

BAB II

LANDASAN TEORETIS DAN PROFIL INSTANSI

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu atau *state of the art* menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan di masing-masing penelitian. Penelitian sebelumnya juga menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis implementasi dan strategi komunikasi CSR. Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek yang dianalisis, serta teori yang digunakan sebagai landasan analisis, yakni teori *Coordinated Management of Meaning* (CMM). Sementara itu, perbedaannya terletak pada subjek penelitian, di mana penelitian ini secara khusus memfokuskan perhatian pada masyarakat penerima manfaat langsung program CSR, yaitu ibu hamil dengan kondisi Kekurangan Energi Kronis (KEK).

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu atau *state of the art*

NO	Judul	Penulis	Metode	Hasil
1.	Penerapan Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	Nurul Izza Nabila, Santoso Tri Raharjo, Risna	Kualitatif	Menyejahterakan masyarakat harus bertahan lama. Tetapi dana yang dikumpulkan oleh lembaga filantropi di atas tidak boleh diberikan secara gratis. Agar bantuan yang

	(CSR) Melalui Lembaga Filantropi Media di Indonesia	Resnawaty (2022)		disalurkan tidak menimbulkan ketergantungan masyarakat terhadap perusahaan, lembaga filantropi yang dimiliki oleh media dapat menunjuk tenaga kerja khusus yang memiliki keahlian serta pengalaman dalam upaya pemberdayaan masyarakat.
2.	Hubungan Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Reputasi Perusahaan	Damayanti Syahriani , Mahmudi Siwi (2019)	Kuantitatif dan Kualitatif	bahwa staf CSR ANTAM memiliki kredibilitas yang cukup baik dan mampu mempertimbangkan harapan responden, sehingga karakteristik pengirim pesan dikategorikan pada tingkat sedang. Hal ini karena informasi yang disampaikan dianggap cukup jelas, para responden merasa dapat memberikan masukan, serta keterlibatan peserta dalam kegiatan CSR dapat

				terfasilitasi. Efektivitas penyampaian pesan CSR juga dinilai pada tingkat sedang, mengingat isi pesan dianggap bermanfaat dan mudah dipahami oleh penerima program. Reputasi perusahaan pun berada pada level sedang, ditandai dengan kepercayaan responden terhadap ANTAM sebagai perusahaan yang dikenal luas, kredibel, dapat diandalkan, dan memiliki komitmen sosial yang nyata terhadap lingkungan sekitar. Melalui analisis korelasi Rank Spearman, diketahui adanya keterkaitan antara efektivitas pesan pelayanan publik (CSR) dengan karakteristik pengirim pesan dan strategi komunikasi yang digunakan, dan reputasi perusahaan di ANTAM yang
--	--	--	--	---

				berlokasi di Desa Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.
3.	Keberhasilan Vaksin Covid-19: Perspektif Komunikasi Pendekatan Teori Coordinated Management of Meaning	Zulkarnain Hamson, Hasnah Taureng, Andi Indrawati	Kualitatif	Sejak awal kemunculan pandemi COVID-19 pada Januari 2020, masyarakat Indonesia tidak menduga akan menghadapi ketidakstabilan. Pada April 2020, pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 yang mengatur pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yaitu suatu kebijakan untuk membatasi aktivitas masyarakat sebagai respons terhadap situasi darurat yang memengaruhi sektor sosial, ekonomi, dan politik di wilayah tertentu yang diduga terpapar virus, guna mencegah

				penyebaran COVID-19. Kebijakan pemerintah terkait kewajiban vaksinasi kemudian memunculkan beragam respons dari masyarakat, mulai dari kepatuhan, keraguan, hingga penolakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, literatur daring, situs berita, media sosial Facebook, serta wawancara dengan narasumber terpilih berdasarkan profesi dan kelompok usia tertentu, untuk mengetahui sikap masyarakat terhadap vaksinasi di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat akhirnya
--	--	--	--	---

				menjalani vaksinasi karena merasa berkewajiban, memiliki kesadaran akan pentingnya informasi yang benar, dan adanya tekanan administratif, seperti keharusan vaksinasi sebagai syarat pengurusan dokumen di instansi pemerintah hingga pembelian tiket pesawat.
4.	<i>Assessing Corporate Social Responsibility From the Perspective of</i>	Mochamad Kevin Romadhona, Rachmat Dimas Oktafenanda (2024)	Kuantitatif dan Kualitatif	Secara umum CSR merupakan peningkatan kualitas hidup di mana kemampuan manusia sebagai anggota masyarakat dapat menanggapi kondisi sosial yang ada serta dapat menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan. Apabila CSR dilaksanakan dengan baik, maka perusahaan akan dianggap berhasil dalam

