

Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) PUSPENERBAL dalam meningkatkan brand image

Oleh:

Naufal Rafi Zhadad

Didik Hariyanto

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2025

Pendahuluan

Perusahaan saat sekarang ini membutuhkan tempat di dalam perusahaan untuk mempublikasikan kedua kegiatan, dan perusahaan menunjukkan konten perusahaan. Oleh karena itu, tidak jarang bagi bisnis saat ini untuk menggunakan media sosial dari pada secara langsung terlibat dengan wilayah itu. Ada satu Instagram Media sosial dengan banyak fitur untuk digunakan oleh komunitas dan perusahaan. Sampai saat ini, instagram memiliki jutaan user dan media sosial telah mengalami banyak pengguna. Terdapat beberapa fitur menarik di dalamnya. Dengan adanya Instagram, memudahkan suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Salah satu kelebihan saat pengguna instagram yaitu bisa menjangkau banyak orang. Dan instagram dapat membantu suatu perusahaan untuk membangun atau meningkatkan brand image suatu perusahaan. Dikarenakan melalui media sosial instagram dapat menampilkan seluruh value serta aktifitas di dalam perusahaan yang dapat melihat kontribusi ini bukan hanya pemangku kepentingan atau sekedar stakeholder perusahaan, tetapi juga semua seluruh pengguna yang menggunakan instagram.

- Salah satu kegiatan perusahaan yang perlu memerlukan publikasi adalah tanggung jawab Corporate Social Responsibility (CSR). Terlepas dari fakta bahwa ia menargetkan para pemangku kepentingan atau stake holder, pelanggan, serta target pasar. Ini karena CSR terletak pada tanggung jawab atau kewajiban sosial perusahaan untuk wilayah di kawasan lokasi operasi perusahaan.



Metode

Studi ini menerapkan metode deskriptif kualitatif yang dijelaskan dalam penelitian ini. Ini berarti penelitian yang mendeskripsikan suatu objek spesifik serta Mendeskripsikan fakta maupun kelompok tertentu secara teratur atau atau dengan fakta dari bidang tertentu. Studi ini jelas karena umumnya menghadirkan hanya objek untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, para peneliti menggambarkan objek penelitian pada sebuah akun instargram Pusat Penerbangan TNI Angkatan Laut (PUSPENERBAL).

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi yaitu kegiatan mengamati konten dari Instagram PUSPENERBAL yang berhubungan dengan kegiatan CSR dan di dalamnya terdapat Triple Bottom Line (TBL) yaitu

profit : yang dimana mengharuskan aktivitas CSR yang di lakukan perusahaan berlangsung secara Terus menerus, masyarakat dan pemangku kepentingan membentuk persepsi yang baik dan reputasi yang baik dari kegiatan ini., dan juga opini yang positif.

People : dimana aspek people dari CSR tersebut adalah kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat.

planet : dimana aspek planet dari CSR tersebut adalah kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan.

Penulis mengamati konten yang dipublikasikan dari bulan Juli sampai bulan Desember 2024. Data kemudian dianalisis menggunakan analisa Miles dan Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan dan verifikasi.

Hasil

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa publikasi CSR melalui instagram berkontribusi pada peningkatan brand image PUSPENERBAL melalui lima aspek utama : Brand Identity, Brand Personality, Brand Association, Brand Attitude and Behavior, Brand Benefit and Competence. Namun meskipun jumlah pengikut Instagram PUSPENERBAL cukup besar, tingkat interaksi seperti likes dan views masih rendah, sehingga diperlukan strategi lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan memaksimalkan media sosial, PUSPENERBAL dapat lebih efektif mempromosikan aktivitas CSR-nya, yang pada akhirnya membantu memperkuat citra positif dimata masyarakat dan stakeholder.

Pembahasan

1. Tugas dan Fungsi Utama PUSPENERBAL

PUSPENERBAL memiliki peran vital dalam mendukung kekuatan dan operasi TNI Angkatan Laut. Tugas dan fungsi utamanya mencakup:

- **Operasi Penerbangan:** Melaksanakan patroli, pengawasan, serta pencarian dan penyelamatan. Tugas ini penting untuk menjaga kedaulatan dan keamanan wilayah laut Indonesia.
- **Pemeliharaan Pesawat:** Memberikan perhatian khusus terhadap kesiapan operasional pesawat melalui perawatan dan perbaikan yang terencana dan rutin.
- **Pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM):** Memberikan pelatihan untuk memastikan bahwa anggota, termasuk pilot dan teknisi, memiliki kompetensi yang memadai untuk menjalankan tugas mereka secara profesional.
- **Pengembangan Kekuatan Udara:** Meningkatkan kualitas teknologi, taktik operasi, dan kemampuan pesawat untuk beradaptasi dengan tantangan modern.

2. Komitmen Sosial dan Lingkungan

Selain menjalankan peran militer, PUSPENERBAL juga menunjukkan perhatian pada aspek sosial dan lingkungan, seperti:

- **Melestarikan Lingkungan:** Melalui pendekatan operasional yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan.
- **Kesejahteraan Masyarakat Sekitar:** Memberikan perhatian pada masyarakat di sekitar wilayah operasional melalui aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR).

