

## **Analisis Penerapan *Good Corporate Governance* Media Massa Melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility***

**Sandy Permata**  
Universitas Mercu Buana, Jakarta

**Submitted** : 28 Mei 2021  
**Accepted** : 10 Juli 2021  
**Published** : 23 Juli 2021

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat penerapan Tata Kelola Perusahaan media massa khususnya media televisi dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada stakeholder internal dan eksternalnya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih. Tujuan penelitian ini untuk memberikan masukan bagi Perusahaan Media Massa dalam mengembangkan tata kelola perusahaan yang baik pada stakeholders melalui program CSR., dimana industri media saat ini berupaya selalu menjaga loyalitas pemirsanya tidak hanya berdasarkan program-program acara yang disajikan namun juga dari pengelolaan korporasi yang baik dan bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Dari hasil analisis yang dilakukan, Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih telah melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan Prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik yang mengedepankan transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian dan perlakuan adil kepada stakeholder internal dan eksternalnya. Hal tersebut menjadikan Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih dan Program CSR yang dilakukan membawa citra positif bagi perusahaan media.

**Kata kunci** : Komunikasi organisasi, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*

### **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim to see the implementation of Corporate Governance of the mass media, especially television media in providing accountability to internal and external stakeholders through the Corporate Social Responsibility (CSR) program through activities carried out by the Pundi Amal Peduli Kasih Foundation. The long-term goal is to provide input for Mass Media Companies in developing good corporate governance to stakeholders through CSR programs, where the media industry currently strives to maintain loyal audience loyalty based on the programs presented but also from good corporate management and responsible. This research was conducted using a qualitative descriptive method with a case study approach. Data collection techniques for in-depth interviews. From the results of the analysis conducted, the Pundi Amal Peduli Kasih Foundation has carried out Corporate Social Responsibility activities in accordance with the principles of good corporate governance that prioritizes transparency, accountability, responsibility, independence and fair treatment to internal and external stakeholders. This makes the Pundi Amal Peduli Kasih Foundation and the CSR Program carried out carry a positive image for the media companies.*

**Keywords** : Organization Communication, CSR, *Good Corporate Governance*

**Korespondensi:** Sandi Permata . Universitas Mercu Buana. Jl. Raya, RT.4/RW.1, Meruya Sel., Kec. Kembangan, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kode Pos: 11650. *Email:* [sandy.permata@mercubuana.ac.id](mailto:sandy.permata@mercubuana.ac.id)

## PENDAHULUAN

Perusahaan media massa saat ini semakin tumbuh dan berkembang mengikuti apa yang menjadi kebutuhan masyarakat saat ini. Selain memiliki fungsi dasar sebagai alat pemberi edukasi, alat pengagas hiburan dan membantu para pengiklan untuk menjelaskan produk atau jasa yang dihasilkannya, perusahaan media massa juga memiliki fungsi sebagai kontrol sosial pers berfungsi untuk menyampaikan dan memaparkan peristiwa buruk, atau keadaan yang menyalahi aturan, tidak pada tempatnya yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut dilakukan semata-mata agar masyarakat menyadari kejadian disekitarnya, dan waspada serta dapat melakukan pencegahan agar kejadian serupa tidak terulang kembali.

Media juga menjadi alat perubahan sosial dan pemberi inovasi baru kepada masyarakat. Media ikut serta dalam proses kemandirian yang dilakukan oleh masyarakat dengan memberikan program program yang edukatif dan pada akhirnya akan mendorong terciptanya masyarakat yang cerdas dan sejahtera. Dari beberapa fungsi di atas terlihat bahwa media massa sebagai jembatan antara semua pihak sosial, yang dapat membantu melakukan perubahan sosial dan pembaharuan didalam masyarakat dalam berbagai sisi. Media massa dapat melakukan sebuah perubahan sosial dan pembaharuan sosial tentunya diharapkan bekerjasama dengan stakeholders eksternalnya yaitu masyarakat setianya, melalui program-program tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan, media massa dapat menjalankan fungsi kontrol sosial yang baik dan juga membangun reputasi yang baik pula kepada para pemirsa setianya.