	<i>the Local Community</i>			memenuhi tanggung jawabnya kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan.
5.	Evaluasi Pelaksanaan dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR): Studi Pada PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant	Dian Anggraeni (2019)	Kualitatif	Karena Holcim Cilacap memiliki departemen Komunitas Relation yang menangani CSR, manajemen CSR perusahaan sangat berkomitmen untuk melaksanakannya (<i>Comrel</i>). Sesuai dengan UU No. 40 Tahun 2007 dan PP No. 47 Tahun 2012, Holcim Cilacap melaksanakan program CSR sesuai ketentuan hukum, meskipun menghadapi kondisi keuangan yang tidak stabil. Holcim Cilacap juga telah mematuhi regulasi yang ada dan menjalankan CSR sesuai dengan standar ISO

				26000. Namun, pelaksanaan program CSR di posdaya mengalami kendala. Beberapa masalah yang dihadapi antara lain jumlah staf yang terbatas untuk masing-masing wilayah CRO, budaya masyarakat yang kurang mendukung kerjasama dengan perusahaan dalam program tersebut, serta minimnya inovasi dalam pelaksanaan program CSR. Secara keseluruhan, tingkat kepatuhan terhadap pelaporan keberlanjutan tercatat sebesar 38%. Pengungkapan aspek lingkungan mencapai 62%, sedangkan aspek ekonomi dan sosial masih tergolong rendah, yakni masing-masing sebesar 22% dan 25%. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek ekonomi dan sosial
--	--	--	--	---

				dalam pelaporan belum menjadi perhatian utama.
--	--	--	--	---

2.2 Kerangka Teori

Coordinated Management of Meaning (CMM) adalah teori yang dikembangkan oleh W. Barnett Pearce, Vernon Cronen, dkk. Pendekatan ini memberikan perspektif menyeluruh dalam memahami interaksi sosial, dengan menekankan pada keterkaitan antara tindakan dan makna yang saling terkoordinasi dalam proses komunikasi (Littlejohn et al., 2014). Dalam pandangan Pearce dan Cronen yang dikutip oleh West & Turner, pendekatan CMM menitikberatkan pada individu serta hubungannya dengan orang lain, khususnya dalam memahami bagaimana pesan dimaknai secara personal. Philipsen (1995) menegaskan bahwa pentingnya CMM terletak pada fokusnya terhadap relasi antara individu dan lingkungan sosialnya (Richard, 2013).

Menurut Pearce dalam (Yuriawan, 2021) terdapat tiga pandangan mendasar dalam teori *Coordinated Management of Meaning* (CMM). Pertama, komunikasi merupakan bagian esensial dalam kehidupan manusia, bahkan lebih penting daripada yang sering disadari. Kedua, manusia secara kolektif membangun realitas sosial melalui proses komunikasi. Ketiga, pertukaran informasi yang terjadi dalam interaksi dipengaruhi oleh makna yang dibentuk secara individu maupun dalam hubungan antarpribadi.

Dalam kerangka teoritis ini, CMM membantu menganalisis bagaimana masyarakat membentuk makna atas penyuluhan yang mereka terima dan bagaimana pengalaman serta latar belakang mereka memengaruhi *feedback* yang diberikan. Dengan memahami proses ini, penelitian ini dapat menilai efektivitas komunikasi

dalam program CSR serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan strategi komunikasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2.3 Operasionalisasi Konsep

Menurut Richard (2008) dalam (M. Febriyanto Firman W et al., 2022), terdapat pola hierarki yang terbagi menjadi enam antara lain:

a. Isi (*Content*)

Tahapan ini merupakan langkah awal dalam proses komunikasi, di mana informasi mentah diubah menjadi makna. Misalnya, ketika seorang anak A mengatakan kepada anak B, “Aku menyukai kamu,” pernyataan tersebut memuat pesan emosional yang mencerminkan perasaan A terhadap B. Dalam penelitian ini yaitu bagaimana ibu hamil memahami informasi dasar yang disampaikan terkait KEK dan *stunting* dalam penyuluhan.

b. Tindak Tutur (*Speech Act*)

Merujuk pada tindakan yang menyertai ujaran, seperti memberi pujian, bertanya, memperingatkan, berjanji, mengancam, dan sebagainya (Barge, 2004). Tindak tutur menggambarkan maksud atau tujuan pembicara serta menunjukkan bagaimana jalannya komunikasi seharusnya berlangsung. Dalam penelitian ini untuk mengetahui bentuk tanggapan ibu hamil, seperti pertanyaan, pernyataan, atau reaksi terhadap materi penyuluhan.

c. Episode

Menurut Pearce dan Cronen (1980), episode merupakan konteks komunikasi yang memiliki struktur awal, tengah, dan akhir yang memengaruhi bagaimana tindak tutur dimaknai. Episode mencerminkan pola interaksi berulang yang mendorong seseorang untuk merespons atau bertindak dalam situasi tertentu. Dalam hal ini struktur komunikasi selama penyuluhan, termasuk interaksi antara ibu hamil dan tenaga kesehatan.

