

## **Program Corporate Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi bagi Masyarakat**

**Lisna Fitriani<sup>1</sup>, Fajar Diah Astuti<sup>2</sup>**

Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kayu Putih, Pemuda, Indonesia

e-mail: [lisna009.fitriani@gmail.com](mailto:lisna009.fitriani@gmail.com), [fajar.fja@bsi.ac.id](mailto:fajar.fja@bsi.ac.id)

### **ABSTRAKSI**

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan kegiatan berkomunikasi yang dianggap penting dan patut untuk dipertimbangkan oleh tiap perusahaan. Hal ini dikarenakan salah satu tugas dari Hubungan Masyarakat (Humas) yakni sebagai instrument untuk bertanggungjawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggungjawab tersebut. Terutama kelompok publik internal dan publik eksternal khususnya masyarakat sekitar. Humas sebagai mediator dan komunikator dalam sebuah organisasi/lembaga meliputi salah satunya adalah membina hubungan baik dengan publik eksternal. Hal ini sangat erat kaitannya dengan peran dan tugas dari seorang Humas untuk menciptakan citra positif bagi instansinya. Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi merupakan salah satu instansi rumah sakit yang sadar akan hal tersebut. Oleh karena itulah Rumas Sakit Islam Pondok Kopi melakukan kegiatan CSR dengan tema Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi, dimana target sasarannya ialah beberapa wilayah yang menjadi langganan banjir di Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi, wawancara dengan beberapa narasumber, studi pustaka dan dokumentasi yang di dapatkan dari berbagai sumber. Sedangkan metode analisa data yang digunakan ialah deskriptif kualitatif.

**Kata Kunci: Humas, Corporate Sosial Responsibility dan Community Relations.**

### **ABSTRACT**

*Corporate Social Responsibility (CSR) is a communication activity that is considered important and should be considered by each company. This is because one of the tasks of Public Relations (PR) is as an instrument to be responsible for all groups entitled to these responsibilities. Especially the internal public groups and the external public, especially the surrounding community. Public relations as a mediator and communicator in an organization/institution includes one of which is fostering good relations with the external public. This is very closely related to the role and duties of a public relations officer to create a positive image for his agency. Pondok Kopi Jakarta Islamic Hospital is one of the hospital agencies that are aware of this. For this reason, Pondok Kopi Islamic Hospital Rumas carried out CSR activities with the theme of Social Service for the Bekasi Flood Disaster, where the targets were several areas that were subscribed to floods in Bekasi. This research uses observation research methods, interviews with several sources, literature studies and documentation obtained from various sources. While the data analysis method used is descriptive qualitative.*

**Keywords: Public Relations, Corporate Social Responsibility and Community Relations**

### **PENDAHULUAN**

Di Indonesia, organisasi bisnis tak lagi memandang dirinya sebagai institusi ekonomi belaka melainkan juga merupakan institusi sosial. Karena itu, organisasi bisnis pun mulai bersentuhan dengan persoalan-persoalan yang secara tak langsung ada kaitannya dengan kegiatan sosial seperti soal kepedulian sosial, lingkungan hidup, pengembangan masyarakat, dan penghormatan terhadap hak-hak asasi manusia yang diimplementasikan melalui salah satu program Public Relations atau Hubungan Masyarakat yakni *Corporate Social Responsibility* yang biasa disingkat CSR.

Dalam instansi, peran dan fungsi Humas itu sendiri layaknya roda penggerak dari program dan kegiatan yang dijalankan serta penunjuk arah keberhasilan instansi agar dapat dipandang baik oleh masyarakat.

Secara spesifik tugas Humas dalam organisasi menurut Fraser Seitel dalam Dewi (2013:24) adalah:

- a. Memelihara hubungan dengan pegawai. Contohnya mengelola media komunikasi internal seperti, newsletter, televisi, dan sebagainya.
- b. Mengoordinasi hubungan dengan media. Contohnya menyusun jadwal, interview, press release, press conference, dan menjawab pertanyaan media.
- c. Berkoordinasi dengan pemerintah setempat.
- d. Menjalani relasi dengan investor, termasuk di dalamnya stakeholders lain, yang tertarik untuk bergabung dengan organisasi.
- e. Mengoordinasi "printed voice" organisasi kepada publik melalui penyusunan naskah pidato, laporan tahunan dan brosur dan semacamnya.