Media massa harus memiliki tata kelola perusahaan yang baik , agar dalam pelaksanaan program Tanggung jawab social tersebut dapat berjalan lancar dan dapat dipertanggung jawabkan pula. Istilah *good governance* mulai mengemuka di Indonesia pada tahun 1990-an, seiring dengan interaksi antara pemerintah Indonesia dengan negara-negara luar. *Good Corporate Governance* adalah mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar tercapai keseimbangan antara kekuatan dan kewenangan perusahaan. (Adrian Sutedi,2012). Sementara seperti yang dikutip berdasarkan Perhumas, menyatakan bahwa Sebagai Humas di era revolusi

ANALISIS PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(SANDY PERMATA)

industri 4.0 kita dituntut untuk lebih dinamis, kreatif dan inovatif serta terlibat secara aktif dalam menyukseskan *Good Corporate Governance* terutama dalam mengoptimalkan fungsi Humas terkait meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang akan menciptakan Trust dari publik. Dengan membangun komunikasi melalui berbagai channel baik itu website maupun aplikasi mobile. Bagaimana komunikasi terbangun dengan setiap stakeholder menjadi kunci keberhasilan komunikasi dalam tata kelola perusahaan.  
<http://www.perhumas.or.id/pengembangan-komunikasi-dalam-tata-kelola-perusahaan-yangbaik/>)

Surya Citra Televisi dan Indosiar dibawah EMTEK Group yang merupakan salah satu korporasi media terbesar di Indonesia, berupaya melakukan kegiatan tanggung jawab sosial kepada masyarakat melalui Program Pundi Amal yang dikelola oleh Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih (YPP). Sebagai perusahaan media massa, SCTV dan Indosiar juga ingin berbuat lebih banyak bukan hanya terbatas menyampaikan informasi, melainkan juga berpartisipasi dalam penanganan masalah sosial dan kemanusiaan. Hal ini dilakukan sebagai perwujudan dari tanggungjawab social perusahaan sekaligus juga menjadi jembatan untuk meningkatkan kepedulian pemirsa terhadap sesama. (ypp.co.id)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan *Public Interest Research and Advocacy Center* (PIRAC) dan Perhimpunan Filantropi Indonesia (PFI) menemukan sejumlah kelemahan media massa dalam mengelola dana sumbangan publik. Kelemahan itu menyangkut pelaporan dana, kurangnya keterlibatan donatur, ketidaktepatan alokasi sumbangan, dan lemahnya kapasitas tenaga pengelola. Permasalahan lain, banyak media yang tidak menggunakan rekening khusus, tidak memiliki izin, mencampuradukkan sumbangan masyarakat dengan program Corporate Social Responsibility (CSR) media bersangkutan. Bahkan, ada bantuan masyarakat yang disalurkan untuk kepentingan partai politik. (<https://dewanpers.or.id/berita/detail/651/Kelemahan-Pengelolaan-Sumbangan-Publik-olehMedia>)

Melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dikembangkan oleh PT Emtex Group diharapkan dapat menjalankan fungsi sosial media massa kepada stakeholders eksternalnya dan juga menjadi bagian dari penerapan *Good Corporate Governance* di bidang usaha media massa. Untuk mendapatkan kepercayaan dan reputasi yang baik dari semua stakeholders eksternalnya SCTV melalui Humasnya dapat menerapkan nilai-nilai *Good*

*Corporate Governance* pada setiap kegiatan CSR yang dilakukan. Program CSR yang dilakukan oleh SCTV diharapkan tidak hanya memberikan manfaat banyak kepada para masyarakat yang membutuhkan pada setiap bidang bantuannya seperti pada bidang kemanusiaan, bidang sosial, bidang pendidikan, dan bidang lingkungan/komunitas, namun memberikan manfaat pada perusahaan dengan nama baik dan kepercayaan dari semua stakeholders nya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan *Good Corporate Governance* Media Massa Melalui Kegiatan CSR”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *good corporate governance* media massa melalui kegiatan CSR untuk menerapkan *Good Corporate Governance* media massa berdasarkan prinsip *Good Corporate Governance* antara lain : *Transparency, accountability, responsibility, independency, dan fairness*, dengan pendekatan perusahaan media massa.

Rogers (dalam Effendy, 2004) mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. GoldHaber (dalam Fajar, 2009) mengatakan komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain.

Public relations adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2005). Tujuan aktivitas Public relations yang dijalankan organisasi adalah membangun pemahaman publik terhadap organisasi sehingga dapat terbangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya dan terpelihara pulalah citra organisasi tersebut (Iriantara, 2003).