3. Pemanfaatan Media Sosial

PUSPENERBAL menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan informasi dan memperkuat citra lembaga, di antaranya:

- **Akun Instagram (@puspenerbalofficial):** Akun resmi yang memiliki lebih dari 12.100 pengikut, dengan 7.057 postingan. Platform ini digunakan untuk membagikan kegiatan operasional, CSR, dan pencapaian organisasi.
- **Pentingnya Media Sosial:** Dengan memanfaatkan Instagram dan YouTube, PUSPENERBAL berhasil membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat umum, pemerintah daerah, dan tentara. Media sosial menjadi alat strategis untuk meningkatkan citra positif organisasi.

Kesimpulan

Kegiatan CSR ini menggunakan konsep triple bottom line yaitu planet, people dan profit. People ditunjukkan postingan bertujuan dengan kegiatan kesehatan, pendidikan, dan sosial. Sedangkan aspek planet melalui postingan yang berhubungan dengan pemadaman kebakaran lahan, penanaman bibit pohon mangga dan penanaman sayur dan buah. Adapun profit juga ditunjukkan dengan adanya komentar positif di postingan instagram yang memberikan image baik terhadap kegiatan CSR Puspenerbal. Puspenerbal memposting kegiatan CSR yang memberikan dampak terhadap brand image yaitu, brand identity, brand personality, attitude and behavior dan competence and keuntungan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa publikasi CSR melalui instagram berkontribusi pada peningkatan brand image PUSPENERBAL melalui lima aspek utama : Brand Identity, Brand Personality, Brand Association, Brand Attitude and Behavior, Brand Benefit and Competence. Namun meskipun jumlah pengikut Instagram PUSPENERBAL cukup besar, tingkat interaksi seperti likes dan views masih rendah, sehingga diperlukan strategi lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan memaksimalkan media sosial, PUSPENERBAL dapat lebih efektif mempromosikan aktivitas CSR-nya, yang pada akhirnya membantu memperkuat citra positif dimata masyarakat dan stakeholder.

Referensi

- [1] D. N. Putri, A. Rochmaniah, and I. Pendahuluan, “Analysis of PT Meratus Line ’ s Corporate Social Responsibility (CSR) on the @meratusgroup instagram account to improve company ’ s brand image [Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) PT Meratus Line di Akun Instagram @ meratusgroup untuk,” pp. 1–7.
- [2] A. Rochmaniah, *Buku Ajar Corporate Sosial Responsibility Dan Community Development*. 2020. doi: 10.21070/2020/978-623-6833-77-3.
- [3] V. V. Lombok and R. L. Samadi, “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi),” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 10, no. 3, p. 953, 2022, doi: 10.35794/emba.v10i3.43524.
- [4] D. Hariyanto, “Corporate Social Responsibility Program (CSR) Petrokimia Gresik Limited Company (LTD) in Community Development,” 2022.
- [5] A. Rochmaniah and B. Aqwam, *Brand Image and CSR: Key Factors for Positive Public Perception of a Poultry Company*. Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-38476-052-7_31.
- [6] H. Fitrianna and D. Aurinawati, “Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan,” *INOBISS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 3, pp. 409–418, 2020.
- [7] wikipedia, “sejarah puspenerbal,” 30 april. Accessed: Apr. 30, 2025. [Online]. Available: https://id.wikipedia.org/wiki/Pusat_Penerbangan_Angkatan_Laut#Referensi
- [8] D. P. P. P. A. Laut, “Membuka Praktek Kerja Industri,” 1 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C834rhiyagg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==
- [9] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Menggelar billiard open,” 24 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9zB33GSta3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==
- [10] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Materi pengenalan Penerbangan TNI Angkatan Laut dan program terkait pembentukan karakter dan kedisiplinan serta pengembangan diri yang diberikan oleh Tim kepelatihan Lanudal Juanda.,” 22 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9ztrTMy5-o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==

Referensi

- [11] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Bantu Sesama, Prajurit Wing Udara 3 Puspenerbal Donorkan Darah di Hari Pelanggan Nasional,” 5 september. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_hL4XrSS-n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [12] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Jum’at Berkah, Wadan Puspenerbal Sambangi Panti Asuhan Laksamana Moeljadi,” 6 september. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_kIV9cP5NM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [13] R. Zhadad, “Brand Personality PUSPENERBAL,” 5 maret. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/DDo8n--vjjA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [14] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “melakukan aksi Gerak cepat pemadaman lahan kebakaran, el tari kupang,” 15 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9bu91GvLW9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [15] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Lanudal Manado - Novotel Manado Laksanakan Penanaman Bersama Bibit Pohon Mangga dan Cabai Rawit,” 17 agustus. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C-xqK69Pjz6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [16] L. Kupang, “Dukung Ketahanan Pangan, Lanudal Kupang Kembali Tanam Bibit Sayur dan Buah,” 30 agustus. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_R-DjlScgh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [17] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, “Lanudal Kupang Olahraga Bersama,” 8 november.
- [18] W. Frenredy and P. Dharmawan, “Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyaty,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 4, p. 1005, 2020, doi: 10.24912/jmk.v2i4.9884.

