun pada program *Community Development* "*Fattening & Breeding Domba"* yang diselenggarakan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya.

2.2 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, masalah yang diangkat ialah mengenai evaluasi program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya di bidang *Community Empowerment* (Pemberdayaan Masyarakat) dengan memberikan pelatihan ternak sekaligus pemberian binatang ternak (domba) kepada masyarakat kecamatan Pulau Merak untuk kemudian dikembangbiakkan. Program "*Fattening & Breeding Domba"* ini merupakan program unggulan yang hingga saat ini telah berjalan selama kurang lebih 2 tahun dengan tujuan utama untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar perusahaan dan mewujudkan masyarakat yang berdaya atau mandiri dengan memberikan pelatihan terlebih dahulu lalu kemudian membiarkan masyarakat melakukan praktik ternak itu sendiri.

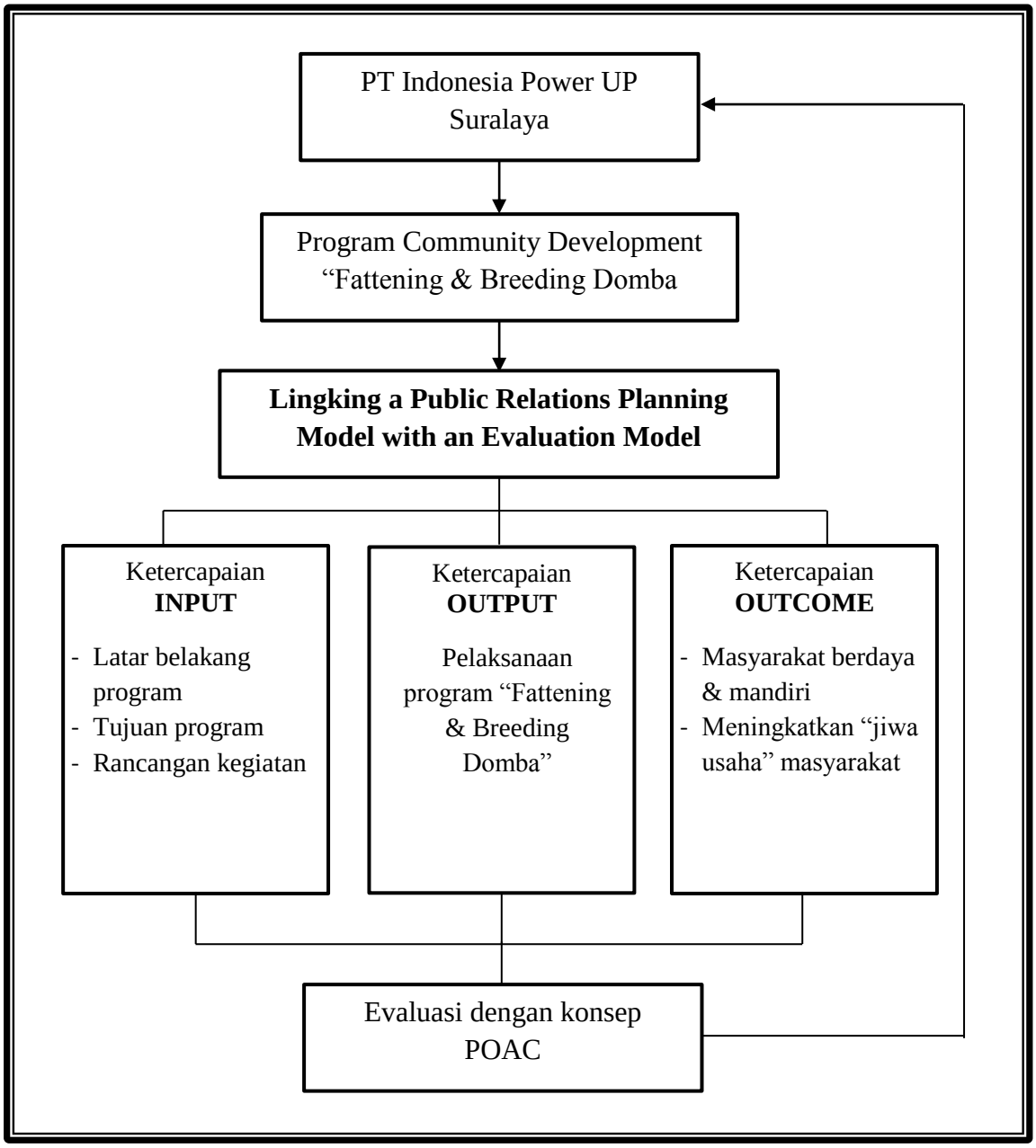
Peneliti melihat bahwa kegiatan/program tersebut perlu untuk dievaluasi guna mengetahui keefektifitasannya, mengetahui hambatan-hambatan apa saja serta untuk mencegah terbuangnya dana terbilang sia-sia.

Dalam melakukan evaluasi ini, peneliti menggunakan model *Linking A Public Relations Planning Model With an Evaluation Model* milik *Jim Prichit/ Bill Sherman*. Model Ini terdiri dari 4 fase. Yaitu fase pertama adalah

manajemen mulai dari menentukan tujuan dari suatu kegiatan, fase kedua mulai menetukan target audiens, membuat *rundown* acara, membuat anggaran pembiayaan. Fase ketiga adalah program yang sudah direncanakan tadi sudah dilaksanakan atau sudah diimplementasikan dan di Fase keempat mulai menganalisa hasil dari implementasi program tersebut.

Berdasarkan keempat fase tersebut didapat bahan yang disebut *Input Output* dan *Outcome*. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba menganalisa serta mengevaluasi ketercapaian dalam setiap tahapan tersebut. Evaluasi pada tahap *input* kegiatan dilakukan dengan menggunakan teknik *Analysis of existing data*. Pada tahap *output* teknik yang digunakan oleh peneliti adalah *Audience analysis, Attitude and Image studies, Communication audit* dan *Analysis of complaints*. Dan untuk evaluasi tahap *outcome* peneliti menggunakan teknik *In-depth Interview*. Ketiga tahapan tersebut dianalisis berdasarkan konsep Manajemen POAC. Dengan demikian peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk mengevaluasi program jangka panjang humas PT. Indonesia Power UP Suralaya yang sedang dijalani tersebut demi mencapai efektifitas dan mencegah kegagalan yang lebih besar dimasa mendatang. Dan untuk mengkonseptualkan kerangka berpikir penulis terhadap masalah dalam penelitian ini tergambar pada bagan berikut:

Bagan Kerangka Berfikir



Sumber: Berdasarkan latar belakang permasalahan dan model evaluasi Linking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model yang dimodifikasikan oleh peneliti.

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai rujukan dari penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berusaha mencari referensi hasil penelitian yang dikaji oleh peneliti terdahulu sehingga dapat membantu peneliti dalam mengkaji tema yang diteliti. Dari penelitian terdahulu yang diperoleh dari:

No	ITEM	M FIikri AR	Ani Setiawati
(1)	(2)	(3)	(4)
1	**Judul**	Audit Kehumasan Program Quality Assurance (Studi evaluasi pada fakultas ilmu social dan humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)	Evaluasi Program Quick Wins di Tingkat Internal Humas Kepolisian daerah Banten
2	**Tahun**	2009	2009
3	**Tujuan Penelitian**	Untuk mengetahui proses implementasi program QA dari tahap mendefinisikan problem (tahap 1), perencanaan dan pemrograman (tahap 2), tindakan/aksi dan komunikasi (tahap 3), hingga tahap evaluasi program (tahap 4) yang telahberjalan dengan menggunakan metode Audit Kehumasan	Untuk mengetahui tanggapan public Internal dan tingkat keberhasilan humas dalam menjalankan program Quick Wins
4	**Teori**	Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode audit kehumasan dengan Konsep yang dikemukakan oleh Cultip & Center	Menggunakan konsep-konsep audit kehumasan yang dikembangkan oleh Moore dan Jones (Pavlik, 1987)
5	**Metode**	Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif studi evaluative	Mengunakan metode pendekatan kuantitatif
6	**Hasil Penelitian**	Implementasi program QA di fakultas ilmu social da humaniora belum efektif, terlalu dossalen, ada kesenjangan dengan dassain (realitas) yang semestinya bias dicapai lebih baik, terutama pada budaya komunikasi dan koordinasi internal para pengelola perlu	Tanggapan mayoritas public internal mengenai kegiatan distribusi penerangan dikatakan cukup baik degan skala (diatas 3), tingkat keberhasilan kegiatan distribusi penerangan satuan dengan mayoritas nilai diatas 3,pada kegiata infentarisir nomor telepon siaga,

(1)	(2)	(3)	(4)
		lebih terbuka sehingga lebih efektif.	tanggapan mayoritas public internal menilai "baik" dengan skala rata-rata diatas 3,5. Dan dari hasil evaluasi yang didapat memberikan gambaran kepada humas kepolisian daerah banten mengenai kegiatan yang sedang dilaksanakan. Sehingga evaluasi dilakaukan bukan berdasarkan intuitif belaka melainkan dari hasil yang sistematis.
7	**Persamaan**	Sama-sama mengevaluasi suatu program yang ada dalam oraganisasi atau perusahaan guna mencapai efektifitas organisasi atau perusahaan tersebut dengan metode Audit Komunikasi/Audit Kehumasan	
8	**Perbedaan**	Penelitian ini menggunakan metode Audit Kehumasan dengan Konsep yang dikemukakan oleh Cultip & Center yaitu Mendefinisikan problem, Perencanaan dan pemrograman, Tindakan (aksi) komunikasi, dan Evaluasi Program. Penelitian karya M. Fikri AR ini menggunakan pendekatan kualitatif evaluative	Untuk penelitian yang kedua ini karya Ani Setiawati menggunakan konsep audit kehumasan menurut Moore & Jones. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi survey (Kuantitatif) untuk mengukur keefektifitasan program humas polda banten.
9	**Sumber**	Skripsi thesis Fakultas Ilmu social dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta *(http://digilib.uin-suka.ac.id/3714/)* diakses tanggal 18 Februari 2016	Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas FISIP Universitas Sulatan Ageng Tirtyasa *(http://repository.fisip-untirta.ac.id/119/)* diakses tanggal 20 Februari 2016

Meskipun penelitian ini dengan dua penelitian sebelumnya sama-sama membahas tentang Audit Komunikasi/Audit Kehumasan dan Sama-sama mengevaluasi suatu program yang ada dalam oraganisasi atau perusahaan guna mencapai efektifitas organisasi atau perusahaan, tetapi yang menjadi

pembeda penelitian ini dengan dua penelitian lainnya yaitu pemilihan konsep dalam menganalisis data yang diperoleh. Jika dua penelitian sebelumnya menggunakan konsep audit komunikasi/ audit kehumasan yang dikemukakan oleh *Cultip & Center* serta konsep audit kehumasan menurut *Moore & Jones*. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunnakan konsep audit komunikasi dengan model evaluasi *Linking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model* yang dirumuskan oleh *Jim Prichitt/Bill Sherman*, model tersebut terdiri dari 4 (empat), fase pertama adalah manajemen mulai dari menentukan tujuan dari suatu kegiatan, fase kedua mulai menetukan target audiens, membuat *rundow*n acara, membuat anggaran pembiayaan. Fase ketiga adalah program yang sudah direncanakan tadi sudah dilaksanakan atau sudah diimplementasikan dan di Fase keempat mulai menganalisa hasil dari implementasi program tersebut.

Berdasarkan keempat fase tersebut didapat bahan yang disebut *Input*, *Output* dan *Outcome*. Dan dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba menganalisa ketercapaian dalam setiap tahapan tersebut dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif, yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah[27].

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan model yang dikembangkan sangat beragam[28]. *Kirk dan Miller* (1986:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya[29]. Penelitian kualitatif dimanfaatkan untuk keperluan konsultatif, memahami isu-isu rumit suatu proses, memahami isu-isu yang sensitive, untuk keperluan evaluasi, untuk meneliti latar belakang fenomena yang tidak dapat diteliti melalui kuantitatif[30].

---

[27] Moleong. Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal: 4

[28] Sugiyono.2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. Hal: 20

[29] Ibid Hal: 21

[30] Moleong. Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal:7

Seperti yang telah disebutkan tadi, maka peneliti memilih kualitatif sebagai pendekatan dan metode penelitian, karena penelitian ini meneliti tentang evaluasi suatu program atau kegiatan.

Selain itu, alasan lain dari pemilihan kualitatif sebagai pendekatan penelitian, yaitu karena pendekatan ini digunakan untuk menggali informasi yang lebih rinci dan lengkap melalui wawancara mendalam yang dilakukan untuk mengungkap hal-hal yang belum terlihat jika hanya melalui pengamatan. Berdasarkan hal tersebut, hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya akan dilanjutkan dengan wawancara mendalam sebagai konfirmasi serta pengungkapan hal-hal lain yang belum terlihat saat peneliti melakukan observasi.

Dengan pendekatan kualitatif peneliti dapat melakukan evaluasi pada program *Community Development "Fattening & Breeding Domba"* berdasarkan elemen-elemen evaluasi program melalui kata-kata dan bahasa yang diberikan oleh subyek penelitian mengenai program. Evaluasi dengan metode kualitatif ini dapat mencakup seluruh aspek yang meliputi *input*, *output*, dan *outcome*.

Selain itu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif maka data yang didapat akan lebih lengkap serta lebih mendalam sehingga tujuan penelitian ini dapat tecapai, dan dapat ditemukan data yang bersifat proses kerja, perkembangan suatu kegiatan, deskripsi yang luas dan mendalam, perasaan,

norma, keyakinan, sikap mental, etos kerja dan budaya yang dianut seorang maupun sekelompok orang dalam lingkungan kerjanya[31].

Tujuan dari penggunaan sifat penelitian kualitatif adalah untuk memaparkan fakta secara faktual dan cermat berdasarkan apa yang peneliti temukan dilapangan, sehingga data yang diperlukan pun akurat dan jelas. Peneliti juga menggunakan pendekatan kualitatif ini untuk mencari jawaban dengan mengamati berbagai tatanan social dan individu yang berada pada lingkup tatanan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan bagaimana hasil dari evaluasi program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya yang dijelaskan melalui kata-kata, bukan berupa angka-angka. Sehingga pendekatan kualitatif dianggap tepat dalam melakukan penelitian ini.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Mustopadidjaja (2000) adalah teori dasar atau cara pandang yang fundamental, dilandasi nilai-nilai tertentu, atau berisikan teori pokok, konsepsi, asumsi, metodologi atau cara pendekatan yang dapat digunakan para teoritisi dan praktisi dalam menanggapi sesuatu permasalahan baik dalam kaitan pengembangan ilmu maupun dalam upaya pemecahan permasalahan bagi kemajuan hidup dan kehidupan kemanusiaan[32].

---

[31] Sugiyono.2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hal: 181

[32] Djam'an Satori. Aan Komariah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hal: 9

Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini, adalah paradigma *Konstruktivisme*. Paradigma konstruktivisme melihat realita sebagai konstruksi social. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognisi dengan interaksinya dengan dunia obyek material[33].

Paradigma Konstruktivis bersifat ilmiah, yakni menempatkan peneliti pada posisi obyek yang ditelitinya atau dengan kata lain peneliti berusaha memahami cara berpikir obyek yang ditelitinya. Paradigma konstruktivisme digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan suatu fenomena social yang terjadi di masyarakat. Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman social. Atas pandangan filosofis, hubungan epistimologis antara pengamat dan objek merupakan satu kesatuan subyektif dan merupakan perpaduan interaksi diantara keduanya.

Realitas soasial tergantung pada bagaimana sesorang memahami dunia, bagaimana seseorang menafsirkannya. karena itu, peristiwa dan realitas yang sama, bisa saja menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda-beda dari orang yang berbeda pula. Karena setiap orang memiliki pengalaman, persepsi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau lingkungan social tertentu, dimana semua itu akan digunakan untuk menafsirkan realitas social yang ada disekelilingnya dengan konstruksinya masing-masing.

---

[33] Elvinaro Ardianto. Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media. Hal :151

Karena itu, pertanyaan kunci dari penelitian konstruktivis adalah bagaimana seseorang memandang realitas? bagaimana mereka menciptakan pemaknaan semacam itu.

Dalam keterkaitannya dengan penelitian yang sedang peneliti kaji, paradigma konstruktivis berfungsi untuk mengetahui kesesuaian tujuan awal dari program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dengan pelaksanaan dilapangan yaitu di tempat ternak masyarakat Ring 1 (Kec. Pulau Merak). Kemudian dari penemuan dilapangan bisa ditarik kesimpulan apakah pelaksanaan Program *Comdev* ini telah berjalan sesuai dengan tujuan awal atau belum. Dengan latar belakang dan pengalaman yang berbeda pada setiap individu, maka akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda pula.

3.3 Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan dengan istilah *"social situation"* yang terdiri atas 3 elemen, yaitu: tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergi. Situasi tersebut dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi didalamnya[34.]

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau informan[35.]

---

[34] Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hal: 49

[35] Ibid Hal: 50

Informan yaitu berkaitan dengan sekelompok orang atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu, sebagai sumber utama data sehingga data dapat diperoleh oleh peneliti dengan cepat dan akurat. Dengan kata lain informan adalah orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subjek penelitian.

Menurut Meleong, Miles, et al yang dikutip dari buku Elvinaro Ardianto memaparkan ada dua macam informan, yaitu:[36]

1. Informan kunci (*key informan*) yaitu informan yang dianggap tahu banyak dalam memberi banyak jawaban yang dibutuhkan atas pertanyaan atau masalah penelitian dan yang mendukung penelitian (memberi bantuan paling besar).
2. Informan pendukung yaitu informan yang dianggap tahu atau memberi bantuan dan dapat memberikan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian tetapi tidak lebih dari informan kunci.

Seperti pemaparan dari pengertian informan diatas maka informan dipilih tidak asal-asalan tetapi mempunyai kriterian tertentu, Sanafiah Faisal (1990) menyatakan bahwa sampel sebagai informan sebaiknya memiliki kriteria[37]:

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi dihayati

---

[36] Elvinaro Ardianto. 2010. *Metode penelitian Untuk Publik Relation Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media. Hal: .62

[37] Sugiyono. 2008. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal: 221

2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung pada kegiatan yang tengah diteliti
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil "kemasannya" sendiri.

Untuk itu Penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* dalam mencari informan. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa[38]. Pertimbangan yang ditentukan untuk informan penelitian ini adalah orang yang dianggap paling mengerti, mengetahui dan ikut berkecimbung dalam kegiatan/Program *Community Development* PT. Indonesia Power UP Suralaya.