Menurut Edward dalam Sari (2012:9) terdapat 3 fungsi utama Humas, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Dimana CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan maupun instansi pemerintah serta wajib dijalankan sesuai dengan prinsip CSR itu sendiri. Menurut Crowther David dalam Hadi, (Hadi, 2011) menguraikan bahwa prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*), antara lain:

#### 1. *Sustainability*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Dengan demikian *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa mendatang.

#### 2. *Accountability*

Merupakan usaha perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

#### 3. *Transparency*

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

Beberapa tahun terakhir ini, banyak sekali perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan tanggung jawab moral perusahaan terhadap lingkungan, khususnya masyarakat sekitar perusahaan. Kegiatan CSR dirasa perlu untuk dilaksanakan, terutama bagi perusahaan atau organisasi yang berada di dekat masyarakat. Hal tersebut dikarenakan adanya suatu hubungan yang saling ketergantungan antara perusahaan dengan masyarakat.

Kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi hal penting untuk dipertimbangkan oleh setiap perusahaan di Indonesia. Menjalin hubungan baik hingga pengakuan sebuah perusahaan oleh masyarakat merupakan hal utama alasan dilakukannya *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR dapat disimpulkan sebagai investasi sosial yang pada akhirnya akan menjadi penilaian citra perusahaan secara menyeluruh. Salah satu tugas Public Relations dalam sebuah organisasi atau perusahaan adalah menjaga dan meningkatkan hubungan baik antara organisasi dengan masyarakatnya melalui suatu program atau kegiatan, yaitu CSR.

Hal tersebut berkesinambungan dengan yang dikemukakan oleh Dwi Kartini, (Hadi, 2010) secara stimulan perusahaan akan menjalankan tiga jenis tanggung jawab yang berbeda-beda kepada pemangku kepentingan, dimana ketiga jenis tanggung jawab tersebut harus dijalankan secara seimbang. Penekanan kepada salah satu jenis tanggung jawab saja akan menyebabkan

perusahaan tidak seimbang. Ketiga jenis tanggung jawab perusahaan itu seperti:

#### 1. *Economic Responsibility*

Perusahaan korporasi dibentuk dengan tujuan untuk menghasilkan laba secara optimal.

#### 2. *Legal Responsibility*

Perusahaan korporasi harus mematuhi berbagai peraturan perundang-undangan.

#### 3. *Social Responsibility*

Tanggung jawab perusahaan yang harus dijalankan adalah tanggung jawab sosial perusahaan dengan sukarela meningkatkan komunitas.

Salah satu perusahaan yang konsisten dalam menyelenggarakan program CSR adalah Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi (RSIJPK). Tidak hanya berhenti pada pihak internal, namun tanggung jawab yang lebih penting ada pada pihak eksternal yaitu masyarakat. Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi menunjukkan tanggung jawab sosialnya melalui program CSR.

Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi (RSIJPK) diresmikan pada 10 Rabiul Awal 1407 H atau 12 Desember 1986 M oleh Gubernur Jakarta saat itu yaitu Bapak R. Seoprpto. Pada awal berdiri, RSIJPK bernama RS Islam Jakarta Cabang Klender yang merupakan cabang dari RS Islam yang berada di Cempaka Putih. Tahun 1992 RSIJPK berganti nama menjadi RS Islam Jakarta Timur, karena adanya peraturan dari Departemen Kesehatan bahwa nama suatu rumah sakit tidak diperkenankan menggunakan nama cabang. Tahun 1993 RSIJ Pondok Kopi dinyatakan berdiri secara independen dan mengelola manajemen secara mandiri, sesuai dengan izin Dirjen Pelayanan Medik Depkes RI Tanggal 11 Maret 1993 No. 0103/Yanmed/RSKS/SK/II/93. Sejak Tahun 2003 sampai sekarang namanya tetap menjadi RSIJ Pondok Kopi, sesuai dengan nama daerah tempat RSIJPK berdiri. RSIJPK mengalami pembangunan secara bertahap. Pada awal berdiri, pelayanan yang diberikan terbatas melingkupi UGD, klinik umum, klinik gigi, klinik anak, klinik penyakit dalam, klinik kebidanan, klinik bedah, dan unit farmasi. RSIJPK merupakan salah satu amal usaha Persyarikatan Muhammadiyah yang bergerak di jasa kesehatan. Pembangunan tahap pertama berlangsung pada Tahun 1986. Setahun kemudian RSIJPK melakukan pembangunan pada unit rawat inap sebanyak 40 tempat tidur. Seiring meningkatnya kebutuhan pelayanan kesehatan RSIJPK melakukan pembangunan ICU Tahun 1995, pembelian alat canggih CT SCAN Tahun 2001, pembangunan unit rawat inap VIP Tahun 2002, pembangunan gedung Al-Falaah SUPER VIP 2006, pembangunan gedung Az-Zahrawi Tahun 2007, dan terakhir pada Tahun 2010 dengan membangun pelayanan haemodialisa. Prestasi yang telah diraih RSIJPK diantaranya lulus ISO 9001 versi 2000 tahun 2005 dan Resertifikasi tahun 2008, lulus akreditasi 16 pelayanan Tahun 2009 (penuh tingkat lengkap), sertifikat ISO 9001: 2008 Tahun 2010 dan peringkat pertama Rumah Sakit Sayang Ibu dan Bayi Tingkat Provinsi Tahun 2010.

