

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini, kegiatan atau praktik-praktik hubungan masyarakat (kehumasan) semakin sulit untuk dipisahkan dengan kehidupan bisnis modern pada khususnya ataupun kehidupan organisasi-organisasi lainnya secara umum. Praktik-praktik kehumasan tersebut dilakukan untuk ikut serta membantu mencapai berbagai macam tujuan organisasi.

Hubungan masyarakat (humas) atau yang dalam bahasa Inggrisnya populer dengan sebutan *public relation* merupakan salah satu bagian dari kajian ilmu komunikasi yang paling pesat berkembang. Humas adalah suatu jalinan saling menguntungkan antara organisasi atau personal dengan publiknya yang didasari oleh kesadaran saling membutuhkan dan menghargai kepentingan masing-masing (Frida Kusumastuti, 2010).¹ Pola komunikasi

¹ Liestianingsih, Frida, Ratih, *Hubungan Masyarakat*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017) h. 2.2.

Humas dalam suatu organisasi pada prinsipnya adalah bahwa setiap bagian harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuannya. Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.² Komunikasi humas merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan antara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk mencapai saling pengertian.

Saat ini banyak organisasi semakin menyadari pentingnya mengaplikasikan kegiatan kehumasan menjadi salah satu bagian yang integral dan tak terpisahkan dalam kegiatan manajerial organisasi sehari-hari. Berbagai macam organisasi mulai mengakui bahwa banyak dari tujuan organisasi semakin mudah tercapai dan banyak pula permasalahan yang dihadapi oleh organisasi bisa dihindari atau mendapatkan solusi yang memuaskan dengan mengaplikasikan kegiatan kehumasan yang

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.22.

tepat dalam organisasi mereka. Fungsi humas adalah liasson atau penghubung antara organisasi/perusahaan dengan publik-publiknya. Sebagai liasson, humas dituntut untuk lebih netral dan tidak memihak salah satu kepentingan. Ibaratnya, humas adalah “penerjemah” suara-suara organisasi/perusahaan. namun ada juga yang memahami fungsi humas sebagai bridge atau jembatan bagi organisasi/perusahaan menuju publik. Fungsi ini mempertegas bahwa humas pada dasarnya lebih berpihak pada kepentingan organisasi/perusahaan dibandingkan kepentingan publik.³

Menurut Frank Jefkins, Humas memiliki tujuan meningkatkan favorable image/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali unfavorable image/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut.⁴ Dengan demikian tujuan Humas secara umum/universal adalah untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan kondisi-kondisi publik yang bersangkutan, dan memperbaikinya jika citra itu menurun/rusak.

³ Liestianingsih, Frida, Ratih, *Hubungan Masyarakat*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017) h. 2.3.

⁴ Andin Nesia, *Dasar-dasar humas*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), h. 34.

Menurut Lawrence L. Steinmetz didalam buku *Managing Small Business* mengartikan citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi. Menurut Lawrence bagi perusahaan citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan .⁵ Menurut jeffkins (1982 : 201) citra/image perusahaan yang didasari pada: (a) reputasi (baik buruk nama perusahaan), (b) aktifitas (kegiatan-kegiatannya), dan (c) perilaku manajemen perusahaan. dengan demikian image yang ditimbulkan adalah oleh perusahaan itu sendiri yang didasarkan pada ketiga hal tersebut.

Citra perusahaan merupakan asikoma penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan menuju puncak kesuksesan. Dan cara yang dapat ditempuh untuk membentuk citra dan menjaga keberlangsungan perusahaan, salah satunya yaitu melalui program CSR, karena tidak dipungkiri bahwa pencitraan suatu perusahaan akan dibuat sedemikian rupa dan disinergikan dengan

⁵ Siswanto Sutojo, *Membangun citra perusahaan*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2019), h. 1.

program CSR, sehingga perusahaan bisa memproteksi dari krisis kepercayaan masyarakat.

Bowem (1953) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam tujuan dan nilai-nilai masyarakat.⁶ Tanggung jawab sosial perusahaan ini mencakup isu-isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan perlindungan terhadap lingkungan. Karena CSR pada umumnya dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk menyeimbangkan dan menselaraskan antara kebutuhan atau sasaran ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dan pada saat yang bersamaan dapat memenuhi keinginan para *shareholders* dan *stakeholders*. Dan di Indonesia sendiri, CSR diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sehingga mewajibkan perusahaan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.

⁶ Totok Mardikanto, *CSR (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 86.

Salah satu perusahaan yang menarik untuk diteliti adalah PT Asahimas Chemical. PT Asahimas Chemical adalah perusahaan yang memproduksi beberapa jenis bahan kimia dasar untuk memenuhi kebutuhan perkembangan industri nasional agar dapat mengurangi ketergantungan pada produk impor.