Adapun dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam Informan, yaitu :

a. *Key Informan* yaitu informan yang dianggap tahu banyak mengenai informasi dan jawaban yang dibutuhkan atas pertanyaan-pertanyaan atau masalah penelitian dan yang mendukung penelitian, yang dipilih untuk memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

   Kriteria-kriteria informan kunci pada penelitian ini adalah:

   1. Masuk dalam kepegawaian bidang humas di PT. Indonesia Power UP Suralaya.

[38] Sugiyono.2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hal: 49

2. Berkompeten dan paham megenai perencanaan program *Comdev* "*Fattening & Breeding Domba*"

Untuk tahap *Output*, kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Laki-laki atau perempuan
2. Terlibat dalam pelaksanaan Program *Comdev* "*Fattening & Breeding Domba*"

Sehingga informan kunci (*Key informan*) yang dipilih dalam penelitian ini adalah *H. Hawasi* selaku pensiunan karyawan humas PT. Indonesia Power UP Suralaya yang memegang tanggung jawab Community Development pada saat program *Fattening & Breeding domba* dibentuk, *Hamim SE* selaku *Supervisor Senior Keamanan dan Humas* yang pada saat itu membentuk program *Fattening & Breeding* Domba, serta *Afrizal Efendi* selaku *Supervisor* Humas PT. Indonesia Power UP Suralaya sekaligus pelaksana yang membantu H. Hawasi.

b. Informan Pendukung yaitu informan yang dianggap tahu atau memberi bantuan dan dapat memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian tetapi tidak lebih dari informan kunci. Kriteria informan pendukung yang dapat menjawab pertanyaan pada tahap *output* dan *outcome* dalam penelitian ini adalah:

1. Laki-laki atau perempuan
2. Bagian dari masyarakat penerima manfaat program *Fattening & Breeding Domba*

3. Turut serta dalam pelaksanaan program *Comdev* "*Fattening & Breeding Domba*"

Sehingga informan pendukung yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Dede Rohiman*

   Beliau merupakan ketua koordinator penerima manfaat dari program *Fattening & Breeding Domba* tersebut. Ia merupakan salah satu warga desa Bumi waras, Kec. Pulau Merak, Cilegon..

2. *Lukman Nurhakim*

   Bapak Lukman merupakan salah satu warga Kec. Pulau Merak lebih tepatnya di Desa Sukajadi. Beliau juga merupakan penerima manfaat dari program *Fattening & Breeding Domba* yang tengah diselenggarakan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya.

3. *Jaja*

   Bapak Hajali merupakan salah satu warga Desa Langonsari Kec. Pulau Merak yang juga merupakan penerima manfaat dari program *Fattening & Breeding Domba* tersebut.

3.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari penelitian adalah medapatkan data. Tanpa mengetahui tekhnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Sehingga selama melakukan

penelitian agar memperoleh data yang akurat, valid dan bisa dipertanggung jawabkan, maka teknik dalam mengumpulkan data dilakukan melaui :

1. Wawancara

   Wawancara semistruktur adalah pendektan umum wawancara yang menggunakan beberapa inti pokok pertanyaan yang akan diajukan, yaitu *interviewer* membuat garis besar pokok-pokok pembicaraan[39]. Hal yang menjadi garis besar dalam wawancara dalam penelitian ini tentunya adalah bagaimana proses *Input*, *Output*, dan *Outcome* dari program *Comdev* "*Fattening & Breeding Domba*" PT. Indonesia Power UP Suralaya tersebut. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk mementukan permasalah secara lebih terbuka, diamana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Sehingga dimungkinkan pertanyaan dapat dikembangkan sesuai dengan situasi dan keadaan sehingga data yang didapat lebih lengkap.

2. Observasi

   Observasi atau pengamatan menurut Syaodin N merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Sedangan menurut Margono observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian[40].

---

[39] Djam'an Satori. Aan Komariah.2010. *Metodolegi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta, Hal:135

[40] Ibid. Hal: 105

Observasi yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah observasi *non paticipant* yaitu peneliti tidak terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian melainkan peneliti hanya memerankan diri sebagai pengamat. Peneliti mengamati memeriksa dan mencatat semua kegiatan atau hal yang berhubungan dengan apa yang diamati.

Selama melakukan observasi, peneliti mengamati masyarakat binaan/ masyarakat penerima manfaat program "*Fattening & Breeding Domba*" di Kec. Pulau Merak untuk mengetahui sikap dan perilaku pada saat setelah kegiatan *Comdev* berlangsung dan meneliti bagaimana keadaan di lingkungan binaan setelah program berlangsung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan[41].

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan sebagai data tambahan berupa dokumen tertulis dari PT. Indonesia Power UP Suralaya yang berhubungan dengan masalah penelitian, serta data dokumentasi berupa foto.

[41] Djam'an Satori. Aan Komariah. 2010. *Metodolegi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta. Hal:148

3.4.2 Analisis Data

Analisis data adalah suatu fase penelitian kualitatif yang sangat penting karena melalui analisis data inilah peneliti dapat memperoleh wujud dari penelitian yang dilakukannya[42].

Analisis data pada penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Jika dalam penelitian kuantitatif analisis datanya berbentuk statistic maka dalam penelitian kualitatif berbentuk kata-kata atau kalimat, gambar dan bukan berbentuk angka. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model *Miles and Huberman*. Menurut *Miles dan Huberman* (*1984*), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh[43].

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, bila jawaban informan yang diwawancarai dirasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai data yang diperoleh dianggap kredibel. Adapun aktivitas dan tahap dari analisis data pada penelitian ini adalah:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Sehingga data yang telah dire-

---

[42] Djam'an Satori. Aan Komariah. 2010. *Metodolegi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta. Hal: 97

[43] Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta. Hal: 91

duksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Bila dalam penelitian kuantitatif penyajian data dilakukan dalan bentuk grafik, table, phice chard, pictogram, dan sejenisnya. Dengan penyajian itu data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakain mudah difahami. Sedangkan dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan untuk penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data ini merupakan sebuah upaya menyusun, mengumpulkan informasi ke dalam sebuah matrik agar mudah dipahami. Dan dalam kegiatan ini peneliti menyusun kembali data berdasarkan klasifikasi dan masing-masing topik akan dipisahkan. Pada tahap ini data disajikan dalam kesatuan tema berdasarkan permasalahan yang dituangkan dalam pertanyaan penelitian.

c. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles *dan Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi terhadap data-data yang telah dirangkum dan ditampilkan. Data-data tersebut dihubungkan antara satu dengan yang lainnya sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sejak awal.

3.5 Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua macam jenis data untuk mendukung penelitian diantaranya:

1. Data Primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang secara khusus di kumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian[44]. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi dengan para informan dari penelitian ini.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan mengutip atau mengumpulkan keterangan dari sumber informasi lain dengan tujuan untuk melengkapi data-data primer.

   Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari arsip dan dokumentasi terkait program *Community Development "Fattening & Breeding Domba"* PT. Indonesia Power UP Suralaya.

3.6 Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan data, perlu diadakan pemeriksaan kembali (*receck*) terhadap data yang terkumpul sehingga dalam laporan penulisan data yang disajikan dapat terhindar dari kesalahan. Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam memperoleh keabsahan atau kepercayaan dari kriteria kredibilitas, reliabilitas, dan onyektifitas data adalah dengan *tringulasi*. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan

[44]Rosady Ruslan. 2004. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi.* Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada. Hal: 254

sesuatu yang lain diluar data itu. Dan dalam penelitian ini, tringulasi yang digunakan oleh peneliti adalah *Tringulasi Data*.

Triangulasi data merupakan cara meningkatkan penelitian dengan mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain[45]. Peneliti menggunakan Tringulasi data untuk menguji kredibilitas dan keabsahan data dan dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa seumber dengan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam. Pada penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara kelompok di warga untuk bisa mengetahui seperti apa yang sesungguhnya terjadi dan sejauh mana pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat tersebut dilakukan.

Digunakan teknik tringulasi data karena peneliti menganggap teknik tersebut tepat untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil wawancara yang peneliti dapat dari informan mengenai program *Community Development "Fattening & Breeding Domba"* PT. Indonesia Power UP Suralaya tersebut kemudian di kroscek kembali dengan menggunakan hasil observasi dan dokumentasi. Apabila hasil dari ketiga teknik tersebut berbeda karena sudut pandang setiap sumber berbeda maka peneliti mendiskusikannya lagi kepada sumber data untuk mencari tahu mana yang dianggap benar atau memang semuanya benar.

---

[45] Djam'an Satori. Aan Komariah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta . Hal: 170.

3.7 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Indonesia Power UBP Suralaya. Yang beralamatkan di Jl. Komplek PLTU Suralaya, 42456 Merak, Banten Indonesia. Peneliti memilih melakukan penelitian di PT. Indonesia Power UP Suralaya karena perusahaan ini adalah tempat peneliti melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL)/Magang/ *Job Training*, sehingga peneliti mengetahui bahwa belum pernah dilakukan audit Komunikasi terkait program *Comunnity Development* berkepanjangan yang sedang dilaksanakan. Berdasarkan hal tersebut peneliti merasa bawa perlu dilakukan Audit Komunikasi sebagai alat untuk mengevaluasi program penting perusahaan agar dapat mencapai efektifitas.

3.8 Jadwal Penelitian

Kegiatan penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2016 dengan terlebih dahulu melakukan persiapan serta pengmpulan data terkait program *Community Development "Fattening & Breeding Domba"* yang akan diteliti atau disebut dengan Pra riset, setelah itu baru kemudian peneliti menyusun dan mengajukan BAB I, II, dan III kepada dosen pembimbing. Akan tetapi karena data yang dimiliki oleh peneliti dirasa kurang dan belum memenuhi syarat untuk dapat menyelesaikan BAB III, akhirnya pada pertengahan bulan April peneliti kembali melakukan pra riset ke PT. Indonesia Power UP Suralaya baru kemudian peneliti melaksanakan sidang *outline* pada akhir bulan April 2016. Selanjutnya pelaksanaan siding Outline pada tanggal 14 Mei 2016. Setelah itu peneliti melakukan penelitian ke PT Indonesia Power

UP Suralaya dan tempat pelaksanaan program *Fattening & Breeding Domba* pada bulan Juni 2016, baru kenudian peneliti melakukan penyusunan dan penyelesaian BAB IV & V pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2016, dan dilanjutkan dengan sidang skripsi pada bulan Oktober 2016. Adapun rincian kegiatan proses penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel

Kegiatan Proses Penelitian

No	Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Oktober
1	**Pra Riset**								
2	**Pengajuan BAB I, II dan III**								
3	**Sidang Outline**								
4	**Penyelesaian bab IV & V**								
5	**Sidang Skripsi**								

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Subyek Penelitian

4.1.1 Profil PT Indonesia Power UP Suralaya

Seiring dengan berkembangnya industri-industri serta pesatnya pertumbuhan penduduk Indonesia, telah memberikan suatu kendala dalam pemenuhan kebutuhan akan pasokan listrik. Oleh karena itu, pemerintah berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara membangun pembangkit listrik dari sumber-sumber energi alam seperti air terjun, panas bumi, angin, dan pasang surut air laut, serta dari bahan galian (minyak bumi, batubara, gas bumi) yang dapat digunakan sebagai bahan baku untuk membentuk energi listrik.

Hal ini mendorong dibangunnya suatu Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) sebagai suatu media atau alat untuk memutar turbin dan menghasilkan listrik dari perputaran poros turbin tersebut, dengan harapan pasokan listrik pada masyarakat dan industri terpenuhi terutama di pulau Jawa dan Bali. PLTU ini didirikan di desa Suralaya yang dimiliki dan dioperasikan oleh PT Indonesia Power dan distribusi listriknya dipegang oleh pemerintah, dalam hal ini adalah PLN (Perusahaan Listrik Negara). PLTU ini menggunakan batubara sebagai bahan bakar pada *boiler* untuk merubah air menjadi uap.

4.1.1.1 Visi dan Misi PT Indonesia Power UP Suralaya

Visi

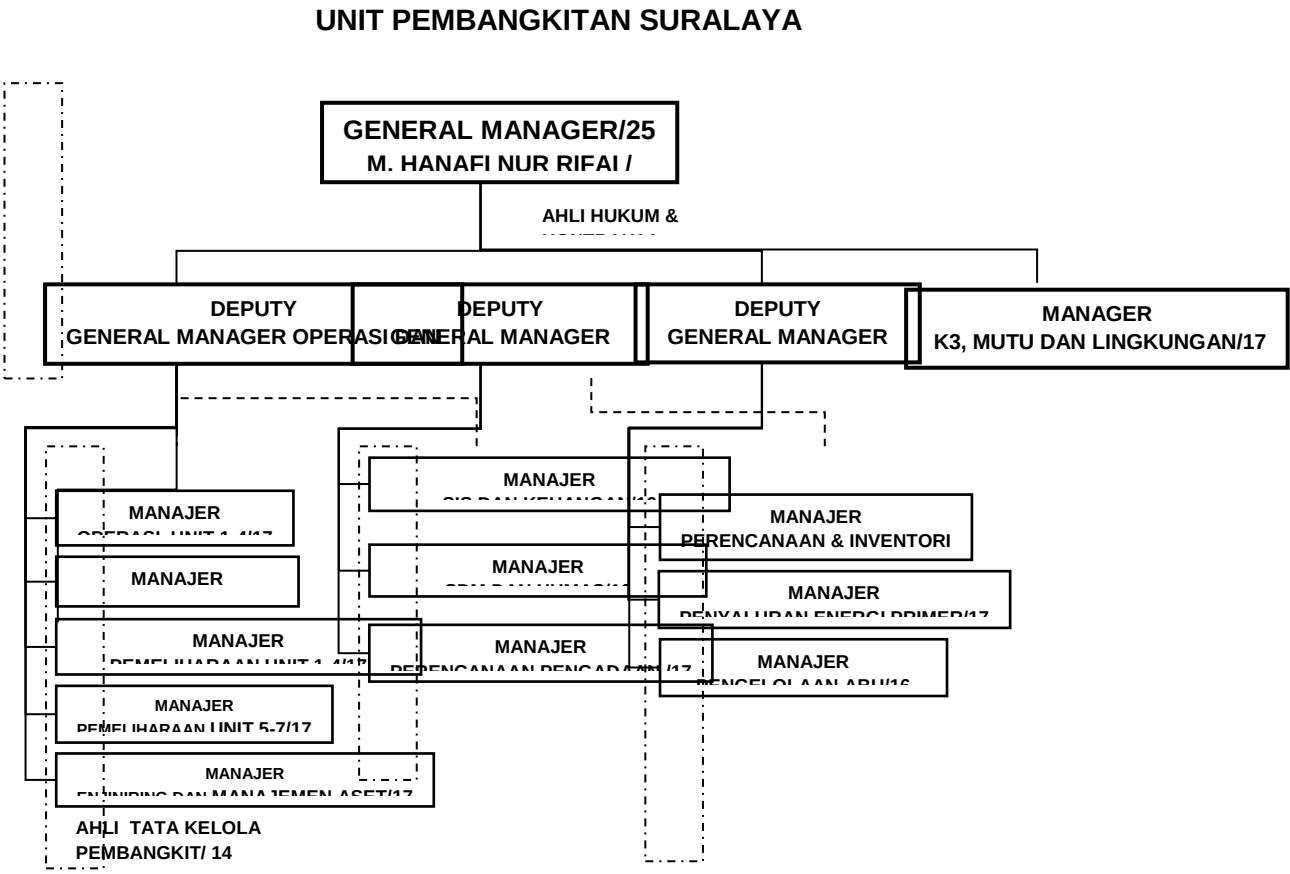
Menjadi perusahaan publik dengan kinerja kelas dunia dan bersahabat dengan lingkungan.

Misi

Melakukan usaha bidang ketenagalistrikan dan mengembangkan usaha lainnya yang berkaitan, berdasarkan kaidah industri dan niaga yang sehat, guna menjamin keberadaan dan pengembangan perusahaan dalam jangka panjang.

4.1.1.2 Struktur Perusahaan PT Indonesia Power UP Suralaya

Gambar 4.1 Struktur Perusahaan



Sumber: PT. Indonesia Power UP Suralaya

4.1.2 Gambaran Umum Mengenai *CSR / Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya

4.1.2. 1 Latar Belakang *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya

Sebagai perwujudan visi dan misi perusahaan, khususnya bersahabat dengan lingkungan serta perwujudan TJSL perusahaan sebagai bagian dari tata kelola perusahaan yang baik.

4.1.2.2 Tujuan *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya

Penyelenggaraan *community development* bertujuan untuk :

a. Memberikan dukungan terhadap keberhasilan bisnis secara jangka panjang;
b. Mempromosikan niat baik (*goodwill*) perusahaan dan membangun reputasi positif di antara masyarakat dan pemerintah daerah setempat serta *stakeholders* perusahaan pada umumnya;
c. Menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar wilayah kegiatan perusahaan;
d. Memperbesar akses komunitas untuk mencapai kondisi sosial-ekonomi–budaya yang lebih baik dari sebelumnya dan lebih berdaya, madiri dengan kualitas dan kesejahteraan yang lebih baik.

4.1.2.3 Bentuk Pelaksanaan *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya

Kegiatan *community development* yang dilakukan perusahaan diwujudkan dalam 3 (tiga) bentuk kegiatan, yaitu:

1) Bakti Pelayanan Masyarakat (*Community Assistance*); yaitu pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan komunitas, berdasarkan kebutuhan maupun permintaan komunitas setempat sebagai dukungan terhadap kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah daerah setempat;
2) Bakti Pembinaan Hubungan (*Community Relations*); yaitu kegiatan komunikasi dua arah yang dilakukan untuk memfasilitasi tumbuhnya pemahaman bersama dan mewujudkan komitmen bersama diantara para stakeholders untuk mencapai tujuan bersama; mendorong lahirnya sikap positif komunitas terhadap perusahaan serta memperbaiki dan mendorong lahirnya kebijakan publik yang kondusif terhadap keberlangsungan bisnis perusahaan;
3) Bakti pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*); yaitu program yang berkaitan dengan usaha memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat setempat untuk menunjang kemandiriannya.

4.1.3 Profil Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

4.1.3.1 Latar Belakang Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

1). Berdasarkan karakteristik morfologi daratan dan kemiringan lahan, secara garis besar karakteristik fisik kota Cilegon dapat dibedakan kedalam tiga bagian yaitu:

- Bentuk daratan, mempunyai kemiringan sekitar 0-2% hingga 2-7% tersebar di sepanjang pesisir pantai barat dan bagian tengah Cilegon.
- Bentuk perbukitan-sedang, mempunyai kemiringan lahan berkisar 7-15%, terdapat di wilayah tengah kota, tersebar di bagian utara dan selatan kecamatan Cilegon dan Cibeber, serta bagian selatan kecamatan Ciwan dan Citangkil.
- Bentuk perbukitan-terjal, mempunyai kemiringan lahan berkisar 15-40% hingga lebih dari 40%, tersebar dibagian utara kota Cilegon (Kecamatan Pulomerak dan Grogol) dan sebagian kecil wilayah.

Lokasi pemberdayaan terletak dibagian utara kota cilegon dengan kondisi berbentuk perbukitan dan dikelilingi tanaman dan rerumputan, sehingga sangat cocok untuk budidaya domba. Untuk

pemasaran ternak lokasi ini juga sangat strategis karena berdekatan dengan pasar Merak dan terminal bus merak.

2). Perkembangan domba juga dikatakan cukup pesat, karena pemeliharaan domba tidak begitu sulit, bahkan dalam skala rumah tangga domba biasanya dibiarkan begitu saja. Selain itu keunggulan domba yaitu mempunyai toleransi yang tinggi terhadap berbagai jenis pakan dan mempunyai angka kelahiran lebih dari satu ekor.

4.1.3.2 Tujuan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

- Program pemberdayaan *Fattening & Breeding* domba ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.
- Menjadi sarana dalam proses transformasi mustahik dalam suatu komunitas menjadi muzakki
- Dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya.