Pentingnya menjaga *image* baik perusahaan dengan memberikan rasa tanggung jawab sosial kepada

publik, membuat RS Islam Jakarta Pondok Kopi yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan melakukan program CSR secara berkala. RS Islam Jakarta Pondok Kopi melalui *Disaster Medical Comitte (DMC)* nya yang didanai oleh Lembaga Amal Zakat Infaq Sadakah (LAZISMU) melaksanakan program CSR tiap tahunnya dengan memberikan pelayanan sosial bagi masyarakat sekitar yang terkena dampak banjir tahunan. Dengan melakukan program CSR apakah memungkinkan mendongkrak citra dari Rumas Sakit menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan peduli terhadap masyarakat sekitar secara konsisten.

## METODOLOGI

Metode yang digunakan penulis ialah observasi tidak terstruktur karena penulis mengamati dan meneliti kegiatan tanpa harus terjun langsung dalam kegiatan yang dilakukan, tetapi penulis hanya mengumpulkan, mengolah dan menganalisa data yang didapatkan melalui interview dengan pihak Rumah Sakit Islam Pondok Kopi dan masyarakat serta melalui studi dokumentasi berupa telaah buku dan jurnal yang terkait serta internet dan website Rumah Sakit. Sedangkan Jenis penelitian menggunakan metode deskriptif. Dimana penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu. Sedangkan menurut Punaji Setyosari ia menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata. Hal senada juga dikemukakan oleh Best bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. (Syah, 2014)

Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Didalam penelitian deskriptif kuantitatif memusatkan pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah kejadian yang aktual dan berarti. (A. Muri, 2017)

Sedangkan subjek data adalah subyek dari mana data bisa diperoleh. Ada dua macam sumber data, yaitu: a. Data Primer--Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumber pertama yang dikumpulkan secara khusus melalui wawancara, hasil pengisian kuesioner serta observasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. b. Data Sekunder--Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.(A. Muri, 2017)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan Motto Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi: “Bekerja sebagai Ibadah, Ihsan dalam pelayanan”. Dimana kata “IHSAN” mengandung arti yaitu :

### 1. Ikhlas

Bekerja dengan penuh tanggung jawab dan memandang pekerjaan dan pelayanan, membantu sesama sebagai ladang beribadah pada Allah SWT.

### 2. Handal

Indikator pada handal adalah ketersediaan fasilitas pelayanan yang prima dan mutakhir, informasi yang akurat serta kompetensi SDM yang memadai.

### 3. Sinergi

Pelayanan yang diberikan kepada seluruh pelanggan, merupakan sinergi antara pelayanan kedokteran modern dengan pelayanan rohani.

### 2. Amanah

Bekerja dengan jujur, penuh tanggung jawab proporsional dan profesional.

### 3. Nyaman

Penataan lingkungan kerja dengan pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi seluruh pengunjung dan karyawan.

Dari motto tersebut Hal ini di implementasikan dalam Program Corporate Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi Dalam Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi, untuk membantu para korban banjir di Jabodetabek, khususnya daerah Bekasi yang menjadi target lokasi bencana. Dikarenakan wilayah Bekasi adalah wilayah yang terkena banjir sekaligus yang paling dekat dengan RSIJPK, dimana sebagian masyarakat yang menjadi korban banjir di wilayah Bekasi, merupakan para karyawan dari RSIJPK yang mempunyai tempat tinggal di daerah Bekasi yang tidak sedikit jumlahnya.