PT Asahimas Chemical beroperasi selama 24 jam sehari dengan memperkerjakan lebih dari seribu orang karyawan yang mayoritas berasal dari lingkungan sekitar perusahaan, termasuk dari daerah Cilegon dan Serang, Banten. Hal ini dimaksudkan sebagai upaya mewujudkan kepedulian sosial terhadap lingkungan masyarakat secara terus menerus. Disamping menjalankan program padat karya, pembangunan puskesmas, pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi, dan menyediakan kesempatan berusaha bagi pengusaha kecil, dan lain-lain.

Di bidang mutu PT. ASC telah meraih sertifikat ISO 9001, sedangkan di bidang lingkungan PT. ASC telah meraih sertifikat ISO 14001, dan di bidang kesehatan dan keselamatan kerja PT. ASC juga telah meraih sertifikat OHSAS 18001 serta

menerapkan sistem manajemen K3 (SMK3). Semua pencapaian ini membuktikan komitmen PT. ASC terhadap kualitas produknya demi meningkatkan kepuasan pelanggan, pelestarian lingkungan hidup demi terjaganya kualitas lingkungan di masa depan serta terhadap keselamatan dan kesehatan kerja karyawan dan orang lain yang bekerja untuk dan atas nama PT. ASC. Perusahaan PT Asahimas Chemical juga di kenal memiliki citra yang baik oleh warga di lingkungan sekitarnya.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti secara lebih jauh mengenai “Peran Humas Dalam Melaksanakan Program Corporate Social Responsibility (Studi Deskriptif di PT Asahimas Chemical)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana peran humas dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility di PT Asahimas Chemical?

2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh humas dalam pelaksanaan kegiatan Corporate Sosial Responsibility di PT Asahimas Chemical?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari diadakannya peneltian ini adalah untuk

1. Mengetahui dan menganalisis pelaksanaan Program Corporate Social Responcibility di PT Asahimas Chemical.
2. Mengetahui dan menganalisis hambatan yang dihadapi oleh Humas PT Asahimas Chemical dalam pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responcibility.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti maupun masyarakat umum dalam kajian koserta diharapkan dapat memberi manfaat guna menambah khasanah keilmuan yang berkaitan dengan studi

membangun citra perusahaan secara khusus dan studi Humas secara umum.

- b. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan dan sarana evaluasi bagi Divisi Humas di PT Asahimas Chemical sehingga dapat meningkatkan program CSR.
- b. Sebagai bahan kajian bagi para peneliti yang dapat mengambil poin-poin pembelajaran dari penelitian ini dan diharapkan wacana tentang CSR ini berkembang kearah yang lebih baik.
- c. Sebagai informasi bagi praktisi bisnis (para pelaku usaha, pemegang saham, direksi dan komisaris) untuk memahami pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR serta melaksanakannya sebagai kepedulian dan komitmen dalam pelaksanaan CSR.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, Skripsi saudara/i Ulfa Widyaningrum yang berjudul “Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kantor Pos Besar Surakarta Dalam Membangun Citra Perusahaan)”. Dalam penelitiannya saudara/i Ulfa Widyaningrum memfokuskan riset pada mencari informasi mengenai peran humas dalam membangun citra perusahaan terkait dengan pergeseran fungsi PT. Pos Indonesia dari penyedia layanan distribusi pos menjadi penyedia multi layanan. Persamaan penelitian saudara/i Ulfa Widyaningrum dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan terletak dalam metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dan sama-sama meneliti tentang peran humas dalam meningkatkan citra perusahaan. kemudian perbedaan antara penelitian yang akan peneliti laksanakan dengan penelitian saudara/i Ulfa Widyaningrum adalah fokus penelitian yaitu pada peran eksternal dan internal, sedangkan penelitian yang akan peneliti laksanakan lebih fokus pada program CSR (Corporate Social Responsibility)

yang dilakukan oleh humas guna membangun dan mempertahankan citra perusahaan.

Kedua, skripsi saudara/i M.F Ratnaning Hatnani Handayani, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Atmajaya Yogyakarta yang berjudul “ Peran Public Relations dalam Implementasi Program Corporate Social Responsibility di PT Djarum Bakti Lingkungan Melalui Trees For Life Periode Januari-Desember 2010). Dari penelitiannya saudara/i Ratnaning Hatnani Handayani dapat ditarik kesimpulan bahwa Divisi Humas PT Djarum memiliki kewenangan dalam melakukan perumusan program kegiatan CSR, sebab mengembangkan strategi dan pelaksanaan merupakan salah satu tugas Divisi Humas. Persamaan penelitian saudara/i Ratnaning Hatnani Handayani dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan terletak pada objek yang diteliti yaitu tentang peran Humas. Kemudian perbedaan antara penelitian saudara/i Ratnaning Hatnani Handayani yaitu pada Lokasi penelitian.

F. Kerangka Teori

1. Pengertian Peran

Pengertian peran menurut Soekanto (2002: 243), yaitu peran adalah proses dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran. Dalam sebuah organisasi setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban atau tanggung jawab yang telah diberikan oleh masing-masing organisasi atau lembaga. Sedangkan menurut Gibson, Inancevich dan Donnelly (2002) peran adalah seseorang yang harus berhubungan dengan 2 sistem yang berbeda, biasanya organisasi.⁷

2. Pengertian Humas

Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa

⁷ Syaron Brigette Lantaeda, Florence Daicy, Joorie M Ruru, "Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Penyusunan RPJMD Kota Tomohon", Jurnal Administrasi Publik, Vol. 4, No. 48, 2018, h. 2.

berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.