4.1.3.3 Rancangan Kegiatan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

- Survey lokasi dan penerima manfaat
- Pelatihan penerima manfaat dibantu oleh lembaga pemerintahan setempat
- Launching program dan penyaluran ternak domba
- Pembinaan penerima manfaat, adapun materi pembinaan yang dilakukan meliputi:
  - Pembuatan pakan alternatif serta pengenalan obat dan vitamin domba
  - Pengendalian penyakit dan sanitasi kandang
  - Jenis pakan berkualitas dan pembuatan pakan
  - Kesehatan hewan dan pengenalan jenis rumput
  - Perawatan ternak
  - Pembuatan pakan silase
  - Pembuatan kompos
  - Manajemen pengembalaan
  - Cara penanaman rumput agar ketersediaan rumput yang diinginkan selalu ada
  - Perawatan domba anakan
  - Reproduksi dan perkawinan
  - Strategi penjualan domba

- Perawatan pasca melahirkan
- Manajenen perkandangan

4.1.3.4 Rancangan biaya pelaksanaan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

- Biaya konsumsi tim survey
- Biaya workshop/pelatihan penerima manfaat
- Biaya pengadaan domba jantan indukan, indukan betina dan bakalan jantan sebanyak 42 ekor
- Biaya selama pembinaan berlangsung

4.1.3.5 Rancangan publikasi Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Dokumentasi kegiatan selama program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" berlangsung.

4.2 Hasil Penelitian

Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian, yaitu mengenai Audit Komunikasi program community development PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*". Hasil penelitian ini didapatkan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara

mendalam, wawancara kelompok, dan observasi. Peneliti menguraikan hasil penelitian dengan mengacu kepada identifikasi masalah yang peneliti buat yakni perencanaan program *Comdev* sebagai proses input kegiatan, pelaksanaan program sebagai proses output kegiatan, dan hasil akhir program sebagai outcome kegiatan.

4.2.1 Ketercapaian Program Community Development "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Input Kegiatan

Menurut Dody M. Gozali dalam bukunya *Communication Measurement*, pengertian tahapan input dalam pengukuran komunikasi adalah "komponen-komponen fisik dan strategis dari program-program atau proyek-proyek komunikasi seperti pilihan media (misalnya event, publikasi, web, dan sebagainya), konten (misalnya teks dan foto), dan format"[46].

Dapat diartikan bahwa tahapan input ini merupakan perencanaan atau rancangan dari suatu kegiatan atau program komunikasi yang nantinya ini akan menjadi acuan atau pedoman dalam proses pelaksanaan kegiatan atau program komunikasi tersebut.

Berdasarkan teknik yang digunakan peneliti dalam model *Lingking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model*, yaitu Analysis of Existing data, maka evaluasi pada tahap input ini akan dikelompokkan berdasarkan bentuk data yang diperoleh yakni data dokumentasi dan data In-depth interview, dengan materi pembahasannya yaitu:

[46] Dodi M. Gozali. 2005. Communication Measurement. Bandung. Simbiosa Rekatama Media. Hal: 27

- Latar Belakang Program
- Tujuan Program
- Rancangan Kegiatan

4.2.1.1 Latar Belakang Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) merupakan salah satu bakti dari program *community development* yang menjadi konsen utama PT Indonesia Power UP Suralaya untuk memberdaya dan memandirikan masyarakat sekitar perusahaan. Sesuai dengan data dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya, *Fattening & Breeding* domba merupakan bentuk kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan dengan melihat beberapa peluang yang ada.

Dengan melihat karakteristik morfologi daratan dan kemiringan lahan, yang dimiliki kota Cilegon, dimana tempat tersebut berbentuk perbukitan dan dikelilingi tanaman dan rerumputan, sehingga sangat cocok untuk budidaya domba. Untuk pemasaran ternak lokasi ini juga sangat strategis karena berdekatan dengan pasar Merak dan terminal bus merak.

Selain itu perkembangan domba juga dikatakan cukup pesat, karena pemeliharaan domba tidak begitu sulit, bahkan dalam skala rumah tangga domba biasanya dibiarkan begitu saja. Selain itu keunggulan domba yaitu mempunyai toleransi yang tinggi terhadap berbagai jenis pakan dan mempunyai angka kelahiran lebih dari satu ekor. Usaha penggemukan domba

dewasa ini mempunyai kecenderungan semakin berkembang, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya masyarakat yang mengusahakan penggemukan domba. Prospek usaha penggemukan domba sampai saat ini juga cukup menjanjikan karena laju permintaan akan daging domba terus meningkat.

Informan 1 memberikan jawaban yang relavan dengan data dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya poin 1 latar belakang program "Fattening & Breeding Domba" yang menyebutkan bahwa lokasi pelaksanaan program cukup strategis untuk diadakan penggemukan domba.

> "....pertama dari segi pakannya itu juga banyak ya karna di pasar itu kan banyak sampah-sampah yang bisa dimakan oleh ternak seperti kulit jagung, kulit pisang, selain itu disana itu kan tempatnya di lereng gunung jadi disana banyak rumput sehingga menunjang dan memungkinkan bisa diadakannya fattening & breeding domba tersebut".[47]

Hal senada juga diungkapkan oleh Informan 2 dan 3, dimana mereka mengatakan bahwa program unggulan ini dilaksanakan karena berdasarkan pertimbangan letak geografis yang strategis untuk lokasi pelaksanaan program *fattening & breeding domba*.

> "...nah salah satu program unggulan yang sangat dimungkinkan dengan letak geografis didaerah sana itu dimungkinkan untu k pembibitan dan penggemukan domba".[48]

Lebih lanjut informan 2 mengungkapkan hal yang relavan dengan latar belakang program *fattening & breeding domba* poin 2 dimana prospek usaha penggemukan domba di daerah pulo merak sampai saat ini juga cukup

[47]Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 13.08 WIB

[48]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB

menjanjikan karena laju permintaan akan daging domba terus meningkat, terutama di hari raya idul adha.

> ”...selain itu karena kebutuhan domba setiap tahun diwilayah pulo merak itu cukup menjanjikan terutama untuk pada saat even idul adha, nah maka kita rancanglah program fattening & breeding domba ini”.[49]

Sama dengan informan 1 dan 2, informan ke-3 pun menjelaskan demikian, bahwa yang melatar belakangi pembentukan program *Fattening & Breeding domba* ini adalah kesesuain iklim dan lokasinya.

> “...untuk membuat suatu program unggulan itu kita harus mencocokan dengan iklim yang ada, jadi berdasarkan survey iklim di suralaya ini untuk ternak domba tuh cocok. Dan juga untuk dijadikan komersil itu mudah. Nah sehingga kita memilih untuk diadakan program kambing itu”[50]

Pada dasarnya program *Fattening & Breeding* domba ini dilaksanakan sebagai bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan kepada masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh informan ke-3

> “...aturan Community development, karna memang ini sudah merupakan aturan dari direksi di bawah CSR bahwa setiap corporate itu mempunyai tanggung jawab sosial dan harus mempunyai badan sosial nah badan sosial kita untuk berinteraksi dengan masyarakat itu ya salah satunya itu comdev itu sendiri. lalu agar masyarakat merasa bahwa mereka adalah bagian dari IP, IP ini juga milik dia walaupun dia tidak bisa bekerja di IP selaku karyawan, ya setidaknya mereka menikmati lah program dari IP lewat program fattening & Breeding domba itu. Begituuu loh”.[51]

---

[49]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB
[50]Wawancara dengan pak Afrizal Efendi pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 12.44 WIB
[51]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB

Hasil wawancara mendalam dengan pelaksana program *Community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" menunjukan bahwa secara garis besar para pelaksana program memiliki acuan yang sama dan sesuai dengan rancangan yang dijelaskan di data dokumentasi program "Fattening & Breeding Domba". Walaupun peneliti menemukan ada persepsi pelaksana yang menambahkan latar belakang program adalah untuk memenuhi kewajiban perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial, akan tetapi secara umum acuan para pelaksana program tersebut sama.

Tabel 4.1

Latar Belakang Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Rancangan (Data Dokumentasi) "*fattening & breeding domba*"	**Pelaksana program "*fattening & breeding domba*"**
(1)	**(2)**
<u>Latar Belakang</u> 1. Lokasi yang terletak dibagian utara kota cilegon dengan kondisi berbentuk perbukitan dan dikelilingi tanaman dan rerumputan, sangat cocok untuk budidaya domba. 2. Perkembangan domba cukup pesat,	**<u>Latar Belakang</u>** 1. Lokasi di lereng gunung dan perbukitan sehingga cocok untuk ternak domba karna akan memudahkan dalam mencari pakanan. 2. Kesesuaian iklim dan letak

(1)	(2)
karena pemeliharaan domba tidak begitu sulit, bahkan dalam skala rumah tangga domba biasanya dibiarkan begitu saja. Selain itu keunggulan domba yaitu mempunyai toleransi yang tinggi terhadap berbagai jenis pakan dan mempunyai angka kelahiran lebih dari satu ekor.	geografis yang cocok untuk ternak domba. 3. Perkembangan dan permintaan daging domba terus meningkat. 4. Pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan

4.2.1.2 Tujuan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Dalam setiap pembuatan program, pastilah memiliki tujuan positif yang ingin dicapai oleh pelaksana melalui program tersebut. Tujuan merupakan target yang menjadi alat ukur keberhasilan atau kegagalan program sesuai sasaran yang diharapkan dan direncanakan ketika program itu dibentuk.

Begitupun program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*". Program unggulan anak perusahaan PLN ini juga memiliki tujuan besar dalam pelaksanaannya. Dalam hal ini peneliti mencoba merumuskan tujuan program "*Fattening & Breeding Domba*" dari para informan kunci dalam penelitian ini.

Dari hasil wawancara dengan informan ke-2, peneliti mendapatkan penjelasan bahwa tujuan dari program *fattening & breeding* ini secara umum sama dengan tujuan awal *community development*, dimana dengan kehadiran Indonesia Power serta program ini diharapkan masyarakat sekitar perusahaan lebih bisa berdaya dan mandiri.

> "...lagi-lagi ya bahwa dengan tujuan yang mulia daripada comdev kita ini, ini menjadi konsen kita untuk lebih memberdayakan masyarakat sekitarnya, dan ini sudah merupakan apa ya.. bukan kewajiban tapi kebutuhan kita lah untuk saling berbagi kepada masyarakat sekitarnya, dengan keberadaan Indonesia power suralaya ini bukan hanya sebatas berdiri megahnya pembangkitan listrik tapi juga masyarakat sekitarnya itu lebih berdaya".[52]

Lebih lanjut, informan ke-2 mengungkapkan bahwa tujuan dari program ini agar masyarakat lebih mandiri terutama dalam bidang perekonomian, yang tadinya tidak mampu berzakat atau hanya menjadi penerima zakat (*mustahik*) menjadi mampu untuk memberi zakat (*muzakki*).

> "...dulu misalkan orang ini tidak mempunyai apa-apa, nah ketika dia masuk atau ikut mejadi penerima manfaat dari program fattening & breeding domba ini dia lebih berdaya nah contoh sederhananya seperti itu, kalau didalam zakat itu, bagaimana tahun ini dia menjadi mustakhik (penerima zakat), tapi tahun depan dia bisa memberi zakat nah itu, jadi bagaimana memberdayakan masyarakat menjadi lebih mandiri, mandiri dalam ekonomi, mandiri dalam berkeluarga dan bermasyarakat".[53]

Senada dengan pemaparan informan ke-2, informan ke-1 pun mengatakan pendapatnya bahwa kegiatan program *community development fattening & breeding* domba ini memiliki tujuan yang sama dengan tujuan

[52]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB
[53]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB

community development secara umum yaitu menjadikan masyarakat sekitar perusahaan lebih mandiri.

> "...jadi intinya comdev itu bertujuan untuk memandirikan masyarakat di sekitar lingkungan UP Suralaya".[54]

Selain daripada menjadikan masyarakat lebih berdaya dan mandiri, informan ke-3 berpendapat bahwa program ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan, sehingga diharapkan mampu menjadi penyeimbang hubungan diantara perusahaan dan masyarakat sekitarnya:

> "...agar masyarakat merasa bahwa mereka adalah bagian dari IP, IP ini juga milik dia walaupun dia tidak bisa bekerja di IP selaku karyawan, ya setidaknya mereka menikmati lah program dari IP lewat program fattening & Breeding domba itu".[55]

Menambahkan pendapat informan ke-3, informan ke-2 pun turut mengatakan bahwa program *Community Development* "*Fattening & Breeding Domba"* ini adalah untuk menjalin hubungan saling menguntungkan (*mutual understanding*) dengan masyarakat sekitar:

> "...Selain itu kita berharap dengan adanya program comdev ini, masyarakat bisa menjadi pagar sosial yang sangat efektif untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri".[56]

Pada data dokumentasi PT Indonesia Power UP Suralaya mengenai tujuan program *Community Development* "*Fattening & Breeding Domba*" dijelaskan bahwa program ini bertujuan untuk dapat menjadi sarana dalam

[54]Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 13.08 WIB
[55]Wawancara dengan pak Afrizal Efendi pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 12.44 WIB
[56]Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 162 Juni 2016 pukul 10.11 WIB

proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, dapat menjadi sarana dalam proses transformasi mustahik dalam suatu komunitas menjadi muzakki. Serta tujuan yang terakhir adalah dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya.

Melihat hasil wawancara dari ketiga informan selaku pelaksana program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dan melihat dari data dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya mengenai program tersebut, peneliti menemukan terdapat sedikit perbedaan persepsi dari pandangan para pelaksana dengan data dokumentasi yang ada.

Pada poin terakhir tujuan dalam data dokumentasi rancangan awal program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dijelaskan bahwa "dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya" tetapi pandangan pelaksana tidak mengarah kepada tujuan tersebut, pelaksana memandang bahwa program *community development* ini bertujuan untuk "menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan, sehingga diharapkan mampu menjadi penyeimbang hubungan diantara perusahaan dan

masyarakat sekitarnya serta menjalin hubungan saling menguntungkan dengan masyarakat".

Tabel 4.2

Tujuan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Rancangan (Data Dokumentasi) "*fattening & breeding domba*"	**Pelaksana program "*fattening & breeding domba*"**
(1)	**(2)**
<u>Tujuan</u> 1. Program pemberdayaan *Fattening & Breeding* domba ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. 2. Menjadi sarana dalam proses transformasi mustahik dalam suatu komunitas menjadi muzakki. 3. Dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan	**<u>Tujuan</u>** 1. Diharapkan dengan program ini masyarakat sekitar perusahaan lebih bisa berdaya dan mandiri. 2. Agar masyarakat lebih mandiri terutama dalam bidang perekonomian, yang tadinya tidak mampu berzakat atau hanya menjadi penerima zakat (mustahik) menjadi mampu untuk memberi zakat (muzakki). 3. Menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan, sehingga diharapkan mampu menjadi penyeimbang hubungan

(1)	(2)
dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya.	diantara perusahaan dan masyarakat sekitarnya serta menjalun hubungan saling menguntungkan dengan masyarakat

4.2.1.3 Rancangan Kegiatan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Berjalannya suatu program atau kegiatan dengan lancar dan sesuai rencana tentulah menjadi sesuatu yang diinginkan dalam pelaksanaan suatu program yang telah dibuat. Oleh karena itu, diperlukan suatu rancangan kegiatan atau kerangka kerja sebagai acuan untuk mengetahui apa saja yang harus dilakukan saat pelaksanaan program. Dengan melaksanakan kegiatan sesuai dengan perencanaan awal di kerangka kerja, besar kemungkinan semua tujuan dari program tersebut akan lebih mudah tercapai. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" juga memiliki rancangan kegiatan seperti yang dituangkan dalam data dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya.

Poin pertama yang menjadi rancangan kegiatan program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding*

Domba" adalah survey lokasi dan penerima manfaat, hal tersebut dilakukan setelah semua proses pengajuan program terjalani, mulai dari mengevaluasi proposal yang diterima oleh humas PT Indonesia Power UP Suralaya dari masyarakat pulomerak hingga menyiapkan proposal kembali untuk pengajuan ke kantor pusat. Survey dilakukan ke tempat yang dirasa strategis untuk pelaksanaan penggemukan dan pembibitan domba. Dan penerima manfaat dari program *fattening & breeding* domba ini merupakan masyarakat yang berdomisili di kota Cilegon.

Dari hasil wawancara dengan informan ke-1 didapat pernyataan yang sesuai dengan data dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya mengenai rancangan kegiatan poin pertama, bahwa program *fattening & breeding domba* memiliki rancangan kegiatan awal dengan melakukan survey lapangan untuk pemilihan lokasi dan penerima manfaat:

> "Sebelum kegiatan kita jalankan kita kan survey dulu ke lapangan, mencari informasi, mencari tahu apasih yang dibutuhkan masyarakat dan kita kerjasama dengan pihak-pihak kelurahan atau desa yang ternyata memang ada saran-saran dari kelurahan atau desa yaitu bahwa disini perlu diadakan fattening & breeding domba tersebut".[57]

Meneruskan pernyataannya, informan ke-1 juga menjelaskan bahwa pemilihan lokasi dilaksanakannya program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba"* ini dilakukan berdasarkan hasil survey.

[57] Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 13.08 WIB

> "...pertama dari segi pakannya itu juga banyak ya karna di pasar itu kan banyak sampah-sampah yang bisa dimakan oleh ternak seperti kulit jagung, kulit pisang, selain itu disana itu kan tempatnya di lereng gunung jadi disana banyak rumput sehingga menunjang dan memungkinkan bisa diadakannya fattening & breeding domba tersebut".[58]

Senada dengan informan ke-1, pernyataan yang diberikan oleh informan ke-3 pun sama, bahwa yang pertama kali dilakukan adalah melakukan survey baru kemudian baru masuk ke kegiatan selanjutnya yaitu memberikan pelatihan atau training kepada para penerima manfaat:

> "sebelumnya pasti kita menyiapkan kerangka kerja dulu ya, kemudian kita melakukan survey, lalu kita evaluasi, trus kita adakan semacam pelatihan atau training dulu agar si penerima manfaat ini bisa melakukan pekerjaan yang sesuai dengan SOP nya lah ya tentang penggemukan dan pembibitan domba itu"[59]

Pernyataan informan ke-3 diatas yang menyatakan bahwa setelah dilakukannya survey lokasi dan pemilihan penerima manfaat lalu kemudian pihak humas sebagai pelaksana mengadakan semacam pelatihan atau *training* tersebut sesuai dengan rancangan kegiatan yang terdapat pada data dokumentasi milik Indonesia Power UP Suralaya mengenai program fattening & breeding domba ini. Dimana dalam data dokumentasi program *Fattening & Breeding* domba terkait rancangan kegiatan di poin kedua adalah "memberikan pelatihan kepada penerima manfaat".

---

[58] Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 13.08 WIB

[59] Wawancara dengan pak Afrizal Efendi pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 12.44 WIB

Adapun untuk mencari calon penerima manfaat untuk kemudian diberikan pelatihan, informan ke-2 mengatakan bahwa pihak perusahaan tidak serta merta memberikan binatang ternak ini kepada sembarang orang, pihak humas mencari para calon penerima manfaat ini dengan melakukan seleksi dengan bekerjasama dengan pejabat desa setempat:

> "jadi kita membeli anakan ya, tentu juga kita sudah memilih orang-orangnya, jadi siapa pelaku daripada yang akan merawat semua domba ini, nah sehingga tidak serta merta langsung diberikan, jadi ada pelatihan yang dilakukan...jadi pertama kita memilih orang-orangnya itu kerjasama dengan RT/RW setempat ya, kemudian kita seleksi, setelah dapet nama-namanya baru dipanggil disatu tempat kemudian baru di lakukan pelatihan pertemuannya satu sampai tiga kali lah".[60]

Hal serupa dijelaskan pula oleh informan ke-1 yang juga menjelaskan bahwa pemilihan calon penerima manfaat dilakukan dengan melakukan seleksi, ia juga menambahkan bahwa penyeleksian ditentukan berdasarkan semangat usaha yang dimiliki oleh calon penerima manfaat lewat pelatihan yang dilakukan tersebut.