Dalam membina hubungan dengan stakeholder atau publik eksternalnya setidaknya ada dua bentuk kegiatan *public relations* yang dilakukan, yakni kegiatan komunikasi dan non komunikasi yang tujuan akhirnya adalah membentuk citra positif dari perusahaan. Kegiatan komunikasi tersebut biasanya berupa penyebaran informasi, pandangan organisasi atas satu masalah, data atau fakta. Sedangkan kegiatan non komunikasi itu, antara lain yang dilakukan dalam *community relations* merupakan tindakan untuk memperbaiki kualitas hidup komunitas atas peran serta organisasi, seperti membangun fasilitas publik, upaya pengembangan masyarakat (*Community Development*), dan kegiatan sosial.(Iriantara, 2003).

**ANALISIS PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***  
(Sandy Permata)

Dalam buku *Strategic Planning For Public Relations* yang ditulis oleh Ronald D. Smith (2005) mengatakan bahwa model strategi public relations yang logic dan simple yaitu :

**Phase one : Formative Research**

*Analyzing the situation;*

*2. Analyzing the organization;*

*3. Analyzing the public;*

**Phase Two: Strategy**

*4. Establishing Goals and Objectives;*

*5. Formulating Action and Response Strategies;*

*6. Using Effective Communication;*

**Phase Three: Tactic**

*7. Choosing Communication Tactics;*

*8. Implementing The Strategic Plan;*

**Phase Four : Evaluative Research**

*9. Evaluating the Strategic Plan (smith, 2005)*

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu kegiatan eksternal humas yang bertujuan membina hubungan baik dengan komunitas sekitar (Kartini, 2009). CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Menurut Carol (2006) suatu perusahaan melakukan corporate social responsibility nya berdasarkan 4 jenis motif tanggung jawab sosial yaitu: economic responsibilities (tanggung jawab ekonomi), legal responsibilities (tanggung jawab hukum), ethical responsibilities (tanggung jawab etika), dan philanthropic responsibilities (tanggung jawab sukarela).

Stakeholder theory menjelaskan bagaimana mengelola hubungan yang baik antara organisasi dan stakeholdernya. Dalam pandangan sebelumnya, korporasi dianggap sebagai hak milik dari pemiliknya atau pemegang saham saja, mereka tidak dianggap memiliki tanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan oleh kegiatannya terhadap orang lain. Menurut Freeman (Freeman, 2010) stakeholder theory telah berusaha mengubah pandangan ini. Stakeholder theory mencoba menjawab dan mengkonsep ulang sejumlah masalah yaitu ;

- a) Masalah penciptaan nilai dan pertukaran
- b) Masalah etika kapitalisme
- c) Masalah pandangan manajerial

*Good corporate Governance* dapat didefinisikan sebagai Tata Kelola Perusahaan yang baik. Dalam sebuah jurnal yang berjudul *Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia* mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan guna menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua stakeholder (Kaihatu, 2006).

Konsep tata kelola perusahaan yang sehat yaitu tata kelola organisasi yang tentunya bisa menciptakan iklim perusahaan yang baik bagi seluruh stakeholder perusahaan. Konsep ini bisa terlaksana pada suatu perusahaan dengan menerapkan lima prinsip, berupa :

- a. *Transparency*
- b. *Accountability*
- c. *Responsibility*
- d. *Independency*
- e. *Fairness*

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, seperti yang dikutip Moleong (2010), menjelaskan penelitian kualitatif sebagai berikut:

“Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Secara umum, studi kasus merupakan penelitian yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena-fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata.”

Untuk mendapatkan data yang lengkap maka peneliti melakukan Teknik pengumpulan data melalui Wawancara mendalam dengan Head of CSR SCTV dan Ketua Pelaksana Yayasan

Pundi Amal Peduli Kasih (YPP) . Sebagai Informan tambahan peneliti juga melakukan wawancara dengan Staff Humas pelaksana harian CSR SCTV. Selain itu data tambahan juga akan didapatkan melalui dokumentasi dan literatur terkait CSR Media massa pada website dan media sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melakukan Kegiatan Corporate Social Responsibility**

Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih (YPP) melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility pada perusahaan Media Massa dibawah EMTEK GROUP yaitu SCTV dan INDOSIAR, yang mengedepankan pada bantuan social kepada masyarakat dibidang Kesehatan, Pendidikan, Lingkungan serta Tanggap Bencana. Kegiatan Pengelolaan dana masyarakat yang dilakukan secara social tersebut harus sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu membina hubungan baik perusahaan dengan lingkungan sekitar, sehingga perusahaan media tersebut mendapatkan citra yang baik dimata masyarakat dan dapat menjalankan bisnisnya dengan lancar.