Webster's New World Dictionary mendefinisikannya sebagai hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.⁸

Selanjutnya menurut Harlow, yaitu Hubungan masyarakat adalah sebuah fungsi manajemen yang khas membantu dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistic dari komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publik; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk terus memperoleh informasi dan responsive terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif;

⁸ Frazier Moore, *Humas (Membangun Citra Dengan Komunikasi)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h. 6.

berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya.⁹

3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dan menitik beratkan pada perhatian aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ardianto, 2011: 34). Di Indonesia, kewajiban dalam pelaksanaan CSR diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta dalam PPNo 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.¹⁰

Konsep CSR itu sendiri pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 yang menyatakan bahwa. “if refers to thr obligations of businessmen to persue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of

⁹ Suwatno, *Pengantar Public Relations Kontemporer*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), h. 3.

¹⁰ Asa Ria Pranoto, Dede Yusuf, “Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 18, No. 1, 2014, h. 40.

action which are desirable in term of the objective and values of our society”. Secara sederhana, Jhonatan Sofian menyebutkan CSR sebagai suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para stakeholder dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan. Stakeholder yang dimaksud di antaranya adalah para karyawan (buruh), kostumer, masyarakat, komunitas local, pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat.¹¹

G. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Isaac dan Michael, 1972: 17)¹².

¹¹ Marthin, Etal, “Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas”, Jurnal Hukum Pribadi dan Komersial Vol. 1 No. 1, 2017, h. 112.

¹² Jalaludin Rakhmat, Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi (Edisi Revisi Kedua)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 64.

Jadi, penelitian ini mendeskripsikan peran humas dalam melaksanakan program CSR di PT Asahimas Chemical.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Perusahaan PT Asahimas Chemical , yang beralamat di Desa Gunung Sugih Jl. Raya Anyer KM 122 Cilegon, Banten.

B. Fokus Penelitian

Secara umum, penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam melaksanakan program CSR di PT Asahimas Chemical. Secara khusus, penelitian ini difokuskan untuk mengetahui peran humas PT Asahimas Chemical dalam melaksanakan program CSR, dan mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi oleh humas PT Asahimas dalam pelaksanaan kegiatan CSR.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.tanpa mengetahui teknik

pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹³

1. Observasi

Menurut Riyanto (2001) menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian. Observasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.

Observasi langsung adalah mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subyek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan di dalam situasi buatan yang khusus diadakan. Sedangkan observasi tidak langsung adalah mengadakan pengamatan terhadap gejala-gejala subyek yang diselidiki dengan perantara alat. Pelaksanaannya dapat berlangsung didalam situasi yang sebenarnya maupun di dalam situasi buatan.

Adapun observasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan mendatangi langsung daerah atau wilayah yang merupakan

¹³ Hardani, dkk, *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), h. 121.

daerah program CSR PT Asahimas Chemical itu dilaksanakan. Disana, peneliti mengamati apa saja kegiatan yang dilaksanakan oleh humas PT Asahimas Chemical dalam program CSR ini.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Wawancara dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (face to face).¹⁴

Dalam hal ini, penulis akan mewawancarai Bapak Rofi Khalatif selaku Section Chief Public Affair PT Asahimas Chemical.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam, tidak hanya

¹⁴ Bagong Suyanto, Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), h. 69.

dokumen resmi.¹⁵ Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara cenderung merupakan data primer atau data langsung didapat dari pihak pertama. Metode ini digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian Peran Humas dalam Melaksanakan Program Corporate Social Responsibility di PT Asahimas Chemical.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, mejabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupu orang lain

¹⁵Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial (Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h.70.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan

Analisis menurut Miles dan Huberman (1992) dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Patilima, 2004). Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara melalui seleksi ketat. Melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yang dimaksud Miles dan Huberman, sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori,

flowcard, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan uraian-uraian sebelumnya atau, keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif dan deduktif. Simpulan yang dibuat harus relevan dengan fokus penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan.¹⁶

H. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini agar lebih sistematis dan terfokus pada batasan penelitian. Maka, penyusun sajikan gambaran dalam penelitian ini sebagai berikut :

¹⁶ Hardani, dkk, *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), h. 171.

BAB I PENDAHULUAN membahas tentang pendahuluan, yaitu gambaran keseluruhan penelitian yang akan dilakukan serta pokok-pokok permasalahan yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistemetika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI yang akan menjelaskan pengertian peran Humas, pengertian Corporate Social Responsibility (CSR).

BAB III GAMBARAN UMUM PT ASAHIMAS CHEMICAL DAN SUBYEK PENELITIAN akan membahas tentang sejarah terbentuknya PT Asahimas Chemical dan akan membahas tentang subyek lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN yang akan membahas hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP yang akan membahas kesimpulan hasil penelitian dan saran.