> "...jadi begini, peminatnya banyak, pasti banyak, nah dari pelatihan itu kita bisa lihat mana yang benar-benar mau mana yang tidak, itu kelihatan. Jadi disaring dalam pelatihan itu. Mana yang Cuma mengharapkan bantuannya saja mana yang bener-bener mau usaha".[61]

Informan ke-1 mengungkapkan bahwa setelah para penerima manfaat tersebut sudah terpilih, langkah selanjutnya adalah meyerahkan binatang domba sambil memberikan sedikit pengarahan.

---

[60] Wawancara dengan pak Hamim pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB
[61] Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni pukul 13.08 WIB

Tidak selesai sampai disitu, ia juga menjelaskan bahwa setelah penyerahan domba tersebut, para penerima manfaat juga tetap diberikan pelatihan dan pendampingan:

> "selanjutnya itu kita memberikan dombanya itu ke mereka untuk kemudian dirawat sebaik-baiknya, sambil terus kita dampingi dan kasih pelatihan-pelatihan tentang cara pembibitan dan penggemukan domba itu, tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, tentang perawatan ternak lah pokoknya bisa diliat pelatihan apasajanya di laporan semester".[62]

Senada dengan informan ke-1, informan ke-3 pun menyatakan hal serupa tentang rancangan kegiatan prrogram community development PT Indonesia Power UP Suralaya "fattening & breeding domba" tersebut. Ia menambahkan bahwa pemantauan pelatihan yang diberikan oleh perusahaan dilakukan rutin per periodik. *"...training yang dilakukan terkait dengan pembibitan dan penggemukan domba ini tetap dipantau per periodik, walaupun kadang perperiodiknya itu tidak pas*". [63]

Jika melihat semua jawaban yang dipaparkan oleh para informan, peneliti menilai bahwa semua pelaksana program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" memiliki persepsi yang sama mengenai rancangan kegiatan program, dimana yang dilakukan pertama kali dalam rancangan kegiatan program ini adalah melakukan survey hingga melakukan seleksi, selanjutnya menyalurkan binatang ternak lalu kemudian memberikan pelatihan dan pendampingan

[62] Wawancara dengan pak H. Hawasi pada tanggal 22 Juni pukul 13.08 WIB
[63] Wawancara dengan pak Afrizal Efendi pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 12.44 WIB

kepada penerima manfaat untuk bisa melakukan pembibitan dan penggemukan domba sesuai dengan tujuan program. Secara garis besar hal tersebut senada dengan data dokumentasi mengenai rancangan kegiatan pelaksana program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*". Hanya saja dalam pemaparannya para informan kurang menjelaskan secara rinci kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan ketika pelatihan. Akan tetapi peneliti menilai penjelasan informan ke-1 yang mengatakan bahwa para penerima manfaat didampingi dan diberi pelatihan-pelatihan tentang cara pembibitan dan penggemukan domba, tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, serta tentang bagaimana perawatan ternak, sudah mewakili rancangan kegiatan yang tertulis pada dokumentasi milik PT Indonesia Power UP Suralaya.

Tabel 4.3

Rancangan Kegiatan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Rancangan (Data Dokumentasi) "*fattening & breeding domba*"	**Pelaksana program "*fattening & breeding domba*"**
(1)	**(2)**
<u>Rancangan Kegiatan</u> • Survey lokasi dan penerima manfaat • Pelatihan penerima manfaat dengan dibantu oleh lembaga	**<u>Rancangan Kegiatan</u>** • melakukan survey lapangan untuk pemilihan lokasi dan penerima manfaat. • Melakukan kerjasama dengan

(1)	(2)
pemerintahan setempat • Launching program dan penyaluran ternak domba • Pembinaan penerima manfaat, adapun materi pembinaan yang dilakukan meliputi: - Pembuatan pakan alternatif serta pengenalan obat dan vitamin domba - Pengendalian penyakit dan sanitasi kandang - Jenis pakan berkualitas dan pembuatan pakan - Kesehatan hewan dan pengenalan jenis rumput - Perawatan ternak - Pembuatan pakan silase - Pembuatan kompos - Manajemen pengembalaan - Cara penanaman rumput agar ketersediaan rumput yang diinginkan selalu ada	kelurahan dan RT/RW untuk memilih calon penerima manfaat • Melakukan pelatihan untuk menentukan penerima manfaat • Penyerahan binatang ternak domba • Memberikan pelatihan dan pendampingan per-periodik tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, tentang perawatan ternak, dalam melakukan pembibitan dan penggemukan domba.

(1)	(2)
- Perawatan domba anakan - Reproduksi dan perkawinan - Strategi penjualan domba - Kontrol ternak - Perawatan pasca melahirkan Manajenen perkandangan	

4.2.2 Ketercapaian Program Community Development "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Output Kegiatan

Menurut Dodi M. Gozali dalam bukunya yang berjudul Communication Measurement, pengertian tahapan output dalam pengukuran komunikasi adalah "materi-materi fisik dan kegiatan-kegiatan yang diproduksi (misalnya publisitas media, event, publikasi, intranet dan sebagainya), serta untuk menghasilkannya (tulisan, rancangan, dan sebagainya)[64].

Setelah selesai melihat ketercapaian pada tahap input, maka masuklah pada tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan program itu sendiri. Evaluasi pada tahap ini bisa disebut dengan tahap evaluasi output yang dilakukan untuk mengevaluasi kesuksesan jalannya program tersebut.

[64] M. Gozali. 2005. Communication Measurement. Bandung. Simbiosa Rekatama Media. Hal:27

Seperti yang dijelaskan dalam Lingking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model, bahwa dalam melaksanakan evaluasi suatu program public relations, proses evaluasi tidak boleh dilakukan setengah-setengah, melainkan harus dimulai dari awal program tersebut dibentuk, yaitu ketika manajemen baru mulai menyusun tujuan awal program atau disebut sebagai tahap perencanaan/input, berlanjut pada tahap pelaksanaan/ output, hingga tahap hasil akhir/outcome.

Pada tahap output ini, peneliti mencoba mengevaluasi efektifitas semua data yang menyangkut pada tahap pelaksanaan program. Yang termasuk pada tahap pelaksanaan program tersebut dimulai pada saat program tersebut dipublikasikan secara langsung ataupun tidak langsung kepada target sasaran sampai program tersebut dilaksanakan. Sehingga memungkinkan pembahasan pada tahap ini dikaitkan pada proses ataupun temuan yang ada dalam evaluasi tahap input karena pada dasarnya evaluasi tahap output ini merupakan kelanjutan dari evaluasi tahap input.

4.2.2.1 Pelaksanaan Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Fattening & breeding domba merupakan salah satu program dari bakti pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) PT Indonesia Power terhadap masyarakat kecamatan Pulomerak-Banten. Program ini dibentuk pada bulan Desember 2014 dengan tujuan untuk menciptakan kemandirian Individu dan masyarakat dalam sistem terintegrasi, disertai dengan proses pendampingan secara intensif.

Program *community development* ini telah dirancang sebagai program unggulan karena pelaksanaannya dilakukan secara berkepanjangan, berdampak luas pada masyarakat sekitar, mampu menyerap tenaga kerja, serta dapat memberikan penghasilan kepada sang penerima manfaat tersebut.

Mekanisme pada program ini adalah masyarakat yang berdomisi di kecamatan pulomerak mengajukan proposal bantuan kepada PT Indonesia Power UP Suralaya, kemudian proposal permohonan tersebut dievaluasi oleh pihak Indonesia Power hingga terlaksanalah program *Fattening & Breeding Domba*, setelah itu pihak humas Indonesia Power bekerjasama dengan pihak kelurahan serta RT/RW setempat melakukan survey ke lokasi dan melakukan pelatihan dan seleksi pemilihan calon penerima manfaat dari program tersebut. Setelah itu PT Indonesia Power UP Suralaya diwakili oleh humas melakukan *launching* program sekaligus penyerahan ternak domba yang dilakukan di desa mekarsari kecamatan pulomerak. Kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan per-periodik tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, tentang perawatan ternak serta pelatihan lainnya untuk melakukan pembibitan dan penggemukan domba tersebut.

Domba yang disalurkan berjumlah 42 ekor diantaranya 6 jantan indukan (binatang jantan untuk membiakan keturunan), 18 indukan betina, dan 18 bakalan jantan. Adapun pemilihan lokasi ternak dilakukan berdasarkan survey, dimana lokasi tersebut dinilai cocok untuk menernak

domba karena selain letaknya berada di lereng gunung yang akan memudahkan dalam mencari pakanan ternak, lokasi tersebut juga berada di dekat pasar Merak sehingga akan memudahkan dalam proses pemasarannya.

Peneliti melihat bahwa dalam pelaksanaannya humas PT Indonesia Power UP Suralaya telah melaksanakan program ini dengan perencanaan yang baik, akan tetapi dalam keberlangsungannya tetap saja ada hal-hal yang nyatanya luput dari perhatian pihak pelaksana, berdasarkan hasil wawancara dengan para penerima manfaat, peneliti menemukan bahwa dalam pelaksanaannya, pelatihan yang diberikan oleh pihak pelaksana sudah cukup baik dan bermanfaat untuk keberlangsungan kegiatan ternak tersebut, akan tetapi para penerima manfaat tersebut tidak diberikan pelatihan tentang bagaimana cara pengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak tersebut.

> "pelatihan yang diberikan oleh IP dulu tuh Cuma pengarahan gimana cara kita mengelola ternak, gimana cara kita memasarkan ternak, gimana cara kita mengurus biar si binatang ternak itu bagus gitu. Ya pokoknya gimana cara pelaksanaannya biar kita punya ternak berkualitas gitu, … yang dibutuhin sekarang sih sebenernya pelatihan cara mengembangbiakannya. Karna kan cuaca disini beda sama di garut. Di garut kan dingin disini mah panas, mungkin ada perbedaan juga dari cara pengembangbiakannya itu. karna disini itu yang paling sulitnya itu cara mengawinkannya, …kita udah beberapa kali tapi gak jadi-jadi. Mungkin ada teknik tersendiri untuk cara mengawinkan kambing di daerah sini, nah itu yang kita belum tahu."[65]

[65]Wawancara dengan pak Dede Rohiman pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB

Dari pemaparan tersebut peneliti menilai bahwa pemberian pelatihan yang kurang terseut akan sangat menghambat keberhasilan tujuan program *Fattening & Breeding* domba ini. Program *Fattening & Breeding* domba merupakan program penggemukan dan pembibitan domba, sehingga apabila para penerima manfaat tersebut tidak diberikan dan tidak mengetahui tentang bagaimana cara pengembangbiakan domba yang tepat dan sesuai dengan iklim lokasi ternak, maka secara otomatis proses pembibitannya pun terhambat dan tujuan program tidak tercapai dengan maksimal.

Informan pendukung juga menambahkan bahwa tidak ada peningkatan jumlah hewan ternak dikarenakan kurang baiknya kualitas pembibitan domba yang diberikan oleh pihak perusahaan, sehingga para penerima manfaat berinisiatif untuk menukarkan domba dengan yang kualitasnya lebih baik agar dapat meningkatkan harga jual domba tersebut, meskipun secara kuantitasnya cenderung menurun.

> …sebenernya gini mba, kambingnya ini sempat di tukarkan tahun lalu, karna kualitas pembibitannya jelek, kita tuker dengan yang harganya lebih mahal tapi pembibitannya lebih baik. Jadi sebenernya mah kalo hitungan uangnya mah tetep sama, hanya jumlah kambingnya berkurang, ...jadi istilahnya dulu mah 1 ekor kambing kejual dengan harga 1 jutaan, sekarang mah harganya bisa 2,5 juta, jadi kualitas kambingnya lebih bagus. Gitu mba.[66]

Berdasarkan hasil wawancara mendalam bersama pelaksana program dan para penerima manfaat *fattening & breeding* domba, peneliti menemukan bahwa selama perjalanannya memang program ini belum mencapai tujuan

[66]Wawancara dengan pak Dede Rohiman & Lukman Nurhakim pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35

program atau dapat dikatakan masih stagnan dikarenakan berbagai macam hambatan, akan tetapi meskipun demikian para penerima manfaat merasa bahwa program ini sangat memabantu mereka: "*alhamdulillah, ini membantu banget untuk masyarakat kecil seperti kita, walaupun kita ternaknya susah payah juga ya namanya dikasih tetep aja kerasa banget manfaatnya*".[67]

Para penerima manfaat dari program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" ini juga menilai bahwa program ini sangat bagus dan bermanfaat karena dapat mengurangi pengangguran meskipun penghasilan yang didapatkan tidak menentu.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" ini berjalan dengan cukup baik dan sesuai dengan rancangan yang telah disusun terlebih dahulu. Masyarakat yang menjadi binaan/ penerima manfaat dari program ini juga membuktikan bahwa mereka telah berupaya untuk dapat mengembangkan usahanya dengan berinisiatif menukar bibit domba yang kurang baik dengan yang lebih berkualitas. Itu berarti pola pikir para penerima manfaat untuk mengembangkan usahanya sudah meningkat.

[67]Wawancara dengan pak Dede Rohiman pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB

Akan tetapi ada beberapa kelemahan dan kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*", yaitu ketidaktelitian pelaksana program dalam membeli bibit domba sehingga kualitas pembibitannya pun tidak maksimal, ditambah lagi dengan kurangnya pelatihan mendalam terkait bagaimana cara pengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak yang mengakibatkan proses pembibitannya pun menjadi terhambat dan tujuan program tidak tercapai dengan maksimal.

Table 4.4

Perbandingan Pandangan Pelaksana Prorgam Dan Pandangan Penerima Manfaat Terhadap Pelaksanaan Program *Community Development* PT I ndonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

Pandangan Pelaksana Program	**Pandangan Penerima Manfaat**
(1)	**(2)**
a. Pelakasanaan program Fattening & Breeding domba ini cukup berhasil, jika dipersentasekan keberhasilannya mencapai 85%. b. Pelaksanaannya program belum maksimal, karena penerima manfaat dari program ini masih stagnan dan belum beranak	a. Program ini sangat membantu masyarakat kecil. b. pelatihan yang diberikan oleh IP lebih pada pengarahan tentang bagaimana cara mengelola ternak, bagaimana cara memasarkan ternak, bagaimana cara mengurus agar binatang ternak bagus.

(1)	(2)
kepada penerima manfaat lain. c. training yang dilakukan terkait dengan pembibitan dan penggemukan domba ini dengan tetap dipantau per periodik untuk menampung keluhan atau usul-usul dari pengembang tersebut. Kalau sekiranya ada hal-hal yang harus diperbaharui lagi misalnya tentang keilmuannya maka pihak pelaksana memberikannya jika tidak bisa, pelaksana mencoba menggaet konsultan untuk membantu para penerima manfaat itu dalam membibit dan menggemukan domba d. penerima manfaat sangat antusias dalam melaksanakan program ini karena mereka merasa dibantu. e. Pelaksanaan program ini menjadikan masyarakat merasa bahwa mereka adalah bagian dari	c. hewan yang diberikan oleh IP tetap ada, penerima manfaat hanya memakan hasilnya. Hasil perkembangbiakannya itu. d. Domba yang diberikan oleh IP kurang bagus pembibitannya sehingga ditukarkan dengan yang kualitasnya lebih bagus oleh penerima manfaat. yang dibutuhkan sekarang sebenernya pelatihan cara mengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak yang cenderung panas dan gersang. e. Belum ada peningkatan dari jumlah ternak secara kuantitas. f. Dalam pelaksanaannya tidak ada ketentuan hasil perminggu atau perbulan atau pertahun. Kalo dalam waktu sebulan dua bulan ga ada yang datang berarti tidak ada penghasilan.

(1)	(2)
IP, IP ini juga milik dia walaupun dia tidak bisa bekerja di IP selaku karyawan, tapi mereka menikmati program dari IP lewat program fattening & Breeding domba itu. Hambatan yang paling umum adalah ternaknya mati dan tingkat semangat manusia yang naik turun, kadang-kadang mereka merawat kambing itu baik tapi kadang juga sebaliknya.	g. Program ini sangat bagus karena mengurangi pengangguran. Secara keseluruhan program ini sangat membantu dan bermafaat, IP adalah perusahaan yang paling peduli.

4.2.3 Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" pada Proses Outcome Kegiatan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa outcome merupakan dampak yang diharapkan timbul pada target, dan merupakan tujuan utama dari keseluruhan program yang telah dilaksanakan yang juga mewakili tujuan dari perusahaan. Dampak tersebut dapat berupa perubahan sikap, perubahan pengetahuan, ataupun perubahan perilaku kearah yang diharapkan oleh perusahaan. Tahapan outcome dalam pengukuran komunikasi menurut Dody M. Godzali adalah dampak-dampak komunikasi, baik terhadap sikap maupun perilaku.[68]

[68]M. Gozali. 2005. Communication Measurement. Bandung. Simbiosa Rekatama Media. Hal:27

Mengukur ketercapaian tahap outcome dari sebuah program berarti mengevaluasi tercapai atau tidaknya tujuan besar dari program itu sendiri, dalam hal ini adalah program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" yang memiliki tujuan yang besar dan jangka panjang.

Untuk mengevaluasi tahap outcome ini, model audit komunikasi Lingking a Public Relations Planning model with an Evaluation Model menawarkan beberapa teknik yang dapat digunakan, salah satunya adalah In-depth Interview. Teknik tersebutlah yang dipilih oleh peneliti dengan tujuan untuk dapat mengerti alasan dibalik sikap, tingkah laku dan kepercayaan dari narasumber setelah dilaksanakannya program *fattening & breeding* domba, sekaligus untuk melihat pencapaian dari tujuan besar program tersebut.

Yang diukur dalam tahap ini adalah perubahan pengetahuan, sikap, tingkah laku dan kepercayaan dari penerima manfaat program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" kearah yang diharapkan oleh perusahaan.

Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" memiliki tujuan besar yang diharapkan dapat tercapai yaitu dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dalam hal ini peneliti melihat bahwa tujuan besar perusahaan poin pertama tersebut dikatakan cukup berhasil. Karena dengan adanya program

ini para penerima manfaat merasa sangat dibantu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan informan pendukung yang menyatakan bahwa program ini sangat membantu serta mengurangi pengangguran:

> "program ini sangat membantu banget untuk masyarakat kecil seperti kami, ini sangat membantu saya dan keluarga saya, …program ini sangat bagus, sangat bagus. Kalau bisa mah semua perusahaan bisa kaya IP, minimal untuk mengurangi pengangguran lah".[69]

Peneliti mengatakan tujuan besar poin pertama ini hanya "cukup berhasil", karena peneliti melihat dalam pelaksanaannya masih ada beberapa kendala yang belum terselesaikan dalam proses pembibitan dan mengembangbiakannya, mulai dari domba yang mati, hingga kurangnya pelatihan terkait bagaimana cara pengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak tersebut, sehingga mengakibatkan stagnannya jumlah ternak, dan secara otomatis menjadi penghambat terbesar dalam pencapaian tujuan dari program *fattening & breeding* domba ini. Hal tersebut didukung dengan pernyataan penerima manfaaat berikut:

> "sebenarnya mah kambing ini tidak bertambah tidak berkurang, kenapa begitu ?, …gini mba, kambingnya ini sempat di tukarkan tahun lalu, karna kualitas pembibitannya jelek, kita tuker dengan yang harganya lebih mahal tapi pembibitannya lebih baik. Jadi sebenernya mah kalo hitungan uangnya mah tetep sama, hanya jumlah kambingnya berkurang, gitu."[70]

---

[69] Wawancara dengan Dede Rohiman & Lukman Nurhakim pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB
[70] Wawancara dengan Dede Rohiman & Lukman Nurhakim pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB

Pernyataan informan pendukung tersebut juga menjawab pencapaian tujuan besar lainnya dalam program "*Fattening & Breeding Domba*" yaitu merubah pola pikir penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya, peneliti menilai bahwa ketika para penerima manfaat tersebut berinisiatif untuk menukar domba yang ada dengan domba yang kualitasnya baik meskipun secara kuantitasnya berkurang, itu berarti mereka sedang berupaya untuk mengembangkan usahanya. Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan informan pendung yang menyatakan bahwa domba yang diberikan oleh IP dibiarkan utuh sedangkan yang dimakan oleh mereka adalah hasilnya saja.

> "…kita kembangbiakan dan kemudian di perjualbelikan, tapi hewan yang diberikan oleh IP tetap ada, kita hanya memakan hasilnya. Hasil perkembangbiakannya itu".[71]

Dari pernyataan tersebut, peneliti menilai bahwa para penerima manfaat telah mengerti bahwa usaha ternak ini harus dijalankan dengan telaten dan penuh kesabaran agar apa yang diberikan oleh PT Indonesia Power UP Suralaya lewat program Community Development "*Fattening & Breeding domba"* ini tidak hanya berlangsung sementara, akan tetapi dapat berlangsung secara berkepanjangan.

Selain itu, PT Indonesia Power UP Suralaya mendapatkan outcome yang sesuai dengan tujuan besar dari *Community Relations* melalui program *Fattening & Breeding* Domba tersebut yaitu "*membangun reputasi baik dan menjaga hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat lingkungan*

[71] Wawancara dengan Dede Rohiman pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB

perusahaan", hal tersebut terbukti dari curahan hati penerima manfaat yang menyatakan bahwa program yang diselenggarakan Indonesia Power sangat bagus dan perlu dicontoh oleh perusahaan-perusahaan lain di daerah polomerak:

> "program ini sangat bagus, sangat bagus. Kalau bisa mah semua perusahaan bisa kaya IP, minimal untuk mengurangi pengangguran lah ya. Menurut saya perusahaan-perusahaan lain kalau bisa berkaca ke IP, IP itu perusahaan paling bagus perasaan kalau yang saya rasakan mah. Walaupun ada juga perusahaan besar yang sangat dekat dengan desa kami disini, tapi saya rasa kurang ada kepeduliannya kepada kami disini"[72]

Dari pernyataan informan pendukung tersebut peneliti bisa menilai bahwa PT Indonesia Power UP Suralaya telah berhasil membangun reputasi baik dimata *stakeholder*nya.

Tabel 4.5

Perbandingan *Outcome* Harapan PT Indonesia Power UP Suralaya dan *Outcome* pada penerima manfaat program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*"

***Outcome* Harapan PT Indonesia Power UP Suralaya**	***Outcome* penerima manfaat program "*Fattening & Breeding Domba*"**
(1)	**(2)**
a. dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mendiri	a. Menjadi paham tentang ilmu beternak b. Program ini sangat membantu memenuhi kebutuhan hidupnya

[72] Wawancara dengan Dede Rohiman pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 11.35 WIB

(1)	(2)
dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. b.Merubah pola fikir penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya	memenuhi kebutuhan hidupnya c. Menjadi mengerti cara usaha agar dapat berjalan jangka panjang d. Belum mengerti tentang cara mengawinkan hewan ternak yang sesuai dengan cuaca dan iklim di pulomerak. e. Merasa dipedulikan oleh PT Indonesia Power lewat program fattening & breeding domba f. Perlu fasilitas penggiling rumput untuk memanfaatkan sampah-sampah seperti kulit jagung agar dapat dijadikan pakanan ternak.

4.3 Pembahasan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian mengenai bagaimana hasil audit komunikasi program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dengan mengacu pada rumusan masalah.

Tanggung jawab social kepada masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan (CSR) sudah merupakan hal yang wajib dilaksanakan oleh setiap perusahaan baik itu perusahaan profit ataupun non-profit, terlebih ketika proses operasi dari perusahaan tersebut memberikan dampak negative kepada lingkungan masyarakat.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis energi yang memiliki risiko tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan social, Indonesia Power UBP Suralaya senantiasa mempersiapkan berbagai cara untuk menanggulangi dampak negatif dari proses produksinya tersebut dengan pengadaan alat-alat perlengkapan yang canggih. Selain itu, Indonesia Power UBP Suralaya juga berkomitmen untuk senantiasa mempertimbangkan, mencegah, mengurangi, dan mengelola dampak operasi dan bisnisnya melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan *(Corporate Social Responsibility/CSR/Community Development)*

Kegiatan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh PT Indonesia Power dimaksudkan sebagai perwujudan visi dan misi perusahaan khususnya bersahabat dengan lingkungan serta untuk meningkatkan efektivitas program pelibatan dan pengembangan komunitas untuk mendukung pencapaian kemandirian masyarakat yang berkelanjutan. Hal tersebut sebelumnya sudah diatur melalui Keputusan Direksi mengenai *Community Development* dalam Keputusan Direksi Nomor 08.K/010/2004.

Dalam pelaksanaannya PT Indonesia Power UP Suralaya telah melaksanakan berbagai kegiatan yang berpedoman pada ketiga bakti yang

tercantum dalam SK Direksi yaitu Bakti Pelayanan Masyarakat (*Community Assistance*), Bakti Pembinaan Hubungan (*Community Relation*), dan Bakti Pemberdayaan Masyarakat (*Community Empowerment*. Dan berdasarkan hasil *mapping* yang dilakukan oleh perusahaan, terdapat beberapa program unggulan yang salah satunya adalah *Fattening & Breeding* domba yang saat ini menjadi fokus penelitian ini.

Program Fattening & Breeding Domba dilaksanakan berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh pelaksana program yaitu pegawai humas PT Indonesia Power UP Suralaya. Program pembibitan dan penggemukan domba ini dinilai cocok dilaksanakan karena melihat daerah pulomerak yang terletak dilereng gunung serta permintaan hewan domba yang terus meningkat.

PT Indonesia Power UP Suralaya bertujuan untuk menjadikan program fattening & breeding domba ini sebagai sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, serta merubah pola pikir penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya terebut.

Dikatakan oleh Effendy dalam bukunya teori dan praktek bahwa pengertian komunikasi adalah "*Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media)*"[73]

[73] Onong Uchjana, Effendy. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT Remaja Rosda Karya. Hal: 9

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diartikan bahwa komunikasi dapat dikatakan berhasil, jika seseorang (komunikan) mampu mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain (komunikator) melalui pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi tersebut pastilah ada kemacetan-kemacetan atau hambatan-hambatan yang dapat membuat komunikasi tersebut tidak efektif. Untuk mengetahui kemacetan-kemacetan atau hambatan-hambatan tersebut, perlu dilakukan audit komunikasi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Andre Hardjana dalam bukunya Audit Komunikasi bahwa salah satu tujuan dari audit komunikasi adalah "*Menemukan lokasi dimana kelebihan muatan ataupun kekurangann muatan yang terjadi berkaitan dengan topic-topik, sumber-sumber, dan saluran-saluran komunikasi tertentu*"[74]

Untuk mengetahui hal tersebut peneliti terjun langsung dan mengamati bagaimana audit komunikasi program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" guna mengetahui bagaimana proses perencanaan program, pelaksanaan program, dan hasil akhir dari program tersebut.

Sesuai dengan model audit komunikasi Lingking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model dikatakan bahwa dalam melakukan audit komunikasi atau evaluasi kehumasan terdapat empat fase[75]. Fase pertama yaitu menentukan tujuan dari suatu kegiatan atau program, fase kedua yaitu

[74]Andre Hardjana. 2000. *Audit Komunikasi, Teori dan Praktek*. Jakarta. Grasindo. Hal: 16
[75] Jim R. Macnamara.2002. Hal:15

mulai menentukan target audiens, mulai membuat rangkaian acara, serta mulai membuat perencanaan keuangan. Selanjutnya di fase ketiga adalah pengaplikasian atau mulai melaksanakan program yang telah direncanakan tadi. Dan yang terakhir adalah fase keempat yaitu menganalisa hasil yang diperoleh dari implementasi program. Pada *fase kedua* yaitu mulai menentukan target audiens, mulai membuat *rundown* (susunan) acara, serta mulai membuat perencanaan keuangan, meghasilkan suatu bahan yang disebut *input*. Di *fase ketiga*, dimana program yang telah direncanakan sebelumnya sudah mulai dilaksanakan atau diimplementasikan, hasil yang didapatkan adalah *output*, atau sesuatu yang nyata misalnya audiens yang hadir. Dan yang terakhir *fase keempat* yaitu menganalisa hasil, akan menghasilkan apa yang disebut *outcome* yang merupakan suatu perubahan yang terjadi atau suatu *feedback* seperti perubahan pengetahuan.

4.3.1 Audit Komunikasi Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dalam Konsep POAC

Dalam model audit komunikasi Lingking a Public Relations Planning Model with an Evaluation Model terdapat empat tahap tahapan yang perlu dilakukan, dan sesuai dengan model audit komunikasi tersebut tersebut, maka peneliti akan menjabarkan sesuai dengan tahapan-tahapan yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu perencanaan sebagai tahapan input, pelaksanaan sebagai tahapan

output, dan hasil akhir sebagai tahapan outcome dalam konsep manajemen POAC.

4.3.1.1 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Input Kegiatan

Evaluasi sangat penting dilakukan pada suatu program atau kegiatan guna mengetahui tingkat keefektifitasan dari program tersebut, serta untuk mengetahui apakah program tersebut dapat dilanjutkan, dihentikan, atau dilanjutkan dengan strategi dan taktik yang baru sehingga bisa mendapatkan hasil terbaik dari program tersebut.

Menurut Yosal Iriantara dalam bukunya *Public Relations Writing* pengertian evaluasi adalah "Proses penilaian berdasarkan standar dan tujuan, standar disini adalah hasil yang diinginkan atau peristiwa yang diharapkan terjadi, yang digunakan untuk melihat tujuan dengan cara membandingkannya dengan hasil"[76]

Untuk keberhasilan suatu program diperlukan rencana yang terarah untuk dapat menentukan arah dan tujuan yang jelas, karena apabila tanpa rencana yang terarah maka tujuan bisa melenceng dan tidak sesuai harapan.

---

[76] Iriantara, Yosal dan Surachman A. Yani. 2006. Public Relations Writing. Bandung. Simbiosa Rekatama Media. Hal: 53

Dalam konsep POAC juga dijelaskan bahwa proses Planning dilakukan untuk menentukan strategi dan taktik yang tepat guna mewujudkan target dan tujuan organisasi. Adapun kegiatan dalam planning antara lain:[77]

a. Menetapkan sasaran
b. Merumuskan strategi untuk mencapai target sasaran
c. Menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan
d. Menetapkan standar atau indicator keberhasilan dalam pencapaian dan target sasaran

Dengan menggunakan keempat hal tersebut diatas, maka peneliti dapat mengetahui perencanaan program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" adalah sebagai berikut:

a. Menetapkan sasaran

Tahap ini humas PT Indonesia Power UP Suralaya menentukan apa yang menjadi *goal* dari program *fattening & breeding* domba ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan bahwa pelaksana program menetapkan sasaran dengan melakukan *fact finding* terlebih dahulu program ini tidak salah sasaran. Adapun yang ingin dicapai melalui program ini adalah:

- Program pemberdayaan *Fattening & Breeding* domba ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi

[77] George,R Terry. 2003. Prinsip-prinsip manajemen. Jakarta. Bumi Aksara

masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.

- Menjadi sarana dalam proses transformasi mustahik dalam suatu komunitas menjadi muzakki.
- Dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya

b. Merumuskan strategi untuk mencapai target sasaran

Pada tahap ini para pelaksana program merumuskan pendekatan yang digunakan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan tadi, pelaksana program membuat perencanaan strategis tentang "bagaimana menjalankannya".

Dalam penelitian ini, strategi yang dirumuskan oleh humas PT Indonesia Power UP Suralaya selaku pelaksana program adalah melakukan survey untuk memilih penerima manfaat serta lokasi ternak, lalu melakukan wawancara informal dengan lembaga pemerintahan setembat (kelurahan, RT/RW), selain itu pelaksana program menyusun rencana kerja, menentukan pelatihan-pelatihan yang akan diberikan kepada penerima manfaat seperti cara bagaimana membuat pakan alternatif, pengenalan obat ternak, perawatan tenak, dan lain sebagainya. Segala hal tersebut

didata untuk menjadi acuan dalam pelaksanaan kegiatan fattening & breeding domba

c. Menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan

Di tahap ini humas melakukan pendataan terkait siapa dan apa saja yang diperlukan untuk program *fattening & breeding* domba tersebut, mulai dari penunjukan H Hawasi sebagai pemegang tanggung jawab terbesar dalam pelaksana program, serta Afrizal Efendi yang bertanggung jawab untuk memonitoring dan membantu H Hawasi selama pelaksanaan *program fattening & breeding* domba ini. Pada tahap ini para pelaksana program juga membuat rancangan biaya yang diperlukan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan H. Hawasi, beliau mengatakan bahwasanya ia membuat proposal terkait program ini yang didalamnya terdapat uraian latar belakang program, tujuan program hingga biaya yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program *fattening & breeding domba* tersebut.

d. Menetapkan standar atau indicator keberhasilan dalam pencapaian dan target sasaran

Ini adalah tahap dimana pelaksana dari program *Fattening & Breeding* domba menetapkan apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan dalam program ini, dan berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan, pelaksana program mengatakan bahwa

program ini akan dikatakan berhasil apabila penerima manfaat dari program ini bertambah, dan masyarakat binaan tersebut berhasil diberdayakan menjadi masyarakat yang berdaya dan mandiri.

Berdasarkan keempat kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak humas PT Indonesia Power UP Suralaya selaku pelaksana program, peneliti melihat bahwasanya perencanaan yang dilakukan oleh pihak humas PT Indonesia Power dalam merancang program *Fattening & Breeding* Domba dapat dikatakan sudah sesuai dengan konsep POAC pada tahap *Planning*.

4.3.1.2 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Output Kegiatan

Sebaik-baiknya perencanaan, tidak akan menuai hasil yang maksimal bila tanpa diimbangi dengan pelaksanaan kerja yang baik. Sehingga sangat diperlukan sumber daya manusia yang mampu bekerja secara optimal untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah direncanakann sebelumnya. Semua kegiatan dalam pelaksanaan harus sesuai dengan dengan rencana kerja yang telah dirancang sebelumnya, dan semua pelaksana harus bekerja sesuai dengan tugas, fungsi dan kompetensinya guna pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Adapun pelaksanaan dalam penelitian meliputi:

- melakukan survey lapangan untuk pemilihan lokasi dan penerima manfaat.
- Melakukan kerjasama dengan kelurahan dan RT/RW untuk memilih calon penerima manfaat
- Melakukan pelatihan untuk menentukan penerima manfaat
- Penyerahan binatang ternak domba
- Memberikan pelatihan dan pendampingan per-periodik tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, tentang perawatan ternak, dalam melakukan pembibitan dan penggemukan domba.

Dalam pelaksanaannya, pelaksana program telah melakukan semua hal yang ada dalam rancangan kegiatan yang telah disusun sebelumnya pada tahap perencanaan program, melihat hal tersebut peneliti memahami bahwa dalam pelaksanaan program *fattening & breeding* domba, humas PT Indonesia Power UP Suralaya telah melaksanakan kegiatan dalam tahap *actuating* yaitu "memberikan tugas dan penjelasan rutin mengenai pekerjaan dan menjelaskan kebijakan yang telah ditetapkan"[78]

Hanya saja dalam perealisasiannya, peneliti menemukan bahwa ada sedikit kekurangan pada kegiatan pelatihan dan pendampingan. Dimana dalam rancangan kegiatan yang dibuat sebelumnya ada pelatihan tentang reproduksi dan perkawinan, akan

[78]George,R Terry. 2003. Prinsip-prinsip manajemen. Jakarta. Bumi Aksara

tetapi dalam pelaksanaannya peneliti menemukan bahwa pelaksana program belum memberikan pelatihan tersebut secara lebih mendalam, akibatnya para penerima manfaat mengaku sangat kesulitan dalam mengembangbiakan ternak domba, karena mereka belum mengetahui bagaimana cara mengawinkan domba yang sesuai dengan iklim di lokasi ternak tersebut. Hal tersebutlah yang menjadi factor terbesar penyebab stagnannya jumlah ternak dalam program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya *"fattening & breeding domba"* sehingga apabila kekurangan dalam pemberian pelatihan tersebut tidak segera dilakukan maka proses pembibitannya pun terhambat dan tujuan program tidak tercapai dengan maksimal.

4.3.1.3 Evaluasi Ketercapaian Program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" Pada Proses Outcome Kegiatan

Outcome merupakan dampak yang diharapkan timbul pada target yang merupakan tujuan utama dari keseluruhan program yang telah dilaksanakan yang juga mewakili tujuan dari perusahaan. Dampak tersebut dapat berupa perubahan sikap, perubahan pengetahuan, ataupun perubahan perilaku kearah yang diharapkan oleh perusahaan.

[79] Widjayanto. Kenmada. 2013. Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi. Banndung. Ultimus. Hal: 3

Dalam konsep POAC menurut Liebler dalam Soedarsono, mengukur pencapaian tujuan dari tujuan masuk kedalam tahap *controlling* atau pengendalian[80]. *Controlling* adalah proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan diaktualisasikan dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun terjadi berbagai perubahan dalam keadaan nyata yang dihadapi[80].