Berdasarkan Steps of Strategic Public Relations yang dikemukakan oleh Smith 2005, Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih telah menjalankan bentuk kegiatan Corporate Social Responsibilitynya, dengan melalui beberapa tahapan antara lain dibawah ini :

#### **A. Tahap Satu : Formative Riset**

Pada tahap ini Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melakukan analisis situasi ketika pertama kali akan melakukan kegiatan bantuan dalam bidang kesehatan, Pendidikan maupun lingkungan. Setelah itu, YPP juga menganalisis organisasi atau mitra kerjanya yang bekerja sama dengan YPP untuk melaksanakan kegiatan social tersebut. YPP bekerja sama dengan Mitra secara Netral dan tidak memihak pada kalangan manapun. YPP juga melakukan Analisa publiknya dengan melakukan survey ke lapangan untuk mengkonfirmasi kondisi calon penerima bantuan yang disesuaikan dengan standard penerima bantuan social yang telah ditetapkan oleh YPP

#### **B.Tahap Dua : Strategy dan Taktik**

Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melakukan strategi dalam pelaksanaan kegiatan social nya dengan melakukan kerja sama dengan mitra seperti LSM, Organisasi Sosial lain, Masyarakat

**ANALISIS PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(Sandy Permata)**

sekitar dan pihak-pihak yang ingin ikut berperan serta dalam upaya membantu keberlangsungan masyarakat, baik yang membutuhkan bantuan dalam sector lingkungan, seperti bantuan pembuatan jalan, pembuatan saluran air bersih, kemudian juga bantuan dalam sector kesehatan seperti pengobatan pada anak yang memiliki ketidak sempurnaan fisik,serta dalam bidang Pendidikan seperti memberikan bantuan fisik pada pembangunan sekolah dan bantuan supporting pada siswa seperti pembelian alat-alat keperluan sekolah. Kegiatan tersebut selalu dilakukan Bersama sama mitra dan diinformasikan kepada seluruh masyarakat dan pemirsa setia nya melalui proses pemberitaan pada setiap aktivitas yang dilakukannya.

### C.Tahap Tiga : Evaluasi

Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melakukan evaluasi terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility yang telah dilakukan , dengan melihat hasil perubahan dari bantuan yang telah diberikan dan kemanfaatan yang dirasakan oleh penerima bantuan, serta kemandirian dan itikad baik masyarakat penerima bantuan untuk senantiasa menjaga bantuan yang sudah diberikan. Selain itu Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih juga melakukan audit internal dan eksternal yang dilakukan diakhir tahun kegiatannya.

### **Penerapan Good Corporate Governance dalam Kegiatan CSR yang Dilakukan oleh Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih**

Dalam pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility , Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melaksanakan sesuai dengan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Seperti yang dikemukakan Kaihatu,2006 bahwa Good Corporate Governance sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan semua perusahaan guna menciptakan nilai tambah (value added) untuk semua stakeholders.

Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih menerapkan lima prinsip, antara lain :

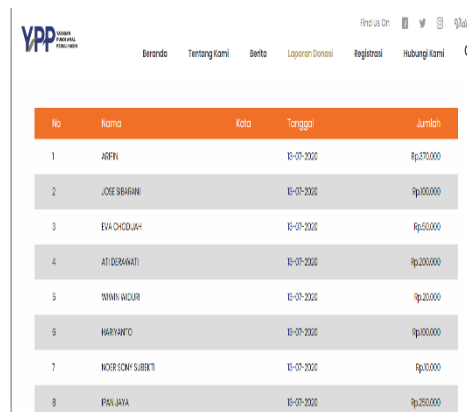
#### 1. Transparency

Merujuk pada keterbukaan informasi, tranparansi juga melihat pada penyediaan informasi yang memadai, akurat dan tepat waktu kepada stakeholdersnya. Dalam penggalangan dana yang dilakukan oleh YPP ,proses transparansi dilakukan karena informasi jumlah dana yang diterima beserta identitas jelas penyumbang dana ditampilkan setiap hari

**ANALISIS PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(Sandy Permata)**

secara lengkap pada website [www.ypp.co.id](http://www.ypp.co.id). Selain itu YPP juga selalu memberikan bentuk pelaporan berita terhadap kegiatan kegiatan CSR yang sedang dan sudah dilakukan, dan dilakukan publikasi melalui media group dibawah EMTEK, seperti SCTV dan INDOSIAR, social media dari YPP serta VIDIO.COM.

Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih juga selalu melakukan audit setiap akhir tahun secara internal dan eksternal, dan hasil dari audit tersebut, dipublikasikan pada website resmi YPP dalam bentuk Laporan Tahunan YPP. Dengan melakukan hal tersebut, YPP mendapatkan kepercayaan dari stakeholders nya yaitu para donatur penyumbang dana yang selalu yakin dan percaya untuk memberikan sejumlah dana nya kepada YPP untuk digunakan dalam kegiatan sosialnya. Laporan donasi dari para penyumbang dapat dilihat dan selalu diperbarui pada website resmi [ypp.co.id](http://ypp.co.id)



No	Nama	Kota	Tanggal	Jumlah
1	ABRI		18-07-2020	Rp.270.000
2	JOSE SEBASTIAN		18-07-2020	Rp.100.000
3	EVA CHODUJAH		18-07-2020	Rp.50.000
4	ATI DEBAMATI		18-07-2020	Rp.200.000
5	NIHAN WIGUR		18-07-2020	Rp.20.000
6	HARYANTO		18-07-2020	Rp.100.000
7	MICROSONY SUBIOTI		18-07-2020	Rp.10.000
8	PAN JAYA		18-07-2020	Rp.350.000

Gambar 1 Unggahan website [www.ypp.co.id](http://www.ypp.co.id)

Sumber : <https://www.ypp.co.id/laporan-donasi> (diakses tanggal 13 Juli 2020)

## 2. Accountability

Meliputi kejelasan fungsi, struktur, system dan pertanggung jawaban perusahaan sehingga semua kegiatan yang dikelola dapat terlaksana secara efektif. Kegiatan Corporate Social Responsibility pada perusahaan media EMTEK Group yaitu Pundi Amal SCTV dan Peduli Kasih INDOSIAR, berada dibawah organisasi nirlaba Yayasan Pundi Amal SCTV berdiri pada tahun 2015 berdasarkan Akte Notaris No. 38, di Jakarta dan mendapatkan pengesahan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan SK Nomor AHU-0023500.AH.01.04.Tahun 2015. Pengelolaan kegiatan CSR yang dilakukan oleh YPP berdasarkan perijinan yang dilakukan kepada Kementrian Sosial Yang harus diperbarui setiap tiga bulan. Selain itu system dalam pengumpulan dana yang dilakukan oleh YPP juga sesuai

**ANALISIS PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
(Sandy Permata)

dengan aturan yang ditetapkan pemerintah, yakni membagi dua jalur untuk dana yang masuk untuk membantu pada sector umum, seperti Pendidikan, kesehatan dan lingkungan, dan , Jalur dana khusus untuk bantuan bencana yang harus disalurkan sesuai dana yang diterima, Hal tersebut selalu dilakukan YPP sesuai aturan yang ada.

### 3. Responsibility

Yakni pertanggung jawaban dan kepatuhan dalam pengelolaan prinsip Korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih melakukan pelaporan secara berkala kepada Kementrian Sosial selaku stakeholders eksternal yang berasal dari Pemerintah serta melakukan pelaporan juga kepada stakeholders internalnya yaitu kepada Dewan Pengawas Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih

Berikut dibawah ini salah satu contoh dari Laporan Keuangan Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih Yang telah dilakukan Audit oleh Auditor Internal dan Eksternal



Gambar 2 Unggahan Website [www.ypp.co.id](http://www.ypp.co.id)

Sumber : <https://www.ypp.co.id/laporan-keuangan> (diakses tanggal 13 Juli 2020)

### 4. Independency

Adalah kemandirian yaitu keadaan dimana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan dan tekanan dan sesuai dengan prinsip korporasi yang sehat. Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih juga tidak memberikan pembatasan terhadap penyumbang dana yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan social yang dilakukan, karena YPP tidak berpihak dan berkepentingan pada salah satu organisasi tertentu lainnya, sehingga memberikan kebebasan kepada semua masyarakat untuk ikut berpartisipasi baik untuk memberikan sumbangan dana maupun bekerja sama menjadi mitra yang membantu melakukan operasional kegiatan dan melakukan supervisi kegiatan sosial yang dilakukan sejak awal sampai akhir.

## 5. Fairness

Yaitu setara dan kewajaran serta perlakuan yang adil dalam memenuhi hak-hak stakeholders yang timbul berdasarkan perjanjian dan perundangan yang berlaku. Dalam hal ini Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih memberikan dan memenuhi hak stakeholders yaitu penyumbang dana dengan selalu memberikan informasi yang bersifat terbuka dan juga details melalui program berita yang ditayangkan terkait kegiatan kegiatan yang sedang dilakukan oleh YPP. Serta kepada stakeholders eksternal lainnya yaitu komunitas dan masyarakat penerima bantuan, YPP juga berlaku adil dan memenuhi hak nya dengan cara selalu berupaya memberikan pengetahuan dan edukasi baru dalam setiap kegiatan social yang dilakukan, sehingga masyarakat tidak hanya menerima bantuan dalam bentuk dana, namun menerima bantuan yang sifatnya mendidik masyarakat menjadi lebih baik ke depannya, dan bertanggung jawab terhadap perubahan perubahan yang terjadi di sekelilingnya atas bantuan dari program CSR yang dilakukan oleh Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih.

Jika dikaitkan dengan beberapa penelitian sebelumnya , maka penerapan prinsip Good Corporate Governance ini dilakukan untuk memberikan keyakinan kepada para stakeholders mengenai reputasi perusahaan atau korporasi yang dapat dilakukan melalui kepatuhan-kepatuhan yang dijalankan sesuai dengan peraturan yang ada sehingga terjadi transparansi antara korporasi dan stakeholders nya yang menimbulkan nilai tambah bagi korporasi itu sendiri. Seperti yang dikemukakan pada Stakeholders Theory. Salah satu prinsip stakeholder teori adalah bahwa setiap orang harus bertanggung jawab atas dampak perbuatan mereka terhadap orang lain (Freeman et al.2010). Tanggung jawab tersebut bisa diwujudkan dalam bentuk penciptaan nilai tambah bagi orang-orang yang terkena dampak tersebut. Dalam konteks bisnis, orang-orang tersebut paling tidak terdiri dari pelanggan, karyawan, pemasok, masyarakat dan penyandang dana

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih dapat disimpulkan bahwa Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih telah menjalankan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam bidang Pendidikan, kesehatan, lingkungan dan juga bantuan tanggap bencana sesuai dengan Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance* ) yang baik. Hal tersebut dinyatakan pula Oleh Ketua Pelaksana Yayasan Pundi

ANALISIS PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* MEDIA MASSA MELALUI KEGIATAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(Sandy Permata)

Amal Peduli Kasih, bahwa YPP bertanggung jawab terhadap semua aturan yang telah ditetapkan oleh Stakeholders Internal Yaitu Direktur EMTEK dan juga Ketua Umum Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih dan Stakeholders Eksternal yaitu Kementerian Sosial. Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih juga mendapatkan penghargaan dari Kementerian Sosial karena kepatuhan dalam memberikan Laporan pertanggung jawaban dari setiap kegiatan Corporate Social Responsibility yang dilakukan.

Prinsip-prinsip Tata Kelola Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan oleh Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih sangat membantu pembentukan citra yang positif terhadap korporasi media yang berada dibawah EMTEK Group yaitu SCTV dan INDOSIAR. Hal ini tentunya dilakukan untuk terus memberikan kepercayaan secara maksimal kepada para penyumbang dana yang merupakan Stakeholders yang harus terus dipertahankan, sehingga citra positif Korporasi Media SCTV dan INDOSIAR, dalam ruang lingkup pemberitaan dapat terus terjaga sesuai dengan pertanggung jawaban yang terus dilakukan juga oleh Yayasan Pundi Amal Peduli kasih dalam lingkup tanggung jawab sosial perusahaan.

## REFERENSI

- Carol, A. a. (2006). *Ethics and Stakeholders management, 7th Edition*. South Western: Cengage Learning.
- D.Smith, R. (2005). *Strategic Planning for Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Freeman, E. (2010). *Stakeholders Theory The State Of The Art*. Cambridge.
- Iriantara, Y. (2003). *Community Relations*. Bandung: Simbiosis .
- Jefkins, F. (2005). *Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kartini, D. (2009). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Manajemen dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Refika Aditama.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Rosda .
- PERHUMAS. (n.d.). Retrieved from <http://www.perhumas.or.id/pengembangan-komunikasi-dalam-tata-kelola-perusahaan-yang-baik/>
- Pers, D. (n.d.). Retrieved from 15. <https://dewanpers.or.id/berita/detail/651/Kelemahan-Pengelolaan-Sumbangan-Publik-olehMedia>
- S.Kaihatu, T. (2006). Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol 8 No 1, 1-9*.
- Sutedi, A. (2012). *Good Corporate Governance*. PT Sinar Grafika .
- YPP. (n.d.). Retrieved from <https://www.ypp.co.id/profil>