Program Corporate Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi Dalam Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi mengandung pesan, bahwa “Keindahan dan Kemuliaan setiap Muslim yang sesungguhnya bukan pada saat sholat, puasa, zakat dan naik haji, juga bukan pada saat membaca atau menghafal Alqur’an, pada saat ceramah dan membicarakan kemuliaan islam. Keindahan dan Kemuliaan Islam dari setiap pribadi Muslim yang sesungguhnya ada pada saat mereka mau peduli pada orang lain. Berbagi dengan orang-orang yang membutuhkan, dalam hal ini adalah masyarakat Jabodetabek khususnya Bekasi yang terkena bencana banjir. Selain itu, pelayanan kesehatan di rumah sakit adalah semata-mata upaya meningkatkan derajat kesehatan yang optimal dengan bersandar pada keyakinan bahwa segala musibah, ujian, cobaan serta kesembuhan yang hakiki hanya berasal dan kembali kepada Allah SWT”. Kita semua sebagai manusia hanya bisa berusaha dan berdoa dengan turut serta ikut menjaga lingkungan sekitar, agar musibah banjir yang menimpa masyarakat Jabodetabek tidak terjadi lagi.

Manfaat yang diperoleh bila perusahaan menjalankan program CSR seperti yang dikemukakan oleh Wibisono (2007:78) yaitu:

1. Mempertahankan atau mendongkrak reputasi atau brand image perusahaan;
2. Layak mendapatka social licence to operate;
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan;
4. Melebarkan akses sumber daya;
5. Membentangkan akses menuju market;
6. Mereduksi biaya pengeluaran perusahaan dengan pemanfaatan kegiatan CSR yang melibatkan masyarakat sekitar;
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders;
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator;
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan;
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Kotler dan Lee dalam Solihin (2009:32) menyebutkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh melalui pelaksanaan CSR yaitu seperti peningkatan penjualan dan market share, memperkuat brand positioning, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan.

Pelaksanaan aktifitas CSR, seperti dikemukakan oleh Solihin (2009:28) bertujuan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas perusahaan, terutama yang menyangkut bidang-bidang sebagai berikut:

1. Disclosure of material information (pengungkapan informasi yang material);
2. Employment and industrial relation (hubungan ketenagakerjaan yang material);
3. Environmental management (manajemen lingkungan hidup);
4. Bribery (penyuapan);
5. Competition (kompetisi);
6. Science and technology diffusion (penyebaran ilmu pengetahuan dan teknologi);
7. Taxation (perpajakan).

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa CSR memberikan manfaat kepada kedua belah pihak yaitu organisasi dan masyarakat. Dimana masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidupnya. Sedangkan perusahaan memperoleh penilaian positif dari masyarakat dan karyawan sehingga pada akhirnya menjamin keberlangsungan usaha.

Sedangkan strategi dan taktik yang digunakan oleh Humas Rumah Sakit Islam Pondok Kopi yakni:

#### 1. Strategi

Melayani dengan ikhlas, didukung SDM dan fasilitas yang handal, dengan membangun sinergi sebagai wujud menunaikan amanah guna memberi rasa nyaman bagi setiap pelanggan dan seluruh publiknya. Baik publik internal maupun eksternal. Hal ini di implementasikan dalam bentuk kegiatan Program Corporate Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi.

#### 2. Taktik

RS Islam Jakarta Pondok Kopi sebagai Amal Usaha Muhammadiyah di bidang kesehatan, dalam perjalanannya membentuk DMC (Disaster Medical Committe). Program yang bekerjasama dengan LAZISMU RS Islam Jakarta Pondok kopi ini, bertujuan untuk ikut serta menanggulangi berbagai bencana yang terjadi di Indonesia, salah satunya adalah Program Corporate Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi Dalam Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi. Kiprahnya telah dapat dirasakan oleh masyarakat yang menjadi korban bencana banjir tersebut.

Kegiatan CSR tidak lagi dipandang sekedar membagi-bagikan hadiah atau uang secara insidental, melainkan secara strategis merencanakan program yang bisa melahirkan dampak atau outcome bukan sekedar hasil atau output. Dengan begitu, maka program dan kegiatan CSR bisa memiliki manfaat dan jangka panjang baik bagi organisasi maupun komunitas.