Dalam penelitian ini tujuan besar dari program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya *"Fattening & Breeding Domba"* adalah:

a. Dapat menjadi sarana dalam proses transformasi bagi masyarakat yang kurang mampu menjadi masyarakat yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.

b. Menjadi sarana dalam proses transformasi mustahik dalam suatu komunitas menjadi muzakki.

c. Merubah pola pikir penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya

Pada dasarnya, tujuan besar dari program *fattening & breeding* domba ini sudah tercapai meskipun belum sepenuhnya, karena peneliti melihat dalam pelaksanaan poin pertama dan kedua tujuan besar program, masih banyak kendala yang belum terselesaikan dalam proses pembibitan dan mengembangbiakannya mulai dari domba yang mati, hingga kurangnya pelatihan terkait bagaimana cara

[80] George,R Terry. 2003. Prinsip-prinsip manajemen. Jakarta. Bumi Aksara

pengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak yang secara otomatis menghambat pencapaian tujuan program. Kurang maksimalnya pencapaian tujuan program juga disebabkan karena ketidaktelitian pelaksana dalam memilih dan membeli bibit domba, sehingga penerima manfaat kesulitan dalam melakukan pembibitan dan penggemukan domba tersebut. Akan tetapi tujuan lainnya sudah tercapai Karena para penerima manfaat tersebut telah berinisiatif untuk mengembangkan usahanya dengan menukar domba-domba yang kualitasnya buruk tersebut dengan domba yang berkualitas baik. Dari pernyataan informan pendukung yang diungkapkan pada saat wawancara mendalam, peneliti bisa menilai bahwa PT Indonesia Power UP Suralaya juga telah berhasil membangun reputasi yang baik dimata *stakeholder*nya karena para penerima manfaat tersebut menganggap PT Indonesia Power UP Suralaya telah sangat membantu menambah penghasilan mereka dan mengurangi pengangguran. Testimoni yang diberikan oleh penerima manfaat tersebut juga secara otomatis membangun reputasi baik PT Indonesia Power UP Suralaya dimata mitra kerjanya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan pada PT Indonesia Power UP Suralaya mengenai program *Community Development "Fattening & Breeding Domba"* maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tahapan input program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" secara garis besar sudah tercapai, karena hampir semua persepsi para pelaksana mengenai latar belakang program, tujuan program dan rancangan kegiatan program memiliki acuan yang sama, serta sesuai dengan rancangan yang ditatapkan pada data dokumentasi program "*Fattening & Breeding Domba*". Hanya saja pada poin terakhir tujuan dalam data dokumentasi rancangan awal program *community development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" dijelaskan bahwa "dengan bentuan pelatihan dan pembinaan berkala, diharapkan dapat memberikan masukan dan pembelajaran bagi para penerima manfaat sehingga akan merubah pola pikir para penerima manfaat untuk dapat lebih mengembangkan usahanya" tetapi pandangan pelaksana tidak mengarah kepada tujuan tersebut, pelaksana memandang bahwa program *community development* ini bertujuan untuk "menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan, sehingga diharapkan

mampu menjadi penyeimbang hubungan diantara perusahaan dan masyarakat sekitarnya serta menjalin hubungan saling menguntungkan dengan masyarakat".

Akan tetapi, secara keseluruhan perencanaan yang dilakukan oleh pihak humas PT Indonesia Power dalam merancang program *Fattening & Breeding* Domba juga dapat dikatakan sudah sesuai dengan konsep POAC pada tahap *Planning*.

2. Tahapan output program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" menunjukan bahwa pelaksanaan program ini belum sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya (input), karena para penerima manfaat tidak diberikan pelatihan secara mendalam tentang bagaimana cara mengembangbiakan hewan domba yang sesuai dengan iklim dan cuaca di lokasi ternak. *Fattening & Breeding* dapat diartikan sebagai program penggemukan dan pembibitan domba, sehingga apabila para penerima manfaat tidak diberikan pelatihan secara mendalam tentang bagaimana cara pengembangbiakan domba yang tepat dan sesuai dengan iklim lokasi ternak tersebut, maka secara otomatis proses pembibitannya pun terhambat dan tujuan program tidak tercapai dengan maksimal. Dalam pelaksanaannya, program penggemukan dan pembibitan domba juga terhambat dikarenakan kurang baiknya kualitas domba yang diberikan oleh PT Indonesia Power UP Suralaya kepada

penerima manfaat program, yang diakibatkan karena ketidaktelitian pelaksana dalam memilih dan membeli bibit domba.

3. Tahapan outcome program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya "*Fattening & Breeding Domba*" menunjukan bahwa, pada dasarnya tujuan besar dari program *fattening & breeding* domba ini sudah tercapai meskipun belum maksimal. Hal tersebut terjadi karena dalam pelaksanaannya masih ada kendala yang belum terselesaikan, mulai dari ketidaktelitian pelaksana dalam memilih dan membeli bibit domba, adanya domba yang mati, hingga kurang maksimalnya pelatihan terkait cara pengembangbiakan yang sesuai dengan cuaca atau iklim di lokasi ternak tersebut. Akan tetapi, tujuan lainnya sudah tercapai sepenuhnya, yaitu pengetahuan masyarakat bertambah, dan pola pikir penerima manfaat pun berubah, sekarang mereka lebih berusaha untuk mengembangkan usahanya dalam beternak. Bahkan dari pernyataan informan pendukung, peneliti bisa menilai bahwa PT Indonesia Power UP Suralaya telah berhasil membangun resputasi baik dimata *stakeholder*nya.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan identifikasi masalah, selanjutnya peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi PT Indonesia Power UP Suralaya dalam meningkatkan program *Community Development* PT Indonesia Power UP Suralaya berikutnya, antara lain:

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian mengenai audit komunikasi terhadap suatu kegiatan atau program menjadi hal yang sangat penting guna memberikan bahan penilaian tentang berhasil atau tidaknya suatu kegiatan atau program, serta dijadikan acuan untuk memperbaiki dan memaksimalkan kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian mengenai audit komunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Perusahaan berskala besar seperti PT Indonesia Power UP Suralaya harus melakukan audit komunikasi yang mengacu pada teori audit komunikasi yang ada, hal ini penting guna mencapai efektivitas perusahaan. Setiap program yang dijalankan oleh perusahaan perlu diperiksa apakah system yang dilaksanakannya sudah benar atau malah sebaliknya, hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir atau bahkan meniadakan gangguan dan hambatan serta memaksimalkan peluang-peluang atau kekuatan-kekuatan yang ada demi keefektivitasan perusahaan.
2. PT Indonesia Power harus tetap memonitoring agar dapat mengetahui secara langsung apa yang menjadi penghambat dari pencapaian tujuan programnya, sehingga dapat dicari jalan keluar untuk memaksimalkan ketercapaian dan keberhasilan program.

3. PT Indonesia Power perlu mengadakan pelatihan kembali secara demonstratif terkait cara pengembangbiakan domba yang sesuai dengan iklim di lokasi ternak, agar jumlah binatang dapat bertambah dan program *Fattening & Breeding* domba tersebut dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurachman. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti

Anggoro, 2000. *Teori & Profesi Kehumasan, serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. Bumi Aksara.

Ardianto, Elvinaro 2010. *Metode penelitian Untuk Publik Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Ardianto, Elvinaro Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* Bandung. Simbiosa Rekatama Media

Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta. Rajagrafindo Persada

Budimanta, A., Prasetijo, A. & Rudito, B. 2007. *Corporate Social Responsibility:Jawaban bagi model pembangunan Indonesia Masa kini (Edisi Kedua)*. Jakarta. ICSD

Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya. Cet.10

Gozali, Dodi M. 2005. Communication Measurement (Konsep & Aplikasi Kinerja PR). Bandung. Simbiosa Rekatama Media

Hardjana,Andre. 2000. *Audit Komunikasi*. Jakarta. PT Grasindo

Iriantara, Yosal. 2004. *Community Relations*. Bandung. Simbiosa Rekatama Media

James A.F Stoner. 2006. *Manajemen Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta. Salemba Empat

Jim R. Macnamara. 2002. *PR Metrics-Research for Planning & Evaluation of PR & Corporate Communications*.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta. Kencana Prenada Media

Lexy J. Moleong. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rachmadi, F. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Umum

Ritonga, Jamiludin. 2004. *Riset Kehumasan*, Jakarta. PT. Grasindo Anggota Ikapi

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi.* Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada

Satori Djam'an., Komariah Aan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono . 2008. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono.2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Terry, George.R. 2003. Prinsip-prinsip manajemen. Jakarta. Bumi Aksara

Widjayanto, Kenmada. 2013. *Perencanaan Komunikasi*. Bandung. CV Ultimus

Sumber Lain :

http://bumn.go.id/halaman/situs, diakses pada tanggal 27 Februari 2016 pukul 23.50 WIB

Skripsi M. Fikri AR 2009. Audit Kehumasan Program Quality Assurance (Studi evaluasi pada fakultas ilmu social dan humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) *(http://digilib.uin-suka.ac.id/3714/)* diakses tanggal 18 Februari 2016

Skripsi Ani Setiawati 2009, Evaluasi Program Quick Wins di Tingkat Internal Humas Kepolisian daerah Banten. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas FISIP Universitas Sulatan Ageng Tirtyasa *(http://repository.fisip-untirta.ac.id/119/)* diakses tanggal 20 Februari 2016

LAMPIRAN

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi: 1. Ilmu Administrasi Negara
2. Ilmu Komunikasi
3. Ilmu Pemerintahan
Jalan Raya Jakarta KM.4 Phone (0254) 280330 Ext. 228, Fax. 0254-281245 Pakupatan Serang Banten
url: http://www.fisip-untirta.ac.id, Email: kontak@fisip-untirta.ac.id

Nomor : 120 /UN.43.6.2/PG/2016 — 18 Mei 2016
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Mencari Data

Kepada Yth.
Humas PT. Indonesia Power UP Suralaya
di
Tempat

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan riset mahasiswa kami di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini memberikan tugas kepada mahasiswa berikut ini untuk mencari data yang dibutuhkan,

Nama : Fitri Nuraini
NIM : 6662122581

Semester : 8
Mata Kuliah : Skripsi
Judul : Audit Komunikasi Program Community Development PT. Indonesia Power UP Suralaya
Data diperlukan : Terkait pelaksanaan Program Community Development Fattening & Breeding Domba

Untuk itu kami berharap dan memohon kepada Bapak/ Ibu untuk dapat **memberikan izin guna mencari data** yang dibutuhkan mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

INDONESIA POWER
UNIT PEMBANGKITAN SURALAYA

Komplek PLTU Suralaya, Kotak Pos 15 Merak 42439, Serang – Banten
Telepon : (0254) 571230, 571240, 571243, Facsimile : (0254) 571235
Email : Suralaya@Indonesiapower.co.id

FACSIMILE

Nomor : 291.Fac/324/UPSLA/2016 Suralaya, Juni 2016
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Penelitian Tugas Akhir

KEPADA
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
Jl. Raya Jakarta Km. 4
Di
SERANG
Telp / Fax : (0254) 280330 – (0254) 281245

Up. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menjawab Surat Permohonan No. 120/UN.43.6.2/PG/2016. Tanggal 18 Mei 2016 Perihal Permohonan Pengambilan Data dan Penelitian, dengan ini disampaikan bahwa :

a. Permohonan tersebut dapat diterima dan dilaksanakan mulai tanggal 13 Juni 2016 s/d 24 Juni 2016 dengan peserta sebagai berikut :

No	NAMA	NIM	JURUSAN
1.	FITRI NURAINI	6662122581	ILMU KOMUNIKASI

b. Calon peserta TA agar hadir di PT.Indonesia Power Unit Pembangkitan Suralaya dengan membawa pas poto 2 lembar ukuran 2x3.
c. Calon peserta TA diwajibkan memakai Safety shoes selama mengikuti kegiatan TA di perusahaan.
d. Calon Peserta TA tidak merokok, sesuai Kepdir PLN no.514.K/DIR/2010
e. Selama melaksanakan TA di PT.Indonesia Power Unit Pembangkitan suralaya, calon peserta tidak mendapat fasilitas apapun dan akan mentaati tata tertib yang berlaku.
f. Calon peserta TA tidak diperkenankan memakai Jeans dan celana ketat, setiap Jumat harus mengikuti senam pagi serta memakai seragam training lengkap.
g. Calon peserta TA diharuskan hadir opening sesuai dengan tanggal pemanggilan TA.
h. Calon peserta TA diharuskan mengikuti closing sesuai dengan ketentuan management UP Suralaya.

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

MANAGER SDM & HUMAS

UNIT PEMBANGKITAN INDONESIA POWER SURALAYA

HAMIDAN, S.Sos.MBA

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Bpk H. Hawasi

Jabatan :

Jenis Kelamin : Laki - laki

No. Telp :

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

.....2016

Tanda Tangan Informan

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Hamim, SE

Jabatan : SPS KAS (Kam & Mas)

Jenis Kelamin : Laki-laki

No. Telp : 081311340404

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

Suralaya, 16 Juni 2016

Tanda Tangan Informan

Hamim

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Afrizal Efendi

Jabatan : SP Humas & Komunitas

Jenis Kelamin : Laki - laki

No. Telp : 081316990209

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

Surabaya, 16 Juni 2016

Tanda Tangan Informan

Afrizal Efendi

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : lukman nurhakim

Jabatan : Peternak Sapi

Jenis Kelamin : lelaki

No. Telp :

Warga : Desa Sukajadi

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

Suralaya, 27 Juni 2016

Tanda Tangan Informan

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Dede Rohiman

Jabatan : Ketu ternak di Sumur jaya

Jenis Kelamin : lelaki

No. Telp : 087882886206

Warga : Bumi waras

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

Merak, 27 Juni 2016

Tanda Tangan Informan

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI INFORMAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Joja.

Jabatan : Peternak.

Jenis Kelamin : laki

No. Telp :

Warga : langonsari

Bersedia menjadi informan dan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan peneliti. Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Dan hasil wawancara tidak akan dipergunakan untuk kepentingan lain oleh peneliti selain untuk penelitian tersebut.

Merak, 27 Juni 2016

Tanda Tangan Informan

PEDOMAN WAWANCARA

TAHAP INPUT

1. Profil PT. Indonesia Power UP Suralaya
   - Visi & Misi Perusahaan
   - Sejarah Perusahaan
   - Susunan Divisi dalam Perusahaan
2. Community Development PT. Indonesia Power UP Suralaya
   - Latar belakang Community Development
   - Tujuan Community Development
   - Kriteria Community Development yang telah dilakukan dan ditetapkan oleh PT. Indonesia Power UP Suralaya
3. Program Fattening & Breeding Domba
   - Latar belakang dibentuknya program Fattening & Breeding Domba
   - Tujuan dari program Fattening & Breeding Domba
4. Rancangan dalam program Fattening & Breeding Domba
   - Rancangan kegiatan
   - Rancangan biaya
   - Rancangan publikasi

TAHAP OUTPUT
(Perusahaan)

1. Pelaksanaan Community Development PT. Indonesia Power UP Suralaya
   - Implementasi program Community Development
2. Pelaksanaan program Fattening & Breeding domba
   - Publikasi pelaksanaan program fattening & breeding domba
   - Jalannya pelaksanaan program tersebut di lapangan
   - Survey pelaksanaan

TAHAP OUTPUT

(Penerima manfaat dari program Fattening & Breeding domba)

1. Pelaksanaan program Fattening & Breeding Domba
   - Materi yang didapat oleh penerima manfaat
   - Sistem pelaksanaan
   - Fasilitas / keuntungan yang didapat oleh penerima manfaat
2. Reception/penerimaan
   - Tujuan peserta tercapai/ ketercapaian tujuan peserta

TAHAP OUTCOME

(Perusahaan)

1. Pandangan perusahaan mengenai pelaksanaan program Fattening & Breeding Domba
   - Keberhasilan kegiatan program Fattening & Breeding domba
   - Pengaruh program Fattening & Breeding Domba terhadap perusahaan
   - Pengaruh program Fattening & Breeding Domba terhadap masyarakat penerima manfaat

TAHAP OUTCOME

(Penerima manfaat dari program Fattening & Breeding domba)

1. Knowledge (Pengetahuan), Information Increased (Peningkatan Informasi)
2. Behaviour (Tingkah laku), Attitude Changed (Perubahan sikap)

Wawancara dengan H. Hawasi, selaku informan ke-1 pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 13.08 WIB

Lokasi : Di rumah H. Hawasi

T : seperti apa latar belakang dari comdev pak ?

J : jadi comdev itu pengembangan masyarakat jadi bagaimana masyarakat itu yang tadinya tidak mandiri jadi mandiri, dengan cara terobosan-terobosan melalui pemberdayaan masyarakat sebagai contohnya ya itu fattening & breeding domba yang dilakukan di pulo merak. Dan masih banyak lagi hal lain, seperti pemberdayaan pada pedagang, kemudian ada bengkel-bengkel motor, dan itu alhamdulillah sampe sekarang masih ada di sebelah alfa, nah itu binaan IP juga. Jadi intinya comdev itu bertujuan untuk memandirikan masyarakat di sekitar lingkungan UP Suralaya.

T : latar belakang terbentuknya program ini seperti apa pak ? kenapa perusahaan merasa bahwa program ini perlu ada?

J : jadi kan sebelum kegiatan kita jalankan kita kan survey dulu ke lapangan, mencari informasi, mencari tahu apasih yang dibutuhkan masyarakat ya dan kita kerjasama dengan pihak-pihak kelurahan atau desa yang ternyata memang ada saran-saran dari kelurahan atau desa yaitu bahwa disini perlu diadakan fattening & breeding domba tersebut, pertama dari segi pakannya itu juga banyak ya karna di pasar itu kan banyak sampah-sampah yang bisa dimakan oleh ternak seperti kulit jagung, kulit pisang, selain itu disana itu kan tempatnya di lereng gunung jadi disana banyak rumput

sehingga menunjang dan memungkinkan bisa diadakannya fattening & breeding domba tersebut.ya bgitulah kira-kira alasannya diadakan fattening & breeding domba.

T : fattening & breeding domba ini sejak kapan pak ditetapkan sebagai program ungggulan ?

J : ya kalau tidak salah sudah 2 tahun yang lalu.

T : filosofinya apa pak sampe kemudian program ini dijadikan program unggulan ?

J : iya karna gini, selain itu juga karna ada instruksi dari pusat, bahwa dari sekian kegiatan itu harus dipilih mana yang program unggulanya itu kita pilihlah berdasarkan hasil survey lapangan tadi disamping ada hasil mapping kegiatan comdev ip yang dilakukan selama ini..

T : kalau boleh tau seperti apa pak rancangan kegiatan yang dibuat atau direncakan oleh humas itu sendiri pada perencanaan program fattening & breeding ini?

J : pertama kita laksanakan koordinasi dulu, termasuk juga surve lapangan dengan bekerjasama dengan pihak terkait lah ya, setelah itu baru kita bikin proposal terkait lokasinya dimana jumlah anggotanya berapa kemudian pendampingnya siapa, semuanya itu kita tuangkan dalam proposal, baru kita ajukan ke pimpinan lalu disetujui baru kita laksanakan. Jadi kan kita ngobrol dulu tuh sama pihak-pihak kelurahan , kita dapat tuh apa yang

mereka butuhkan, kita minta mereka untuk buat proposal lalu diajukan ke kita nah setelah itu kita melakukan survey lapangan lalu kemudian kita buatkan mereka proposal untuk diajukan ke pusat, begitu..

T : berapa banyak pak biayanya untuk program ini? Darimana sumber anggaran dana untuk program ini pak ?

J : untuk biaya bisa dilihat didata perusahaan. Kalau sumber dana ya semua dari pusat, ada dana khusus untuk comdev. Kita setiap tahun bikin proposal lalu di ajukan ke pusat, di pusat dievaluasi kemudian turunlah dana ke unit itu untuk kita melaksanakan program comdev. Biasanya kita tuh bikin anggaran pada bulan september-an kemudian pada bulan januari turun. Belum tentu kita mengajukan sekian diberikan sekian gitu..

T : kalo untuk program ini sendiri dananya cukup, kurang, atau lebih pak ?

J : saya kira cukup lah, sesusai dengan yang kita harapkan lah.

T : kalo untuk pemilihan penerima manfaatnya gimana tuh pak ? kan Cuma ada 6 orang dari beberapa desa, gimana tuh pak milihnya ?