d. Hubungan (*Relationship*)

Hubungan digambarkan sebagai semacam kontrak sosial yang menjadi acuan dalam bertingkah laku serta mencerminkan harapan terhadap keberlanjutan interaksi. Dalam konteks ini, hubungan dianggap memiliki arah atau tujuan tertentu, sehingga jarang ada individu yang menjalin relasi tanpa adanya harapan masa depan. Oleh karena itu penelitian ini, untuk mengetahui relasi antara ibu hamil dan penyampai pesan (dokter) memengaruhi penerimaan dan pemaknaan informasi.

e. Naskah Kehidupan (*life scripts*)

Merupakan sistem makna yang dibentuk oleh pengalaman individu di masa lalu maupun masa kini, dan dijalani serta dimaknai bersama dengan orang lain. Naskah ini memengaruhi cara seseorang berperilaku dalam berbagai konteks komunikasi. Makna tersebut dapat dilihat dari pengalaman pribadi ibu hamil sebelumnya

(kehamilan sebelumnya, tradisi, kebiasaan makan) memengaruhi cara mereka merespons informasi penyuluhan.

f. Pola Budaya (*culture patterns*)

Menurut Pearce dan Cronen (1980), individu cenderung merasa terhubung dan mengidentifikasi dirinya dengan kelompok atau budaya tertentu, yang kemudian memengaruhi cara mereka memaknai interaksi dan pesan dalam komunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari sejauh mana nilai-nilai sosial, budaya lokal, dan kebiasaan di lingkungan ibu hamil membentuk cara mereka menafsirkan dan menerapkan informasi dari penyuluhan.

2.4 Profil Instansi

2.4.1 Sejarah

PT INKA (Persero) berlokasi di Jl. Yos Sudarso, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Sebagai BUMN pertama sekaligus produsen kereta api terbesar di kawasan Asia Tenggara, perusahaan ini memiliki kantor pusat serta fasilitas produksi yang berdiri di atas lahan seluas 22,5 hektar. Untuk mempererat hubungan dengan pemangku kepentingan dan pembuat kebijakan di luar wilayah Madiun, PT INKA (Persero) juga membuka Kantor Perwakilan di Jakarta. Selain itu, kantor perwakilan lainnya berada di Bandung, Jawa Barat, yang berfungsi untuk menjalin kedekatan dengan pelanggan utama sekaligus mantan induk organisasinya, yaitu PJKA yang kini dikenal sebagai PT Kereta Api Indonesia (Persero).

PT INKA (Persero) mulai berdiri pada 18 Mei 1981 dan menetapkan perayaan hari jadinya setiap tanggal 29 Agustus, bertepatan dengan saat pengalihan

operasional pabrik kereta api dari PJKA kepada perusahaan tersebut pada tahun yang sama. Sejak awal berdirinya, PT INKA (Persero) berada di bawah pembinaan teknis Departemen Perhubungan. Kemudian pada tahun 1983, perusahaan ini menjadi bagian dari Dewan Pembina Industri Strategis (DPIS), dan pada 1989 pengelolaannya beralih ke Badan Pengelola Industri Strategis (BPIS). Tahun 1998 menandai pengambilalihan pengelolaan oleh Menteri Negara Pendayagunaan BUMN, yang juga menjadikan PT INKA (Persero) sebagai anak perusahaan dari holding PT Bahana Pakarya Industri Strategis (BPIS). Setelah pembubaran BPIS pada tahun 2002, pengawasan terhadap PT INKA (Persero) sepenuhnya berada di bawah Kementerian BUMN hingga saat ini.

2.4.2 Dasar Hukum Pendirian dan Perubahan Terakhir

Berdasarkan Akta Notaris Imas Fatimah, S.H., Nomor 51 tanggal 18 Mei 1981, telah dilakukan beberapa perubahan dalam akta tersebut. Tiga perubahan terakhir tercatat dalam Akta Notaris Lenny Janis Ishak, S.H., yaitu: Akta Nomor 07 tanggal 26 Januari 2021 dan Akta Nomor 03 tanggal 07 Juli 2023.

2.4.3 Profil PT INKA (Persero)

PT Industri Kereta Api (Persero), atau dikenal sebagai PT INKA, didirikan pada tahun 1981 dan merupakan pelopor dalam industri perkeretaapian yang beroperasi secara terintegrasi di kawasan Asia Tenggara. Sejak awal berdirinya, PT INKA berkomitmen untuk menyediakan solusi transportasi darat yang unggul, inovatif, dan berkelanjutan. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada produksi kereta api, tetapi juga pada pengembangan sistem transportasi yang modern dan efisien, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi global. Dalam

menjalankan operasionalnya, PT INKA menekankan pada kualitas produk dan layanan, serta menjamin kepuasan pelanggan melalui dukungan layanan purna jual yang optimal.

Komitmen terhadap mutu dan keberlanjutan telah membawa PT INKA ke pasar internasional. Produk-produk buaatannya telah berhasil diekspor ke berbagai negara seperti Bangladesh, Filipina, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Australia. Keberhasilan ini menunjukkan daya saing perusahaan di kancah global, serta memperkuat perannya sebagai produsen transportasi darat yang mampu memenuhi standar internasional. Dengan pengalaman panjang dan fokus pada inovasi, PT INKA terus memperluas jangkauan serta meningkatkan kontribusinya dalam menyediakan transportasi publik yang aman, andal, dan ramah lingkungan.

2.4.4 Visi dan Misi

Visi

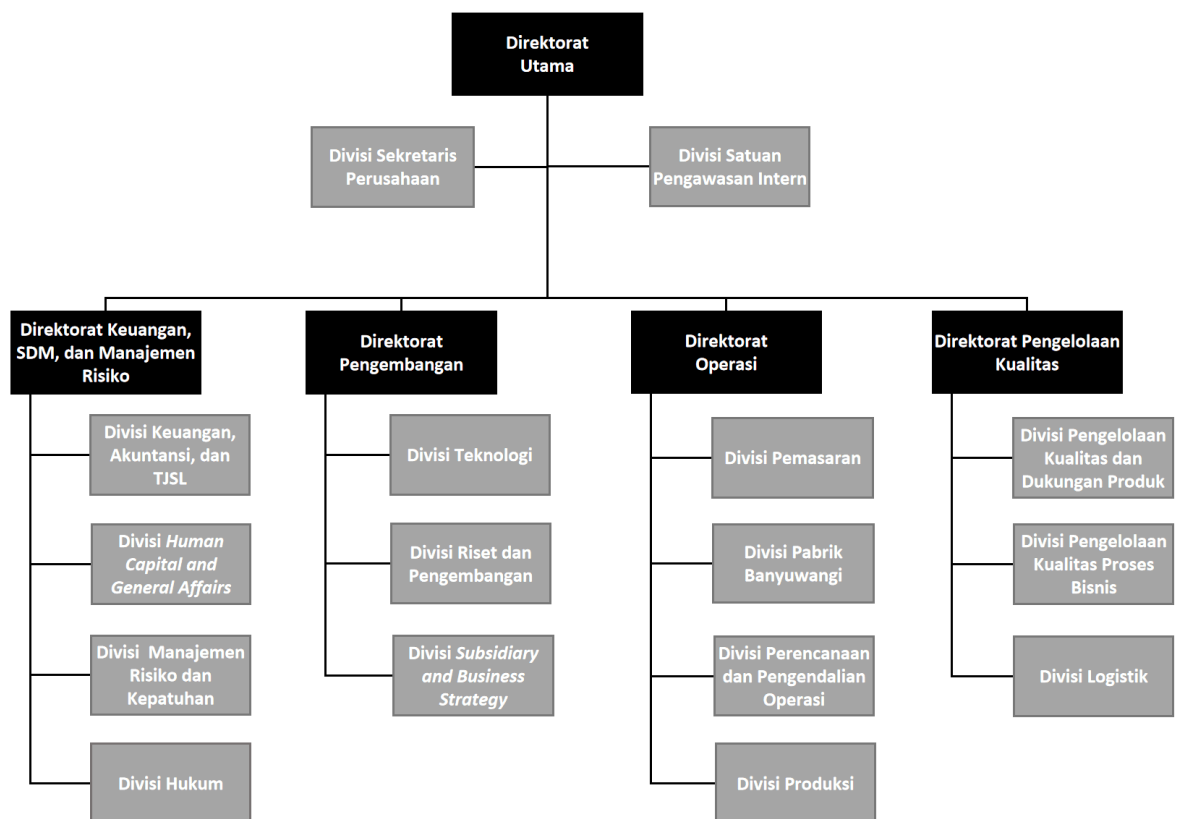
Menjadi perusahaan manufaktur dan bisnis terkait yang memberikan solusi terpadu untuk sistem transportasi darat yang berkelanjutan.

Misi

- a. Membangun manufaktur sistem transportasi dan ekosistem industri dalam rangka mendukung kemajuan industri nasional.
- b. Menciptakan solusi transportasi terpadu dalam sistem transportasi masal, angkutan barang & komoditas.
- c. Memperluas pasar baik dalam negeri maupun luar negeri dan memperbanyak spektrum produk.

- d. Sebagai pusat kompetensi dalam industri transportasi darat yang mampu menyerap, mengimplementasikan, dan membagikan ilmunya untuk peningkatan kompetensi SDM.

2.4.5 Struktur Organisasi



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi INKA