No	Program	Tujuan	Kriteria Evaluasi
1.	CSR Humas RSIJPK dalam Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi	Tanggung jawab serta bentuk kepedulian Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi kepada masyarakat yang menjadi korban banjir dalam penanggulangan bencana banjir di wilayah Jabodetabek, khususnya Bekasi.	a. Berkurangnya jumlah masyarakat yang terkena penyakit yang sering diderita masyarakat pada saat banjir. Seperti muntaber, diare, penyakit kulit, dsb b. Dengan adanya bantuan logistik, tidak sampai terjadi kasus kelaparan pada saat banjir, karena tercukupinya kebutuhan pangan untuk para korban banjir. c. Peningkatan jumlah pasien yang berobat ke RSIJPK pasca kegiatan CSR d. Peningkatan Kinerja karyawan RSIJPK yang

			juga ikut menjadi korban banjir Bekasi karena telah merasakan bantuan dari program tersebut.
--	--	--	--

oleh RSIJPK sangat membantu sekali bagi masyarakat Bekasi yang terkena bencana banjir. Bantuan logistik, obat-obatan, evakuasi sangatlah besar manfaatnya bagi para korban bencana banjir. Tersedianya bahan makanan, tempat pengungsian, pemulihan kesehatan dari serangan penyakit pada saat dan pasca banjir membuat beban para korban bencana menjadi lebih ringan. Dan masyarakat pun menjadi senang.

#### KESIMPULAN

CSR nampaknya dapat dijadikan salah satu dari sekian alternative yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggungjawab perusahaan terhadap berbagai persoalan mendasar, seperti penanggulangan bencana yang diakibatkan oleh seringnya bencana alam yang terjadi di negeri ini. CSR dapat dijadikan strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Rumah Sakit Islam Pondok Kopi telah melaksanakan beberapa program CSR yang merupakan bentuk kepedualian terhadap sesama. Untuk memperkokoh tanggungjawab sosial, perusahaan memang perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan, yang berarti CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya melaikan laba di masa mendatang guna meningkatkan citra instansi. Karena melalui hubungan yang baik maka timbal baliknya masyarakat juga akan menjaga eksistensi instansi dengan baik.

#### REFERENSI

- A. Muri, Y. (2017). 2. Penelitian Deskriptif Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (p. 62).
- Dewi, Fitriani Utami. (2013). *Public Speaking Kunci sukses Berbicara di Depan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sari, Betty Wahyu Nilla. (2012). *Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syah, H. (2014). Penelitian Deskriptif. *Int J Qual Health Care Metode Penelitian Bisnis. Edisi Terjemahan. Jakarta:= Penerbit Erlangga*. Retrieved from <http://penalaran-unm.org/deskriptif-kuantitatif/>
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, PT Gramedia, Jakarta

Setiap program yang telah diselenggarakan, biasanya Unit Humas RS Islam Jakarta Pondok Kopi selaku pelaksana program CSR membuat suatu laporan pertanggung jawaban atau evaluasi untuk melihat sejauh mana kesuksesan kegiatan tersebut. Dan juga untuk melihat apabila ada kendala yang terjadi maka secepatnya ditetapkan pemecahan masalahnya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu staf Humas RSIJPK, strategi yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok kopi guna menjalankan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan, yakni melalui kegiatan Program Corporate

Social Responsibility Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi Dalam Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi, memberikan hal positif yang berguna dan berdampak besar bagi para penduduk yang menjadi korban bencana banjir di wilayah Bekasi. Dan kegiatan tersebut dapat terealisasi sesuai dengan apa yang diharapkan. Kegiatan bakti sosial ini juga berjalan dengan sangat lancar, bantuan dapat tersalurkan dengan baik dan sampai kepada para penduduk yang menjadi korban bencana banjir. Dalam kegiatan bakti sosial ini pihak internal RSIJPK sendiri meliput dan mempublikasikan acara tersebut melalui Majalah PEDULI. Karena kegiatan ini memiliki news value yang sangat tinggi. Dan dengan adanya kegiatan CSR ini berdampak positif bagi hubungan Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi dengan masyarakat sekitar sekitar yang sudah mendapatkan bantuan dari RSIJPK.

Selanjutnya Staf Humas RSIJPK menjelaskan bahwa RSIJPK memang sudah mempunyai tim penanggulangan bencana yang bernama Disaster Medical Committe (DMC) RSIJPK yang dipersiapkan untuk menanggulangi setiap bencana yang ada di tanah air. Salah satunya adalah Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi. Dan kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang diharapkan.

Salah satu warga Bekasi sekaligus salah satu karyawan RSIJPK yang sekaligus juga menjadi korban banjir, mengatakan kegiatan bakti sosial yang dilakukan