J : betul, jadi begini, peminatnya banyak pasti banyak, nah dari pelatihan itu kita bisa lihat mana yang benar-benar mau mana yang tidak, itu kelihatan. Jadi disaring dalam pelatihan itu. Mana yang Cuma mengharapkan bantuannya saja mana yang bener-bener mau usaha nah itu disaring baru kemudian kita dapatlah orang-orang itu yang diangggap mau berusaha.

T : lalu setelah para penerima manfaatnya sudah terpilih rancangan kegiatan selanjutnya apa pak ?

J : selanjutnya itu kita memberikan dombanya itu ke mereka untuk kemudian dirawat sebaik-baiknya, sambil terus kita dampingi dan kasih pelatihan-pelatihan tentang cara pembibitan dan penggemukan domba itu, tentang bagaimana cara pengendalian penyakit dan sanitasi kandang, tentang bagaimana cara pembuatan pakan alternatif untuk ternak, tentang perawatan ternak lah pokoknya bisa diliat pelatihan apasajanya di laporan semester.

T : oh gitu, trus dari pihak humas masih suka monitoring gak pak ke lokasi ?

J : saya kira masih, kemarin juga a ipul dan pak afrizal juga kesana, masih masih. Karna setiap saat sering ada pemeriksaan-pemeriksaan yang berkaitan dengan anggaran itu, jadi ada dari apa ya namanya pemeriksaan keuangan, mereka tuh melihat ke lapangan, mereka ingin tahu mana sih gitu buktinya program ip nih, ya kita tunjukan.

T : menurut bapak program ini berhasil ga sih pak ?

J : menurut saya sih cukup berhasil ya.

T :kalo di persentasekan kira-kira berapa persen tuh pak tingkat keberhasilannya ?

J : berapa persen ya, karna gini ya untuk sekarang ini kan sayanya udah pensiun, pada saat saya masih dines, itu masih 75%-85% lah karena memang mereka juga masih dibina terus, seharusnya sih ini sudah 100%.

T : nah menurut bapak apasih yang membuat program ini tidak mencapai keberhasilan 100% itu ?

J : memang kan sebenernya tujuan kita ini kan untuk memperdayakan masyarakat ya, tapi kadang-kadang masyarakat juga tidak semuanya mengerti, masalah anggaran lah contohnya, jadi mereka itu kadang-kadang menganggap bantuan itu ya seperti itu sajalah, padahal kita kan menginginkan supaya itu tuh berlanjut, jadi bukan Cuma sekali kasih lalu habis. Kadang-kadang itu tadi, mereka menganggap wah ini mah uang perusahaan lah, tapi ada juga sebagian yang mengerti. Tapi yang saya temui dilapangan tuh ya itu, kebanyakan dari mereka tuh pengennya punya suatu kegiatan tapi yang cepet menghasilkan gitu.

Wawancara dengan Hamim, SE., selaku Informan ke-2 pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 10.11 WIB

Lokasi: Di ruang kerja Humas PT. Indonesia Power UP Suralaya

T : seperti apa sih pak latar belakang dari comdev ?

J : Jadi latar belakang dari comdev itu itu sebetulnya kan mengacu kepada CSR secara keseluruhan ya bahwa perusahaan baik profit ataupun non-profit keetika itu berdampak pada lingkungan masyarakat , maka masyarakat itulah yang harus kita bangun, ya sebagai konsekuensi daripada proses produksi itu sendiri.

T : apakah ada kriteria-kriteria khusus yang di tetapkan dalam pelaksanaan program comdev ? Kriteria dari pelaksanaan progrem itu bagaimana pak ?

J : jadi comdev, atau CSR kita mengacu kepada IP Care , care yang pertama itu Community assintancy, lalu community relation, dan terakhir community empowerment, nah ketiga bhakti inilah yang menjadi domain dr program comdev itu sendiri, jadi bagaimana bhakti pelayanan kepada masyarakat, kemudian bakti hubungan masyarakat dengan stakeholders lainnya serta bhakti pengembangan kepada masyarakat itu sendiri, nah itu kriterianya tiga itu. Nah sehingga dari ketiga itu masing-masing segmennya yang berbeda kan gitu, pola hubungan yang seperti apa, dan kegiatannya bagaimana,di comrel jg sama, kemudian di pengembangan masyarakat inilah yang menjadi fokus kita dimana program pada IP care

community empowerment lebih banyak diibandingkan dengan IP Care lainnya.

T : dari ketiga bhakti tersebut program apa saja yang telah sukses dan berhasil dilaksanakan?

J : Kalau untuk yang dibilang sukses dan berhasil kita bisa lihat di laporan akhir, disitu ada monitoring dan evalusai, khusus untuk community asistensi (pelayanan), itu tetap berjalan, contohnya misalkan bagaimana kita melayani masyarakat dengan cara dengan cara mengadakan bhakti kesehatan, dan sampai sekarang itu masih berjalan, dan itu dirasakan masnfaatnya oleh masyarakat, kemudian juga bagaima pola hubungan ya, hubungan ini kan tentu jg dilihat dari indeks kriminalnya ada ngga? Kan gitu, nah sementara sampai saat ini, indeks kriminal yang dikeluarkan oleh polsek setempat itukan nihil, nah itu kan juga menjadi parameter keberhasilan daripada program comdev itu sendiri, bagaimana membangun hub yg baik dengan stakeholders

T : pak katanya program comdev fattening & breeding domba pernah menjadi program unggulan ya pak ?

J : iya, ya ya

T : program unggulan pada tahun berapa tuh pak ?

J : kalau tidak salah program itu dimulai pada tahun 2014 dan sampai sekarang program itu sampai pada tahap penguatan, penguatan itu belum

kepada kemandirian yah, karena dengan fenomena yang ada dengan kultur masyarakat yang ada, kita juga cukup sedikit kesulitan untuk monitoring dan evaluasinya.

T : bisa diceritain gak pak seperti apa latar belakang program fattening & breeding domba itu, kenapa harus domba kenapa nggak sapi gitu pak ?

J : iya iya, jadi awalnya itu emang ada hasil daripada hmmmm sosmap ya sosial mapping yang dilaksanakan pada tahun-tahun sebelumnya yang dilakukan oleh badan independen inscor yang di hayer oleh kantor pusat. Nah salah satu program unggulan yang mencuat disana itu sangat dimungkinkan dengan letak geografis didaerah sana itu dimungkinkan untuk pembibitan dan penggemukan domba gitu, kenapa domba, itu karena kebutuhan domba setiap tahun diwilayah pulo merak itu cukup menjanjikan terutama untuk pada saat even idul adha, nah maka kita rancanglah program fattening & breeding domba ini.

T : jadi itu dombanya dikembangbiakan, dibesarkan lalu dijual atau gimana pak ?

J : jadi kita membeli anakan ya, tentu juga kita sudah memilih orang-orangnya, jadi siapa pelaku daripada yang akan merawat semua domba ini, nah sehingga tidak serta merta langsung diberikan, jadi ada pelatihan yang dilakukan dulu. ya ujung-ujungnya ya kita memang ingin masyarakat itu lebih berdaya dengan adanya program ini. Gituu.

T : trus apa yang membuat bapak terutama dari pihak humas perusahaan merasa bahwa program ini perlu diberikan untuk masyarakat ?

J : heeh iya, lagi-lagi ya bahwa dengan tujuan yang mulia daripada comdev kita ini, ini menjadi konsen kita untuk lebih memberdayakan masyarakat sekitarnya, dan ini sudah merupakan apa ya.. bukan kewajiban tapi kebutuhan kita lah untuk saling berbagi kepada masyarakat sekitarnya, dengan keberadaan Indonesia power suralaya ini bukan hanya sebatas berdiri megahnya pembangkitan listrik tapi juga masyarakat sekitarnya itu lebih berdaya, baik itu dengan banyaknya yang bekerja disini, baik sebagai pekerja organik sebagainya, tapi kita juga kan tahu bahwa tidak semua orang bisa terserap disini gitu, kemudian juga apa yang tidak menjadi konsen di pemerintahan terkait dengan masalah sosial ini apa yang bisa kita ambil ya kita ambil, nah salah satunya dengan program ini. Selain itu kita berharap dengan adanya program comdev ini, masyarakat bisa menjadi pagar sosial yang sangat efektif untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

T : pak bisa diceritain ga gimana filosofinya program fattening & breeding domba ini bisa menjadi program unggulan ?

J : kalo filosofi terkait dengan program unggulan kita kan juga mapping ya, jadi terutama punya ciri dia itu sustainabllity, kemudian juga bisa membedakan before afternya yaa.. jadi dulu misalkan orang ini tidak mempunyai apa-apa, nah ketika dia masuk atau ikut mejadi penerima

manfaat dari program fattening & breeding domba ini dia lebih berdaya nah contoh sederhananya seperti itu, kalau didalam zakat itu, bagaimana tahun ini dia menjadi mustakhik (penerima zakat), tapi tahun depan dia bisa memberi zakat nah itu kira-kira filosofi sederhananya seperti itu, jadi bagaimana memberdayakan masyarakat menjadi lebih mandiri, mandiri dalam ekonomi, mandiri dalam berkeluarga dan bermasyarakat.

T : pada tahun itu program apa saja pak yang menjadi saingan program fattening & breeding domba ini ?

J : pada tahun yang sama memang itukan ada program uggulan lainnya, yaitu usaha batako atau komblock yang menjadi unggulan pada saat itu, kemudian ada lagi pemberdayaan pemuda lebak gede dengan usaha majun kaos. Hanya saja yang berkjalan sampai saat ini hanya fattening & breeding domba dan batako itu.

T : untuk rancangan kegiatannya seperti apa tuh pak yang dibuat oleh pihak IP ?

J : jadi setelah adanya sosmap itu, kita membuat yang namanya timeline, nah dalam timeline ini jadi ada yang namanya fase awal ya kemudian fase pelatihan, fase... saya agak lupa ya, pokonya sampei fase monitoring dan evaluasinya. Cuma yang jelas memang rancangan itu kita mengacu kepada POAC untuk lebih jelasnya bisa dilihat didata minta aja ke bang ipul..

T : oh gitu, iya iya pak.. trus pak untuk rancangan biayanya nih pak, siapa yang membuat rancangan biayanya di awal pak ?

J : kalau dari awal, kalau sub program itu masuk kepada humas, jadi kalau rancanga ke ip sendiri itu secara global ya terkait dengan biaya secara keseluruhan, tapi kalo udah masuk ke sub-sub progra itu humas yang menghandle.

T : kalu sumber dananya pak? Dari mana pak ?

J : Sumber dana itu dari kantor pusat, kita hanya mengajukan saja

T : nah humas kan ngerancang dana nih ya pak untuk program fattening & breeding domba, nah apakah dana yang telah dirancang itu sesuai dengan perealisasian program ?

J : sepanjang perjalanan fattening & breeding itu relatif ya mba, jadi kalo dibilang cukup ya cukup, kalo dibilang kurang juga kurang, kenapa begitu.. karena kan kita membidik masyarakat kan tidak secara keseluruhan, artinya hanya orang peroranglah yang bisa kita bidik. Kalo untuk dikembangkan sih emang kurang, tapi itukan sudah disesuaikan dengan kondisi yang ada gitu.

T : tadi kan bapak bilang ada pelatihan dasar ya pak, itu gimana tuh pak pelatihan dasarnya?

J : Jadi pertama kita memilih orang-orangnya itu kerjasama dengan RT/RW setempat ya, kemudian kita seleksi, setelah dapet nama-namanya baru dipanggil disatu tempat kemudian baru di lakukan pelatihan.

T : bapak hadir pada saat pelatihan itu ? Trus antusiasme masyarakat yang mengikuti pelatihan itu gimana tuh pak ?

J : Saya tidak hadir karna pada saat itu ada kesibukan lain. Tapi pastinya mereka sangat antusias karna ada semacam secercah harapan dengan adanya program ini.

T : itu pak memilih penerima manfaatnya kan seleksi, seleksinya lewat apa tuh pak ?

J : seleksinya sederhana ya, jadi kita melibatkan tokoh masyrakat kemudian kita wawancara bahwa dia itu ada minat untuk itu kemudian juga tidak ada pekerjaan lain maka kita rekrut.

T : sosialisasi pas awal mau dilaksanainnya itu seperti apa pak ? apakah lewat brosur pamflet atau gimana pak ?

J : kita Cuma melibatkan RT/RW, bisa dibayangkan kalo kita buka secara umum dengan brosur dan apalah itu, wah itu kayanya cukup kewalahan jadi kita cuma menggunakan pendekatan personal aja.

T : trus pak sampe sekarang pihak IP khususnya humas masih suka monitoring kesana atau ngga ?

J : Masih sampe sekarang masih.

T : pak kalau dipersentasekan, menurut bapak tingkat keberhasilan dari program fattening & breeding domba ini berapa persen pak ?

J : kalo menurut saya 85% lah .. kenapa tidak 100%, karena dalam perjalanannya itu kan ada yang mati si dombanya, kemudian juga ada yang dijual oleh sipenerima manfaat dengan alasan kebutuhan.

T : kalo menurut bapak keberlangsungan program ini sudah memenuhi tujuan awal dibentuknya program atau belum pak atau sudah sesuai target belum ?

J : kalo melihat sesuai target atau belum, itu ada defiasi ya mba makanya saya katakan 85% ya itu .. ada sedikit yang meleset, melesetnya apa, ya kita menginginkan begitu program ini berhasil, kita pengen menularkan kepada si petani-petani lainnya. Tapi sementara ini kan belum, mereka masih stagnan orangnya masih orang yang itu-itu aja maksudnya belum beranak kepada penerima manfaat lain begitu mba.

T : pengaruh program fattening & breeding domba ini untuk IP apa pak ?

J : jadi gini mba, kembali kepada value yang kita dapatkan, ya memang kita belum secara analisis keekonomian kita belum menghitung secara angka, tapi manfaat itu kan ada dua yang terukur dan yang tidak terukur, saya kira dalam hal ini manfaat yang kita dapatkan yang tidak terukur ini, image masyarakat terhadap IP, kemudian juga bagaimana dia bisa menjadi pagar sosial yang sangat efektif, saya kira itu.

T : hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan program ini apa pak ?

J : hambatan yang paling nyata yaitu resistansi dimasyarakat itu sendiri, kita itu kan masyarakat pesisir ya, yang bersinggungan dengan industri, nah sehingga paradigma untuk mendapatkan untung yang lebih cepat lah yang mereka inginkan, sehingga ketika kita ajak mereka usaha untuk merintis itu agak sulit. Jd kepengennya itu bagaimana mereka tanpa usaha yang banyak itu dapat nah itulah kira-kira.

T : harapan bapak untuk program ini kedepannya gimana pak ?

J : harapan saya sih dengan adanya program ini, masyarakat juga lebih berdaya, lebih mandiri dan lebih sejahtera, lalu ini juga akan menjadi contoh yang baik bahwa dengan Fattening & breeding ini ada keluarga yang terangkat, istilahnya lebih berdaya dari segi ekonomi sehingga bisa memberikan contoh pada yang lainnya.

Wawancara dengan Afrizal Efendi, selaku Informan kunci ke-3 pada tanggal 16 Juni 2016 pukul 12.44 WIB

Lokasi : Di ruang kerja humas PT Indonesia Power UP Suralaya

T : pak program fattening & breeding domba itu program unggulan di tahun berapa pak ?

J : Fattening & breeding domba itu masih unggulan sampai sekarang. Dari mulai awal dibentuk sampai sekarang itu dia masih menjadi kategori program unggulan untuk pelaporan TW maupun semester itu masih unggulan, kambing, keripik pisang, dan konblok batako itu.

T : kenapa bisa dikatakan bahwa itu program unggulan pak ?

J :karena dia itu mempunyai dampak yang luas terhadap masyarakat sekitar, mampu menyerap tenaga kerja, dan para tenaga kerjanya tersebut mendapatkan penghasilan dari usaha itu.

T : Latar belakang dari program itu sendiri apa pak ?

J : pada awalnya kita melakukan evaluasi dulu, melakukan kajian terkait program-program sebelumnya untuk kemudian membentuk program baru menjadi program unggulan. Lalu untuk membuat suatu program unggulan itu kita harus mencocokan dengan iklim yang ada, jadi berdasarkan survey iklim di suralaya ini untuk ternak domba tuh cocok. Dan juga untuk dijadikan komersil itu mudah. Nah sehingga kita memilih untuk diadakan program kambing itu.

T : Tujuan utama dari pembentukan program tersebut apa pak ? terus kenapa perusahaan khususnya humas merasa bahwa perlu diadakan program fattening & breeding domba itu ?

J : kembali ke aturan Community development, karna memang ini sudah merupakan aturan dari direksi di bawah CSR bahwa setiap corporate itu mempunyai tanggung jawab sosial dan harus mempunyai badan sosial nah badan sosial kita untuk berinteraksi dengan masyarakat itu ya salah satunya itu comdev itu sendiri. lalu agar masyarakat merasa bahwa mereka adalah bagian dari IP, IP ini juga milik dia walaupun dia tidak bisa bekerja di IP selaku karyawan, ya setidaknya mereka menikmati lah program dari IP lewat program fattening & Breeding domba itu.

T : untuk rancangan kegiatannya pak seperti apa ?

J : pertama oasti kita menyiapkan kerangka kerja dulu ya, kemudian kita melakukan survey, lalu kita evaluasi trus kita adakan semacam pelatihan atau training dulu agar si penerima manfaat ini bisa melakukan pekerjaan yang sesuai dengan SOPnya lah ya tentang penggemukan dan pembibitan domba itu. gitu kira-kira..

T : Terkait sosialisasi dalam pelatihan yang dilakukan oleh humas IP dalam program ini seperti apa pak ?

J : hmm, training yang dilakukan terkait dengan pembibitan dan penggemukan domba ini dengan tetap dipantau per periodik, walaupun kadang perperiodiknya itu tidak pas. Untuk menampung keluhan atau

usul-usul dari pengembang tersebut. Kalau sekiranya ada hal-hal yang harus kita perbaharui lagi misalnya tentang keilmuannya ya kita berikan kalo emang kita bisa berikan, kalau tidak ya kita mencoba menggaet konsultan untuk membantu para penerima manfaat itu dalam membibit dan menggemukan domba.

T : penerima manfaatya itu dipilih sama humas pak ?

J : iya, kita memilih orang-orang yang punya semangat untuk berusaha, ya emang itu kita seleksi lah.

T : caranya pak ?

J : karna kita ini kan lembaga resmi, jadi kita ke lembaga pemerintahnya dulu, ke lurahnya turun ke RW/RT nya, kemudian mengerucut kepada orang-orangnya itu setelah itu kita coba berbicara dengan mereka terkait keilmuannya di bidang ternak kambing itu bagaimana lalu kita evaluasi dan seleksi kalo memang masuk dan ditentukan orangnya kemudian kita tambahkan ilmunya, gitu..

T : itu kan 6 orang ya pak, itu emang dibatasi segitu atau gimana pak ?

J : itu sesuai volume, karna kan pada saat itu program itu juga selain program unggulan menjadi program percontohan dulu gitu, jadi kita gak bisa langsung ambil banyak.

T : kalo untuk pelatihannya seperti apa pak ?

J : pelatihannya ada di class room, di lapangan juga ada secara prakteknya.

T : dari pihak humas masih suka monitoring kesana pak ?

J : iyadong, karna itukan program unggulan, jadi kita bukan Cuma monitoring tapi juga melaporkan perperiodik ke pusat.

T : hambatannya pak ?

J : hambatan itu umum ya tingkat semangat manusia itu naik turun, kadang-kadang mereka merawat kambing itu baik tapi kadang juga sebaliknya.

Wawancara dengan penerima manfaat program *Fatteningg & Breeding domba* Pada tanggal 27 Juni 2016 pukul 13.35 WIB

Lokasi: di lokasi ternak domba

T : apa sih yang bapak ketahui tentang program ini ?

J : Program ini denger-denger adalah program yang menggunakan dana CSR untuk mensejahterakan masyarakat kecil melaui ternak hewan, seperti yang kita terima ini hewan kambing. Jd yang kami ketahui hewan ternak ini merupakan bantuan dari IP melalui dana CSR.

T : awalnya dilatih dulu gak pak tentang cara beternaknya ?

J : iya awalnya ada pelatihan dulu.

T : seperti apa pak pelatihan yang diberikan oleh PT. Indonesia Power ?

J : pelatihan yang diberikan oleh IP dulu tuh cuma pengarahan gimana cara kita mengelola ternak, gimana cara kita memasarkan ternak, gimana cara kita mengurus biar si binatang ternak itu bagus gitu.

T : bapak tau siapa yang melatih pada saat itu ?

J : aduh saya lupa lagi, tapi kalo ga salah dari dinas peternakan cilegon.

T : pada saat pemberian materi ketika pelatihan materi apa saja yang bapak dapatkan dari si pelatih itu pak ?

J : Yaa, karna spontan gitu ya jd gimana cara pelaksanaannya aja, gimana biar kita punya ternak berkualitas gitu.

T : bapak tau ga bapak dipilih oleh ip sebagai penerima manfaat program ini melalui seleksi atau gimana ?

J : seleksi perasaan ngga, Cuma kita kan mengajukan proposal, ada sih pemilihan orang-orangnya itu atas musyawarah.

T : jadi pelaksanaan program ini sebenernya gimana sih pa ?

J : jadi IP memberikan hewan ternak kepada kita, lalu kita kembangbiakan dan kemudian di perjualbelikan, tapi hewan yang diberikan oleh IP tetap ada, kita hanya memakan hasilnya. Hasil perkembangbiakannya itu.

T : waktu itu IP ngasih berapa banyak pak dombanya ?

J : kalau gak salah 42 ekor domba, Cuma kan ngasihnya itu kurang sesuai standar jadi kita putarkan diganti dengan yang bagus-bagus.

T : gak sesuai standar gimana tuh pak maksudnya ?

J : kurang bagus

J2 : kurang itu mba kurang bagus pembibitannya.

T : tugas bapak disini sebagai apa pak ?

J : saya selaku ketua disini, ketua koordinasi ternak disini.

T : Kalo pak lukman dan pak jaja ?

J2 : kita peternak mba.

T : oke, terus pak, fasilitas yang diberikan oleh IP untuk bapak dalam program ini apa pak ?

J : IP udah ngasih tong (gentong), trus obat-obatan. Padahal kalo boleh minta sih kita pengen dikasih mesin giling rumput. Karena itu sangat dibutuhkan, sampah-sampah kulit jagung yang sudah kering seperti itupun (menunjuk ke tumpukan sampah kulit jagung) bisa jadi pakanan lagi.

T : keuntungan yang bapak dapatkan dari program ini apa pak ?

J : keuntungannya sangat terasa mba, ya istilahnya walaupun kecil tapi kemakan lah.

T : penghasilannya itu dapat dirasakan perbulan atau pertahun pak ?

J : karna kita ternak domba ya mba, jadi gak ada ketentuan hasil perminggu atau perbulan atau pertahun, tapi namanya kalau ada orang yang butuh datang kesini ya kita layani. Kalo dalam waktu sebulan dua bulan ga ada yang datang ya ga ada penghasilan berarti, karna kita kan menyediakannya hewan untuk qurban atau aqiqah, jadi hanya ketika ada even-even itu aja.

T : tapi secara keseluruhan program ini membantu perekonomian ga pak ?

J : alhamdulillah, ini membantu banget untuk masyarakat kecil seperti kita, walaupun kita ternaknya susah payah juga ya namanya dikasih tetep aja kerasa banget manfaatnya.

J2 : iya program ini sangat membantu saya dan keluarga,

T : penghasilan bapak-bapak ini hanya dari ternak ini atau ada usaha lain ?

J2 : kami dagang juga di pasar, karna kalo mengandalkan cuma dari ternak aja gak cukup kan pembelinya juga ga pasti. Kaya yang tadi dibilang, kita kan menyediakannya hewan untuk qurban atau aqiqah, jadi kalau ada orang yang butuh datang kesini ya kita layani,kalau dalam waktu sebulan dua bulan ga ada yang datang ya ga ada penghasilan.

T : Pendapat bapak-bapak untuk program ini gimana pak ?

J2 : program ini sangat bagus, sangat bagus. Kalau bisa mah semua perusahaan bisa kaya IP, minimal untuk mengurangi pengangguran lah ya. Menurut saya perusahaan-perusahaan lain kalau bisa berkaca ke IP, IP itu perusahaan paling bagus perasaan kalau yang saya rasakan mah. Walaupun ada juga perusahaan besar yang sangat dekat dengan desa kami disini, tapi saya rasa kurang ada kepeduliannya kepada kami disini.

J2 : kita bukannya mengunggulkan juga, Cuma ya kitamengungkapkan yang sudah kita rasain aja gitu.

T : tapi ngomong-ngomong ini keliatannya ko kurang dari 42 ekor ya pak ?

J : iya, jadi sebenarnya mah kambing ini tidak bertambah tidak berkurang, kenapa begitu ? karna peminatnya kurang, dan di awal saat pemberian itu kualitasnya kurang bagus.

T : sekarang jadi ada berapa ekor nih pak ?

J : 25 ekor,tapii ada di anggota lain yang lagi mudik.

T : itu berkurang sangat banyak ada yang mati segala atau gimana pak ?

J : yang mati juga ada, tapi sebenernya gini mba, kambingnya ini sempat di tukarkan tahun lalu, karna kualitas pembibitannya jelek, kita tuker dengan yang harganya lebih mahal tapi pembibitannya lebih baik. Jadi sebenernya mah kalo hitungan uangnya mah tetep sama, hanya jumlah kambingnya berkurang, gitu.

T : oh gituuuuu...

J2 : iya jadi istilahnya dulu mah 1 ekor kambing kejual dengan harga 1 juta, sekarang mah harganya bisa 2,5 juta, jadi kualitas kambingnya lebih bagus. Gitu mba.

T : ooh, iya iya saya baru ngerti. tapi belum ada peningkatan secara signifikan ya pak dari si kambingnya ini dari tahun lalu ?

J : belum mba, karna disini itu yang paling sulitnya itu cara mengawinkannya. Kita udah beberapa kali tapi gak jadi-jadi. Mungkin ada teknik tersendiri untuk cara mengawinkan kambing di daerah sini, nah itu yang kita belum tahu.

T : tapi kan sudah di berikan pelatihan itu pak pas awal ?

J : kita belum mendapatkan pelatihan sampai ke cara mengawinkannya mba.

T : hanya pelatihan apa dong kemarin tuh pak ? apa hanya secara teori aja ?

J : cara ngurusnya aja gitu mba secara teori, yang dibutuhin sekarang sih sebenernya pelatihan cara mengembangbiakannya. Karna kan cuaca disini beda sama di garut. Di garut kan dingin disini mah panas, mungkin ada perbedaan juga dari cara pengembangbiakannya itu.

REALISASI PROGRAM UNGGULAN
TINDAK LANJUT PENCAPAIAN PROGRAM PERBERDAYAAN MASYARAKAT

No.	Program		Tindakan	Target Indikator	Plan	In Prog	Finish	Time Line												Realisasi Tindakan (%)	Realisasi Program (%)	PIC	Keterangan
								Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des				
1	Pemberdayaan Kelompok Peternak Kambing di Kel Taman Sari		Penguatan Kelompok	Menghindari timbulnya konflik dalam kelompok yang mengakibatkan program berhenti			√													100%	47%	Humas	
			Pelatihan pengembangbiakan dan perawatan	Meningkatkan kemampuan kelompok untuk menghindari kematian pada hewan ternak		√														87%		Humas	Berlanjut
			Monitoring Pelaksanaan	Pemantauan program agar tetap berada dalam Road Map Program	√															0%		CDO	
			Pengelolaan Usaha Peternak Kambing	Mempunyai wadah dan mempermudah pemasaran	√															0%		Humas	
2	Pelatihan pemberdayaan kelompok usaha paving block	Pemandirian	Penguatan Kelembagaan	- Mampu mengelola kegiatan secara lebih efisien - Meningkatkan kualitas pelaksanaan kegiatan - Dapat berperan aktif dan optimal dalam pembangunan desa			√													100%	44%	Humas	
			Meningkatkan Layanan Produk	Meningkatkan kepuasan konsumen		√														75%		CDO	Berlanjut
			Studi Banding	Amati, Tiru, Modifikasi untuk meningkatkan pelayanan Produk	√															0%		Humas / CDO	
			Pendampingan Program	Pemantauan program agar tetap berada dalam Road Map Program	√															0%		CDO	
3	Pelatihan pemberdayaan perempuan	Perintisan	Identifikasi kebutuhan dan masalah	Menemukan Kebutuhan yang ada dimasyarakat			√													100%	38%	CDO	
			- Persiapan Program - Pembuatan alur SOP - Pembentukan kelompok	- Program terarah dan terencana - Memperoleh 1 Kelompok Binaan		√														50%		CDO	Berlanjut
			Pendampingan dan Pelatihan Kelompok	Meningkatkan kemampuan kelompok	√															0%		Humas / CDO	
			- Monitoring dan Evaluasi - Laporan	Pemantauan program agar tetap berada dalam Road Map Program	√															0%		Humas / CDO	

ROAD MAP PROGRAM UNGGULAN PT INDONESIA POWER UP SURALAYA

No	NAMA PROGRAM / KEGIATAN	2015 - 2020								Keterangan
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
				Perintisan	Penguatan	Pengembangan	Pemandirian	Exit Strategy		
1	Pemberdayaan Kelompok Peternak Kambing di Kel Taman Sari			- Identifikasi Kebutuhan - Persiapan Program Sesuai Kebutuhan - Pembentukan kelompok - Monitoring & Evaluasi	- Penguatan Kelompok - Pelatihan Pengembangbiakan dan Perawatan - Pelatihan pemanfaatan Limbah kotoran kambing - Pelaksanaan	- Pengelolaan usaha peternak kambing - Meningkatkan Kualitas Produk - Studi Banding - Pendampingan program	- Pengelolaan usaha ternak Kambing - Perluasan pasar - Monitoring & Evaluasi	- Persiapan Exit Program - Kemandirian - Keberlanjutan - Monitoring & Evaluasi		- Pada tahun 2016 masih dalam penguatan program - Akan menjadi kelompok usaha yang mandiri
		Perintisan	Penguatan	Pengembangan	Pemandirian	Exit Strategy				
2	Pelatihan pemberdayaan kelompok usaha paving block	- Permasalahan dan Kebutuhan - Konsep Persiapan Program - Pembuatan alur SOP - Pembentukan kelompok - Monitoring, Evaluasi	- Pembuatan Demplot - Penguatan kelompok - Pelatihan pembuatan aneka paving block - Pelaksanaan - Pengelolaan usaha paving block	- Pengelolaan usaha paving block - Monitoring & Evaluasi - Perluasan pasar - Pelaporan	- Penguatan Kelembagaan - Meningkatkan Layanan Produk - Studi Banding - Pendampingan Program	- Persiapan Exit Program - Kemandirian - Keberlanjutan - Monitoring & Evaluasi				- Pada tahun 2016 sadah dalam pemandirian program - Kelompok usaha ini akan menjadi lembaga yang mani
					Perintisan	Penguatan	Pengembangan	Pemandirian	Exit Strategy	
3	Pelatihan pemberdayaan perempuan				- Identifikasi kebutuhan dan masalah - Konsep Persiapan Program - Pembuatan alur SOP - Pembentukan Kelompok dagang - Pendampingan dan Pelatihan Kelompok dagang	- Penguatan Kelompok dagang - Pelatihan Aneka Masakan - Pelaksanaan	- Pengelolaan usaha daging - Pengemasan produk dan Penjualan - Monitoring & Evaluasi - Perluasan Pasar	- Pengelolaan usaha dagang - Studi Banding - Kemandirian - Monitoring & Evaluasi	- Persiapan Exit Program - Kemandirian - Keberlanjutan - Monitoring & Evaluasi	- Pada tahun 2016 masih dalam perintisan program - Akan menjadi kelompok usaha yang mandiri

ROAD MAP PROGRAM UNGGULAN
PT INDONESIA POWER UP SURALAYA PER 1 TAHUN
(TAHUN 2016)

No	NAMA PROGRAM / KEGIATAN	2016												Keterangan
		TW 1			TW 2			TW 3			TW 4			
		Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
1	Pemberdayaan Kelompok Peternak Kambing di Kel Taman Sari	Penguatan Kelompok			- Pelatihan Pengembangbiakan dan Perawatan			Pelaksanaan			Pengelolaan Usaha Peternak Kambing			- Pada tahun ini masih dalam penguatan program - Akan menjadi kelompok usaha yang mandiri
		Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
2	Pelatihan pemberdayaan kelompok usaha paving block	Penguatan Kelembagaan			Meningkatkan Layanan Produk			Studi Banding			Pendampingan Program			- Pada tahun ini sudah dalam pemandirian program - Kelompok usaha ini akan menjadi lembaga yang resmi
		Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
3	Pelatihan pemberdayaan perempuan	Identifikasi kebutuhan dan masalah			- Persiapan Program - Pembuatan alur SOP - Pembentukan kelompok			Pendampingan dan Pelatihan Kelompok			- Monitoring dan Evaluasi - Laporan			- Pada tahun ini masih dalam perintisan program - Akan menjadi kelompok usaha yang mandiri

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I :.....

Pembimbing II :.....

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING I	PARAF DOSEN
1.	26/2-16	Penyerahan Bab I	
2.	31/03-16	Bimbingan Bab 1-3.	
3.	15/04-16	Bimbingan Revisi Bab 1-3.	
	15/04-16	Penyerahan bab I - III	
	29/04-16	Acc outline	
	14/05-16	Sidang Outline	
	26/08-16	Penyerahan Bab I - V	
	02/09-16	Revisi BAB V	
	16/09-16	ACC Sidang Skripsi (lengkapi & penyusunan sebaik berkas yg & rapih)	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING II	PARAF DOSEN
	15/03-16	Pengajuan BAB I	
	22/03-16	Revisi BAB I	
	29/03-16	Bimbingan BAB I - III	
	05/04-16	Bimbingan dan revisi BAB I - III	
	12/04-16	Bimbingan & Revisi BAB I - III	
	19/04-16	Acc Bab 1,2,3 - Outline	
	19/05-16	Sidang Outline	
	30/08-16	Bimbingan BAB 1 - 5	
		Revisi BAB V	
	22/09-16	Acc Sidang Skripsi	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

DAFTAR HADIR
MENYAKSIKAN SIDANG SKRIPSI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

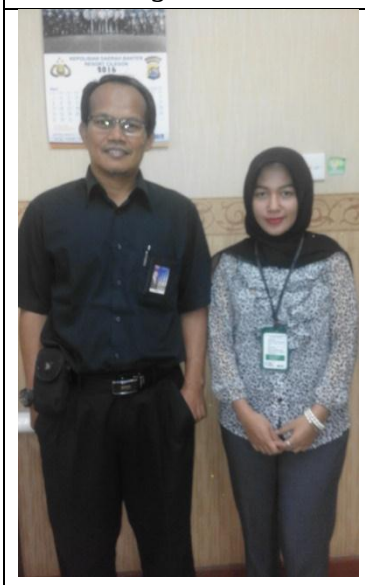
NO	NAMA/NIM PESERTA SIDANG	TANGGAL	JUDUL SKRIPSI	TANDA TANGAN KETUA PENGUJI
1	Agus Rhesa Rifiansyah (6662111399)	22/04 2016	Strategi community volunteering PT Bank Indonesia Sebagai upaya membangun Community Relations	
2	Iwan Hurseta P 6662110647	22/04 -2016	Pengaruh terpaan Berita Kriminal Patroli terhadap sikap orangtua terhadap Anak	
3	Sujita Tauzia 6662111065	26/05 -2016	Pengaruh Penggunaan bahasa anda bantenden dalam komunikasi penyiar dan pendengar radio Krakatau (95.7 FM) terhadap minat dengar Masyarakat	
4	Septi Suryani Lubis 6662102968	28/09 -2016	Strategi komunikasi Bimas-sosial cilegon dalam mensosialisasikan program kerja pemerintah tentang wawasan kesejahteraan sosial di Cilegon	
5	Muhammad Nurdaslan Simatupang 6662120521	28/09 -2016	Proses penyematan ulos (Mangulosi) dalam pernikahan adat suku bangsa Toba (studi deskriptif tentang simbolisasi pada pernikahan di Bogor)	
6	Titi Mulyati	03/10 -2016	Peranan humas SMK Pasundan 1 Kota Serang Dalam menjalin kemitraan dengan dunia Industri	
7				

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr Rahmi Winangsih.,M.Si
NIP. 196810192005012001

Fitri Mulyani

LAMPIRAN FOTO

Domba-domba pada program "*Fattening & Breeding Domba*"	Penerima manfaat menunjukan domba dengan kualitas baik
	
Peneliti bersama Pak Hamim SE, selaku *Supervisor Senior Keamanan dan Humas* sekaligus pembentuk program *Fattening & Breeding* Domba	Peneliti bersama Pak Afrizal Efendy selaku *Supervisor* Humas PT. Indonesia Power UP Suralaya sekaligus pelaksana program

Peneliti bersama para penerima manfaat	Ruang kerja Humas PT Indonesia Power UP Suralaya
Pihak humas ketika melakukan monitoring ke lokasi ternak	Pihak humas ketika melakukan monitoring ke lokasi ternak

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Curriculum Vitae

Data Pribadi / *Personal Details*

Nama / *Name*	: Fitri Nuraini
Nomor Induk Mahasiswa	: 6662122581
Alamat / *Address*	: Kp. Kaduhejo, Desa.Sukasari, Kec.Kaduhejo RT/RW 03/04, Pandeglang-Banten
Kode Post / *Postal Code*	: 42253
Nomor Telepon / *Phone*	: 081284447754
Email	: fnuraini63@yahoo.com
Jenis Kelamin / *Gender*	: Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir/ *Date of birth*	: Bekasi, 04 September 1994
Status Perkawinan/ *Marital Status*	: Belum Menikah
Warga Negara / *Nationality*	: Indonesia
Agama / *Religion*	: Islam

Riwayat Pendidikan
Educational Qualification

Jenjang Pendidikan
Education Information

Periode	**Sekolah/ Institusi/ Universitas**	**Jurusan**
2000 – 2006	SDN SUKASARI 1	-
2006 – 2009	MTs NEGERI MODEL PANDEGLANG 1	-
2009 – 2012	SMA NEGERI 2 PANDEGLANG	IPA
2012 – 2016	UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA	S1 – ILMU KOMUNIKASI

Pengalaman Organisasi
Organisation Experience

Orange UKMF Jurnalistik	2012-2013

Demikian CV ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan