

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSISIF PT. INALUM
MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY**

SKRIPSI

Oleh:

**Nadya Febyola
NPM. 1903110131**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **NADYA FEBYOLA**
N P M : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jumat, 26 Mei 2023
Waktu : 08.15 s.d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **LUTHFI BASYIT, S.Sos., M.I.Kom**

PENGUJI II : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom,**

PENGUJI III : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP**

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP
ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : Nadya Febyola
NPM : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif PT. INALUM Melalui Program Corporate Social Responsibility

Medan, 08 Juni 2023

Pembimbing

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP

NIDN : 0030017402

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi

Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP

NIDN : 0030017402

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya **NADYA FEBYOLA**, NPM. 1903110131, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, meniplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 13 Juni 2023

Yang menyatakan



NADYA FEBYOLA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang tak henti-hentinya memberikan nikmat serta kekuatan yang tak terhingga kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi adalah syarat wajib bagi mahasiswa yang harus diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) skripsi ini berisi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif PT. INALUM Melalui Program Corporate Social Responsibility.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang teristimewa kepada kedua orang tua saya yaitu Herizal Mandry yang merupakan sosok ayah yang sangat disiplin dalam mendidik, dan sabar dalam membimbing anak-anaknya, serta banyak memberikan ilmu pengetahuan tentang makna dari kehidupan. Tak lupa pula kepada Ibunda tercinta saya Elly Yusmira yang telah memberikan perhatiannya dan sebagai sosok Ibu terbaik bagi saya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan selaku selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibuk Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.

9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
10. Teman-teman terdekat penulis, Awanda, Anto, Bonong, Dhea, Fachrul, Abid dan Namira yang selalu ada waktu buat saya.
11. Teman-teman kelas C Ilmu Komunikasi Angkatan 19 yang selalu membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan semoga kita tetap berada di dalam lindungannya, Amin Yaa Rabbal Alamiin.

Medan, 16 Maret 2023
Penulis,

Nadya Febyola

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA POSITIF PT. INALUM MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**Nadya Febyola
1903110131**

ABSTRAK

Media sosial juga memiliki citra, citra mencerminkan tentang persepsi individu atau masyarakat. Berbagai program dari CSR dapat membentuk, memelihara dan meningkatkan citra positif dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga membuat reputasi perusahaan baik dan memperoleh opini publik yang menguntungkan perusahaan, maka dari itu masyarakat memiliki kaitan yang sangat penting dengan pembentukan citra perusahaan melalui media sosial merupakan proses keberlangsungan sebuah perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pemanfaatan media sosial, citra positif dan CSR. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data memberikan data deskriptif berupa kata-kata yang diucapkan atau ungkapan dari individu dan perilaku yang diwawancarai dan diamati. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya media sosial didalam program-program CSR yang INALUM miliki membuat masyarakat bergerak dibidang ekonomi, lingkungan, pendidikan, dan sosial dan membantu masyarakat dalam memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di Desa Sei Suka Deras, dan juga PT. INALUM banyak memberikan partisipasi lebih dalam membangun daerah khususnya Kab Batubara.

Kata Kunci: Media Sosial, Citra Positif, Corporate Social Responsibility

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.1.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.1.2. Manfaat Akademis	5
1.1.3. Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Media Sosial	7
2.1.1 Karakteristik Media Sosial	7
2.1.2 Jenis-jenis Media Sosial	8
2.1.3 Pemanfaatan Media Sosial	10
2.1.4 Kuantitas Media	11
2.1.5 Citra Positif	12
2.1.6 Citra Perusahaan.....	12
2.2. Pengertian Corporate Social Responsibility	13
2.2.1 Manfaat Corporate Social Responsibility	13
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Corporate Social Responsibility ..	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Kerangka Konsep	15
3.3 Definisi Konsep.....	16
3.4 Kategorisasi Penelitian	17
3.5 Informan Dan Narasumber	18
3.6 Teknik Pengumpulan Data	19
3.7 Teknik Analisis Data	20
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	21
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Penelitian.....	23
4.1.1 Data Informan	23

4.1.2 Pemanfaatan Media Sosial PT. INALUM	28
4.1.3 Citra Positif PT. INALUM.....	35
4.1.4 Program Corporate Social Responsibility PT. INALUM	39
4.2 Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	48
5.1 Simpulan.....	48
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerangka konsep.....	16
Tabel 3.2 Kategori Penelitian.....	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Dokumentasi Informan 1	24
Gambar 4.2 Dokumentasi Informan 2	25
Gambar 4.3 Dokumentasi Informan 3	25
Gambar 4.4 Dokumentasi Informan 4	26
Gambar 4.5 Dokumentasi Informan 5	27
Gambar 4.6 Dokumentasi Informan 6	27
Gambar 4.7 Dokumentasi Informan 7	28
Gambar 4.8 Visi dan Misi PT. INALUM.....	29
Gambar 4.9 Sosial media Facebook & Twitter	29
Gambar 4.10 Sosial media Youtube. Linked & instagram	30
Gambar 4.11 Landasan hukum & pilar TPB	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CSR merupakan pendekatan melalui kegiatan sosial dan perusahaan mengintegrasikan kesadaran sosial kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan masyarakat setempat akan menimbulkan dampak positif dan negatif . Dampak negatif dari operasi perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai alasan atau dasar komitmen perusahaan untuk melaksanakan CSR sebagai upaya membentuk kontribusi nyata perusahaan terhadap lingkungan, ekonomi dan sosial. Dengan PT. INALUM menunjukkan seberapa efektif kegiatan CSR sebagai kemitraan antara bisnis dan masyarakat dalam memberikan nilai kepada masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan sosial.

Keberadaan CSR sangat berpengaruh bagi perusahaan itu sendiri dengan membangun kerjasama dengan masyarakat, yang di fasilitasi oleh perusahaan melalui pembuatan program-program untuk pengembangan masyarakat sekitar. Ada enam kecenderungan utama yang semakin menegaskan pentingnya CSR yaitu, meningkatnya kesenjangan sosial, Negara yang semakin jauh dari rakyatnya, semakin mengemukakan kesinambungan, kritik dan penolakan masyarakat. Semakin banyak, termasuk yang bersifat anti perusahaan, kecenderungan menuju keterbukaan, harapan terwujudnya kehidupan yang lebih baik.

Perusahaan tidak dapat berdiri sendiri karena keberadaan perusahaan tidak lepas dari peran masyarakat sebagai lingkungan *eksternal*. Perusahaan dan

masyarakat saling memberi dan membutuhkan, kontribusi dan hubungan keduanya menentukan keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan kepercayaan masyarakat dengan lebih meningkatkan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan etika.

PT. Indonesia Asahan Alumunium (PT. INALUM), sebuah perusahaan yang bekerja sama antara Pemerintah Indonesia dengan Nippon Asahan Aluminium Co, Ltd, didirikan di Jakarta. PT. INALUM adalah perusahaan yang membangun dan mengoperasikan Proyek Asahan, sesuai dengan Perjanjian Induk yang bergerak dalam produksi alumunium. PT. INALUM merupakan BUMN terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang alumunium.

PT. INALUM memiliki 3 pabrik utama yaitu pabrik karbon, pabrik reduksi dan pabrik penuangan. PT. INALUM merupakan satu-satunya peleburan aluminium di Asia Tenggara yang mengoperasikan 510 tungku reduksi dan 2 PLTA sebagai pemasok listriknya. Sejak berdirinya PT. INALUM pada tahun 1976, warga mendapatkan kesempatan bekerja sebagai karyawan pada perusahaan. Selain itu perusahaan juga memberikan beberapa fasilitas yang dapat di pergunakan oleh para penduduk. Tantangan utama PT. INALUM untuk membangun daya saing yang berkelanjutan terletak pada kompetensi sumber daya manusia. Kompetensi menjadi penting dan mutlak dimiliki oleh setiap sumber daya manusia, khususnya di Divisi CSR PT. INALUM.

Tidak hanya program CSR melainkan citra positif juga berarti perusahaan mempunyai daya tarik yang handal, strategi yang baik dalam pemasaran, daya saing yang kuat, penghematan biaya operasional, dan penanganan yang baik terhadap krisis perusahaan. Citra perusahaan akan terbentuk melalui proses

program dari CSR, karena perusahaan tidak akan lepas dari masyarakat yang berinteraksi langsung dengan perusahaan, dengan begitu akan menghasilkan hubungan timbal balik yang diterima, dan diantaranya muncul citra positif perusahaan.

Citra perusahaan juga merupakan awal dari kesuksesan dari, stabilitas di lapangan keuangan, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta pekerjaan dan kesiapan memikul tanggung jawab sosial dan komitmen kepada masyarakat. Citra perusahaan dapat didasarkan pada empat dimensi, yaitu kualitas, kinerja, tanggung jawab dan daya tarik.

Pengelolaan Divisi CSR dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan sangat penting bagi perusahaan dimana Divisi CSR membuat salah satu program TJSL (TJSL). Program TJSL merupakan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan di antaranya pendidikan, lingkungan dan ekonomi.

Program TJSL merupakan respon perusahaan untuk melakukan proses peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat melalui pemberian pelayanan dan manfaat sosial, sejalan dengan harapan bahwa pembangunan ekonomi nasional harus dilaksanakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan.

Maka dari itu Divisi CSR melibatkan teknologi berbasis Web dan ponsel yang digunakan untuk komunikasi ke dialog yang lebih interaktif. Dengan media sosial, individu dan komunitas dapat berbagi bersama membuat (*co-create*), mendiskusikan dan memodifikasi konten. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang sangat mendukung terjadinya komunikasi.

Pada era globalisasi saat ini masyarakat sudah terbiasa dengan media sosial, hal ini dapat menjadi sumber informasi sehari-hari. Selain itu, media

sosial juga menjadi platform untuk mempertahankan citra positif dan sebagai media promosi pihak tertentu. Banyak sekali pengembangan dari fasilitas internet di Indonesia salah satunya adalah penggunaan media sosial. Media sosial bersifat luas dan menyeluruh, sehingga komunikasi yang dilakukan dengan skala yang besar. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat. Media sosial memiliki jangkauan yang luas, untuk berbagi informasi, berkomunikasi dengan orang lain, atau untuk mencari tahu perkembangan dunia.

Dalam media sosial juga memiliki citra, citra mencerminkan tentang persepsi individu atau masyarakat. Berbagai program dari CSR dapat membentuk, memelihara dan meningkatkan citra positif dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga membuat reputasi perusahaan baik dan memperoleh opini publik yang menguntungkan perusahaan.

Maka dari itu masyarakat memiliki kaitan yang sangat penting dengan pembentukan citra perusahaan melalui media sosial merupakan proses keberlangsungan sebuah perusahaan. Hal tersebut di nyatakan bahwa citra di dalam masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk adalah citra yang positif. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu perusahaan.

Melihat fenomena ini betapa kuatnya pengaruh pelaksanaan program CSR dalam sosial media terhadap pembentukan citra positif perusahaan, maka ketika sebuah perusahaan memiliki citra negatif, fungsi serta peranan sosial dari CSR yang telah dilakukan harus kembali dikaji. Peneliti berfokus pada, pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT.INALUM melalui Divisi

CSR alam program TJSL untuk membangun sebuah citra dalam hubungan kepercayaan antara masyarakat dan perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.1.1. Manfaat Teoritis.

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dalam kajian keilmuan tentang pemanfaatan media sosial untuk mempertahankan citra positif PT. INALUM khususnya melalui program CSR.

1.1.2. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar PT. INALUM.

1.1.3. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat umum dengan memaksimalkan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan, tentang pengertian dari media sosial, citra positif dan CSR.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan tentang Pembahasan Penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Media Sosial

Media sosial adalah platform media yang memfasilitasi penggunanya dalam kegiatan dan kerjasama. Karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai media online yang memperkuat komunikasi (Akhmad, 2015).

Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang membuat individu dan komunitas berkumpul, berbagi, berkomunikasi, terkadang dengan satu sama lain bekerja sama atau bermain (Harmoni et al., 2016).

Media sosial berbagai kegiatan dua arah dilakukan berbagai bentuk pertukaran, kerjasama, dan lain lain. Mengenal satu sama lain dalam bentuk tulisan dan visual tetapi juga audiovisual. Media sosial dimulai dengan tiga hal yaitu berbagi, berkolaborasi dan hubungan (Siregar, 2022)

2.1.1 Karakteristik Media Sosial

(Nasrullah, 2015) media sosial memiliki karakteristik khusus, yaitu:

- Jaringan (*Network*) Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi memiliki transfer data yang dapat terhubung langsung dengan komputer.
- Informasi (*Informations*) Informasi menjadi entitas penting dalam media sosial karena pengguna media sosial membuat representasi identitas, menghasilkan konten, dan bertindak berdasarkan informasi.

- Arsip (*Archive*) Pengguna media sosial, menjadikan arsip sebagai informasi tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa saja.
- Interaktivitas (*Interactivity*) Media sosial menciptakan jaringan antar pengguna yang tidak hanya membangun pertemanan atau pengikut, tetapi harus interaksi antar pengguna tersebut.
- Simulasi sosial (*simulation of society*) Media sosial bersifat interaksi bagi masyarakat yang berlangsung di dunia maya. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak hal berbeda dan tidak ditemukan di lingkungan sosial yang sebenarnya.
- Konten Pengguna (*User Generated Content*) Konten sepenuhnya dimiliki dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemegang akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang menawarkan kesempatan dan kebebasan kepada pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional), di mana khalayaknya terbatas pada objek atau sasaran pasif dalam penyebaran berita.

2.1.2 Jenis-jenis Media Sosial

Ada enam kategori utama untuk menunjukkan jenis-jenis media sosial (Apriananta & Wijaya, 2018), yaitu:

- Media jejaring sosial (*Social networking*) Media jejaring sosial adalah sebuah media yang paling populer, artinya adalah sarana yang dapat digunakan pengguna memiliki hubungan sosial termasuk konsekuensi atau konsekuensi dari hubungan sosial di dunia maya. Karakter dari

jejaring sosial adalah membangun hubungan sosial dan dapat kesempatan untuk bertemu di dunia nyata (*offline*) atau membentuk jaringan persahabatan baru, contoh jejaring sosial Facebook dan LinkedIn.

- Majalah online (*blog*) Blog adalah media sosial yang penggunanya saling mengunggah kegiatan sehari-hari dan saling berkomentar, berbagi tautan web lain, dan informasi. Blog merupakan bentuk pertama Halaman pribadi dengan kumpulan tautan ke situs web lain yang di anggap menarik dan diperbarui setiap hari.
- Jurnal online atau microblog sederhana (*micro-blogging*) Berbeda dengan majalah online (*blog*), microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna kegiatan menulis dan menerbitkan dan atau opini. Contoh microblogging Twitter yang paling banyak di gunakan masyarakat.
- Media Berbagi (*Media Sharing*) Situs berbagi media adalah jenis media sosial yang lebih mudah penggunanya untuk berbagi media di mulai dokumen (*file*), video, audio, dan gambar. Contoh media tersebut adalah: Youtube.
- Penanda Sosial (*Social Bookmarking*) merupakan media sosial untuk mengatur pekerjaan simpan, mengelola, dan cari informasi berita tertentu secara online. Beberapa situs bookmark sosial populer itu enak.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk Indonesia ada LintasMe.

- Media Konten Bersama atau Wiki. Media sosial menyajikan Pemahaman pengguna, sejarah juga Referensi buku atau tautan ke sebuah kata. Penjelasan praktis dilakukan oleh pengunjung artinya ada kerjasama atau kolaborasi dari semua pengunjung untuk mengisi konten Di halaman ini.

2.1.3 Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial saat ini digunakan sebagai sarana komunikasi antara satu orang dengan orang lain. Bergantung pada kebutuhan komunikasi dan keberadaan pengguna, berbagai jenis media sosial yang ada digunakan. Pengguna media sosial dapat mengirim pesan secara pribadi ke orang lain melalui media sosial atau membaginya dengan pengguna lain. Melalui media sosial pengguna lain juga dapat mengetahui apa yang di sampaikan melalui media sosial (Nasrullah, 2015).

Pengguna media sosial yang dapat mengikuti, mengomentari atau membalas apa yang di komunikasikan melalui media sosial berupa pernyataan atau foto. Informasi atau berita dapat sampai ke orang lain dengan cepat melalui media sosial. Menggunakan media sosial juga memudahkan untuk mendapatkan teman baru bahkan menemukan teman lama untuk mulai berkomunikasi kembali.

Menggunakan media sosial membuat komunikasi menjadi lebih mudah karena media internet yang digunakan untuk mengakses media sosial secara signifikan lebih murah dan terjangkau dibandingkan dengan media lain seperti telepon. Komunikasi dua arah terjalin melalui media sosial. Dalam hal ini, ada hubungan timbal balik antara pengguna dan pengikutnya.

2.1.4 Kuantitas Media

Media sosial adalah media online yang penggunaannya dengan mudah menggunakan, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia (Juhji et al., 2020).

Pengaruh positif dari media sosial adalah kita dapat lebih mudah berinteraksi dengan banyak orang, memperluas koneksi, jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, kita dapat mengekspresikan diri dengan lebih mudah, informasi dapat tersebar lebih cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif media sosial adalah menjauhkan orang yang dekat, begitu pula sebaliknya, interaksi tatap muka cenderung menurun, membuat orang tergantung pada internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, dan rentan terhadap pengaruh buruk dari yang lain.

Keberadaan media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial di masyarakat. Perubahan hubungan sosial, atau sebagai perubahan keseimbangan hubungan sosial, dan segala bentuk perubahan pranata sosial dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku antar kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial yang positif, seperti kemudahan memperoleh dan berbagi informasi, membawa manfaat sosial dan ekonomi. Perubahan sosial di sisi lain cenderung lebih negatif, seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma yang ada. (Ariana, 2016)

2.1.5 Citra Positif

Suatu hal yang sangat penting karena dari citra inilah publik atau masyarakat dapat berpendapat mengenai suatu instansi atau organisasi. Dalam membangun citra positif, humas dapat memanfaatkan bantuan media. Bentuk pemanfaatan media untuk menyalurkan arus informasi dapat dilakukan melalui beberapa jenis media yaitu media cetak contohnya koran dan majalah, media elektronik contohnya radio dan televisi dan media baru contohnya internet. Terutama di era globalisasi ini yang di mana perkembangan teknologi menjadi semakin pesat sehingga membuat arus informasi pun mengalir dengan cepat dan membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi.(Purwo & Puspasari, 2020)

2.1.6 Citra Perusahaan

Citra perusahaan mengacu pada perusahaan sebagai tujuan utama, bagaimana citra perusahaan yang positif lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat, melalui sejarah, keunggulan dalam kualitas layanan, keberhasilan dalam pemasaran dan terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial (Imran, 2012).

Citra perusahaan adalah pesan umum yang terbentuk dari fikiran publik tentang perusahaan, mengasosiasikan perusahaan dengan nama perusahaan, arsitektur, variasi produk, tradisi, ideologi dan kesan terhadap kualitas produk. Komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan pelanggan organisasi. Citra dapat terbentuk dengan mengolah informasi, tidak menutup kemungkinan bahwa perubahan citra pada objek dapat menerima informasi setiap saat (Catur et al., 2018).

2.2. Pengertian Corporate Social Responsibility

Definisi CSR menurut (Iswanto, H. Fauzi, Achmad. Suyadi, 2014) menyatakan bahwa CSR adalah komitmen kepada masyarakat luas atau komunitas lokal untuk berkontribusi dan bertindak etis dalam pembangunan ekonomi sekaligus berkontribusi terhadap standart hidup masyarakat luas atau lokal. Peningkatan masyarakat dan dilakukan secara berkelanjutan, ada dua jenis konsep CSR , lebih luas dan lebih sempit (Saleh A, 2015).

CSR dalam arti keberlanjutan kegiatan ekonomi tidak hanya tentang tanggung jawab sosial, tetapi juga tentang tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, bangsa dan komunitas Internasional. CSR dalam arti sempit adalah suatu bentuk kerjasama antara perusahaan (bukan hanya perserorangan terbatas) dan semua kepentingan yang berinteraksi langsung atau tidak langsung dengan perusahaan untuk tetap menjamin kelangsungan hidup dan kelangsungan operasi (Saleh et al., 2019).

2.2.1 Manfaat Corporate Social Responsibility

Manfaat CSR bagi perusahaan (Untung, 2018) adalah sebagai berikut:

- Mempertimbangkan dan meningkatkan reputasi dan *brand image* perusahaan.
- Mendapatkan lisensi untuk bekerja sama secara total.
- Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- Memperluas akses ke sumber daya bisnis.
- Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- Mengurangi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- Meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan.

- Meningkatkan moral dan produktivitas karyawan.
- Meningkatkan hubungan dengan regulator.
- Kesempatan untuk menerima penghargaan.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Corporate Social

Responsibility

(Untung, 2018) ada lima hal Faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi pelaksanaan CSR:

- Tentang pemberdayaan manusia.
- Berbicara tentang lingkungan.
- Tata kelola perusahaan yang baik, yaitu mekanisme, seperti sumber daya perusahaan dibagi menurut aturan.
- Dalam pelaksanaan CSR tidak ada kecemburuan sosial.
- Kekuatan ekonomi atau penguatan lingkungan menuju kemandirian Bisnis.

Untuk perusahaan yang terdaftar, CSR mempengaruhi keberlanjutan dan penerimaan (diterima dan berkelanjutan) karena keberadaannya diterima oleh masyarakat untuk dibagikan perusahaan lebih bernilai.

BAB III

METODE PENELITIAN

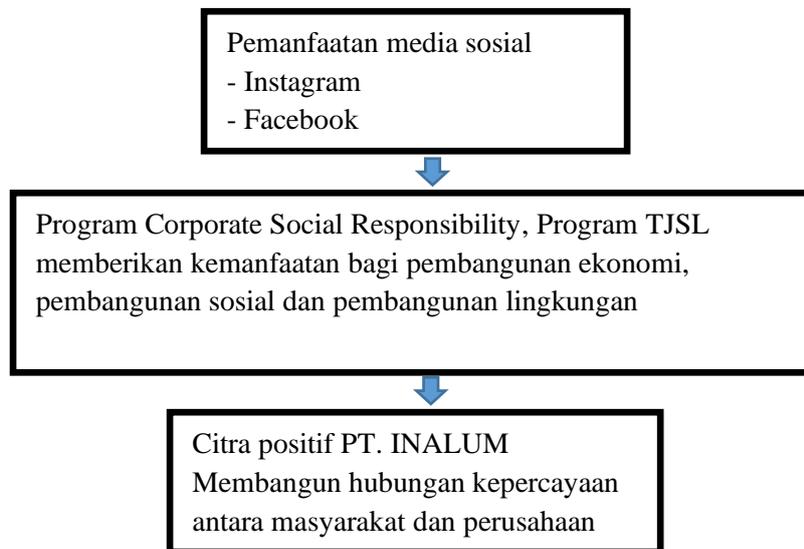
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ialah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dan manusia dengan menciptakan paparan menyeluruh dan kompleks yang disajikan menggunakan kata-kata, melaporkan pandangan dengan terperinci yang diperoleh dari suatu sumber informasi, serta dilaksanakan dalam latar (*setting*) yang alamiah.

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif didasari oleh filsafat post-positivisme, karena hal ini berguna untuk mempelajari sebuah objek yang bersifat alamiah (berlawanan dengan eksperimen), peneliti berperan sebagai instrument kunci, pengambilan sampel (Sugiyono, 2018). Sumber data yang dilaksanakan dengan purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisi data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih intens terhadap makna dari pada generalisasi (Darmalaksana, 2020).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep ini bertujuan untuk menjelaskan atau menghubungkan antara konsep yang akan diamati melalui penelitian yang akan dilakukan. Dari uraian diatas maka kerangka konsep yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kerangka konsep

3.3 Definisi Konsep

Defenisi dari konsep sebagai istilah atau defenisi yang berguna untuk mendeskripsikan secara abstrak suatu peristiwa atau kejadian, keadaan, individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Melalui sebuah konsep, peneliti diharapkan mampu menyederhanakan pemikirannya melalui satu istilah untuk beberapa kejadian (*events*) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Istilah ini dipergunakan untuk mewakili sebuah realitas yang kompleks. Adapun defenisi konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- Pemanfaatan

Berasal dari kata dasar manfaat, yang berarti “menggunakan” atau dapat diartikan bermanfaat. Pemanfaatan berarti proses, cara atau perbuatan penggunaan. Pemanfaatan adalah kegiatan, proses, cara atau tindakan untuk menjadikan sesuatu yang ada menjadi berguna. Istilah guna berasal dari kata dasar guna, yang berarti manfaat, yang berarti proses atau perbuatan penggunaan

(Akhmad, 2015).

- Media sosial

Media sosial adalah media internet yang penggunanya bisa memperlihatkan dirinya, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial adalah media digital di mana realita sosial terjadi dan interaksi ruang dan waktu pengguna (Harmoni et al., 2016).

- Citra positif

Citra merupakan aset penting bagi perusahaan yang harus terus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan alat penting tidak hanya untuk menarik konsumen saat memilih produk atau jasa, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Citra selalu dikaitkan dengan publik atau khalayak luas. Kesan dan pengetahuan mereka tentang organisasi akan menentukan citra perusahaan. Citra adalah bagaimana pihak lain melihat suatu perusahaan, orang, panitia atau kegiatan (Vega Prasiska, 2017).

- Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR adalah mekanisme bagi sebuah perusahaan secara sukarela mengintegrasikan kepedulian dan sosial operasinya dan interaksinya dengan pemangku kepentingan di luar tanggung jawab perusahaan di bidang hukum (Saleh, 2021).

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun kategori penelitian ini dapat di jelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kategori Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1	Pemanfaatan Media Sosial	- Jenis media sosial - Kuantitas media
2	Program Corporate Social Responsibility	- Pendidikan - Kesehatan - Ekonomi
3	Citra Positif	- Di terima masyarakat -Perusahaan berkembang

Sumber : Hasil Olahan 2023

1. Pemanfaatan media sosial sangatlah penting dalam menjaga dan memperbaiki citra dalam sebuah perusahaan. Pemanfaatan media sosial berperan sebagai wajah terdepan dari sebuah perusahaan baik secara nasional maupun internasional.
2. Program CSR atau biasa disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program perusahaan kepada masyarakat untuk meningkatkan citra perusahaan. Salah satunya melalui program TJSL yang bergerak dalam bidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi.
3. Citra positif perusahaan akan lebih mudah berkembang dan akan di terima oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat luas.

3.5 Informan Dan Narasumber

Teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu. Perkembangan khusus ini misalnya orang yang mengetahui apa yang peneliti harapkan, sehingga memudahkan peneliti mempelajari objek atau situasi yang diteliti. Adapun

informan penelitian ini sebanyak 6 orang yang terdiri dari:

- 3 (tiga) orang masyarakat yang mengikuti sosial media PT. INALUM
- 2 (dua) orang staff PT. INALUM di bidang Corporate Social Responsibility
- 2 (dua) orang staff PT. INALUM di bidang Humas

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data merupakan proses yang sangat penting dalam penelitian.

- Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang sangat penting dalam proses penelitian kualitatif, Observasi merupakan teknik dasar penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif observasi adalah deskripsi peristiwa, tindakan, orang dan objek. Observasi juga digunakan dalam proses pengumpulan data interaktif seperti observasi partisipan (Darmalaksana & Wahyudin, 2020).

- Wawancara

Wawancara adalah proses penelitian melalui tanya jawab, dalam penelitian kualitatif metode pengumpulan data melalui wawancara umumnya berfungsi untuk mendalami suatu kejadian atau kegiatan pada subjek penelitian. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara terbuka dan pendekatannya menggunakan petunjuk umum wawancara. Dalam penelitian ini, yang ditanyakan kepada informan yaitu mengenai pemanfaatan media sosial PT. INALUM dalam program CSR.

- Dokumentasi

Dokumen adalah pengumpulan data dengan rekaman kejadian yang ditulis atau dicetak dokumen dapat berupa catatan, surat, buku harian, foto, dan dokumen – dokumen lainnya

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, proses analisis data dengan menggunakan metode kualitatif dimulai dengan semua data yang ada dari berbagai sumber yaitu wawancara, observasi yang dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, dan sebagainya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini nantinya akan memberikan data deskriptif berupa kata-kata yang diucapkan atau ungkapan dari individu dan perilaku yang diwawancarai dan diamati. Proses analisis data dalam penelitian ini meliputi, reduksi data adalah meringkas hasil penelitian, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema atau inti dan pola, dan membuang yang tidak perlu (Sugiyono, 2018).

Reduksi data dapat dilakukan melalui abstraksi, upaya meringkas inti, proses, dan proposisi yang harus dipertahankan agar tetap ada dalam data penelitian. Penyajian data adalah sekumpulan informasi terstruktur yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan. Dengan menyajikan rangkaian informasi yang terstruktur dan mampu menarik kesimpulan. Data yang diperoleh dalam penelitian kuantitatif biasanya berbentuk naratif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isi. Kesimpulan atau verifikasi Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Kesimpulan ditarik dengan membandingkan kecukupan pernyataan subjek dengan pentingnya

konsep dasar dalam penelitian yang dilakukan.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan mulai bulan April 2023 sampai dengan bulan Mei 2023. Penelitian ini dilakukan di PT. INALUM, yang berlokasi di Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batu Bara.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Pada tanggal 7 Juli 1975 di Tokyo setelah melalui perundingan yang panjang pemerintah Republik Indonesia dan 12 perusahaan penanam modal Jepang menandatangani perjanjian induk untuk PLTA dan pabrik peleburan aluminium Asahan yang kemudian dikenal dengan sebuah proyek Asahan. Selanjutnya untuk penyertaan modal pada perusahaan yang akan didirikan di Jakarta ke-12 perusahaan penanam modal tersebut bersama pemerintah Jepang membentuk sebuah perusahaan dengan nama Nippon Asahan Aluminium Co., Ltd (NAA) yang berkedudukan di Tokyo pada tanggal 25 November 1975.

Pada tanggal 6 Januari 1976 PT Indonesia Asahan Aluminium (INALUM) sebuah perusahaan patungan antara pemerintah Indonesia dan Nippon Asahan Aluminium Co.,Ltd, didirikan di Jakarta. Dimana perbandingan saham antara pemerintah Indonesia dan Nippon Asahan Aluminium Co.,Ltd pada saat perusahaan didirikan adalah 10% dengan 90%. Pada bulan Oktober 1978 perbandingan tersebut menjadi 25% dengan 75% 1987 menjadi 41,13% dengan 58,87%. dan sejak Februari 1998 menjadi 41,12% dengan 58,88%

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui CSR Informan yang dipilih adalah 3 masyarakat pengguna media sosial dan mengikuti sosial media

PT. INALUM, 2 pegawai bagian Divisi CSR sebagai pelaksana program CSR yang bernama TJSI PT. INALUM dan 2 pegawai bagian Divisi Hubungan Masyarakat sebagai pemegang akun sosial media PT. INALUM, sehingga peneliti dapat mengetahui dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang telah diperoleh melalui hasil penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Disini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung tentang pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR. Peneliti menggali data dan berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan oleh sumber data. Penelitian deskriptif kualitatif bukan sebagaimana apa yang dipikirkan oleh penulis, tetapi berdasarkan suatu realita yang terjadi di lapangan, yang dialami, dan dipikirkan informan. Sehingga penelitian tersebut menjadi sesuatu yang pasti. Dengan demikian, permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaat media sosial PT. INALUM dalam mempertahankan citra positif melalui program CSR yang bernama TJSL. Dimana TJSL ini sangat bisa menarik perhatian dan simpati dari masyarakat terutama masyarakat lokal dan media sosial sebagai masyarakat jangkauan luas yang bisa membuat citra positif PT. INALUM.

4.1.1 Data Informan

Adapun 8 narasumber adalah satu pegawai PT. INALUM Divisi CSR, dua

pegawai PT. INALUM divisi Hubungan Masyarakat, 3 Masyarakat yang mengikuti sosial media Instagram PT. INALUM dan mengetahui program TJSL, 4 Pegawai PT. INALUM 2 diantaranya Divisi CSR dan 2 Divisi Hubungan Masyarakat.

Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program CSR, akan dijelaskan pada hasil wawancara berikut ini :

- **Informan 1**

Nama Lengkap : M. Alex Ridwan
Jenis Kelamin : Laki - laki
Usia : 31 Tahun
Agama : Islam
Pekerjaan : Pegawai PT. INALUM

Gambar 4.1 Dokumentasi Informan 1



Sumber: Peneliti

- **Informan 2**

Nama Lengkap : Prasetyo Garin Nugroho
Jenis Kelamin : Laki - laki
Usia : 27 Tahun

Agama : Islam
Pekerjaan : Pegawai PT. INALUM

Gambar 4.2 Dokumentasi Informan 2



Sumber : Peneliti

- **Informan 3**

Nama Lengkap : Gilang Sukma
Jenis Kelamin : Laki - laki
Usia : 35 Tahun
Agama : Islam
Pekerjaan : Pegawai PT. INALUM

Gambar 4.3 Dokumentasi Informan 3



Sumber: peneliti

- **Informan 4**

Nama Lengkap : M. Afief Ar Raihan Zais

Jenis Kelamin : Laki - laki

Usia : 25 Tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Pegawai PT. INALUM

Gambar 4.4 Dokumentasi Informan 4



Sumber: peneliti

- **Informan 5**

Nama Lengkap : Fajar Riyanto

Jenis Kelamin : Laki - laki

Usia : 53

Agama : Islam

Pekerjaan : Wirausaha

Gambar 4.5 Dokumentasi Informan 5



Sumber: Peneliti

- **Informan 6**

Nama Lengkap : Sawitri
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 50
Agama : Islam
Pekerjaan : Wirausaha

Gambar 4.6 Dokumentasi Informan 6



Sumber: Peneliti

- **Informan 7**

Nama Lengkap : Faradilla harsyah

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 27 Tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Pedagang

Gambar 4.7 Dokumentasi Informan 7



Sumber : Peneliti

4.1.2 Pemanfaatan Media Sosial PT. INALUM

PT. INALUM sendiri memiliki beberapa media sosial yaitu Facebook, Linked, Instagram, Twitter dan Youtube. Media sosial PT. INALUM di kelola oleh divisi Hubungan Masyarakat, dimana data, gambar dan video dari divisi Corporate Social Responsibility yang akan ketahap pengeditan foto dan video yang akan di publish oleh divisi Humas ke sosial media PT. INALUM. Secara spesifik divisi Hubungan Masyarakat juga membuat konten yang menarik

untuk menjadi daya Tarik masyarakat terhadap sosial media PT. INALUM.

Secara langsung, membangun citra positif adalah bahagian dari visi dan misi Departemen CSR ataupun PT INALUM, dapat dilihat dari pemaknaan visi dan misi dari gambar berikut :

Gambar 4.8 Visi dan Misi PT. INALUM

3 Visi dan Misi		Inalum
Visi INALUM 2025	Menjadi perusahaan global terkemuka berbasis aluminium terpadu ramah lingkungan	Misi INALUM 1. Menjalankan operasi peleburan aluminium terpadu yang menguntungkan, aman dan ramah lingkungan untuk meningkatkan nilai bagi pemangku kepentingan. 2. Memberi sumbangsih kepada pertumbuhan ekonomi daerah dan Nasional melalui kegiatan operasional dan pengembangan usaha berkesinambungan. 3. Berpartisipasi dalam memberdayakan masyarakat dan lingkungan sekitar melalui program CSR dan PKBL yang tepat sasaran. 4. Meningkatkan kompetensi SDM secara terencana dan berkesinambungan untuk kelancaran operasional dan pengembangan industri aluminium.
Visi Dept. CSR	Mewujudkan keberlanjutan perusahaan melalui program-program pemberdayaan masyarakat yang memandirikan dan menjalin hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan	Misi Dept. CSR 1. Melaksanakan program-program TJSL untuk keberlanjutan operasional perusahaan dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. 2. Mensejahterakan masyarakat sekitar melalui program-program yang memandirikan dan penciptaan kluster-kluster masyarakat. 3. Mendukung program pemerintah untuk memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan.

Sumber : Penelitian

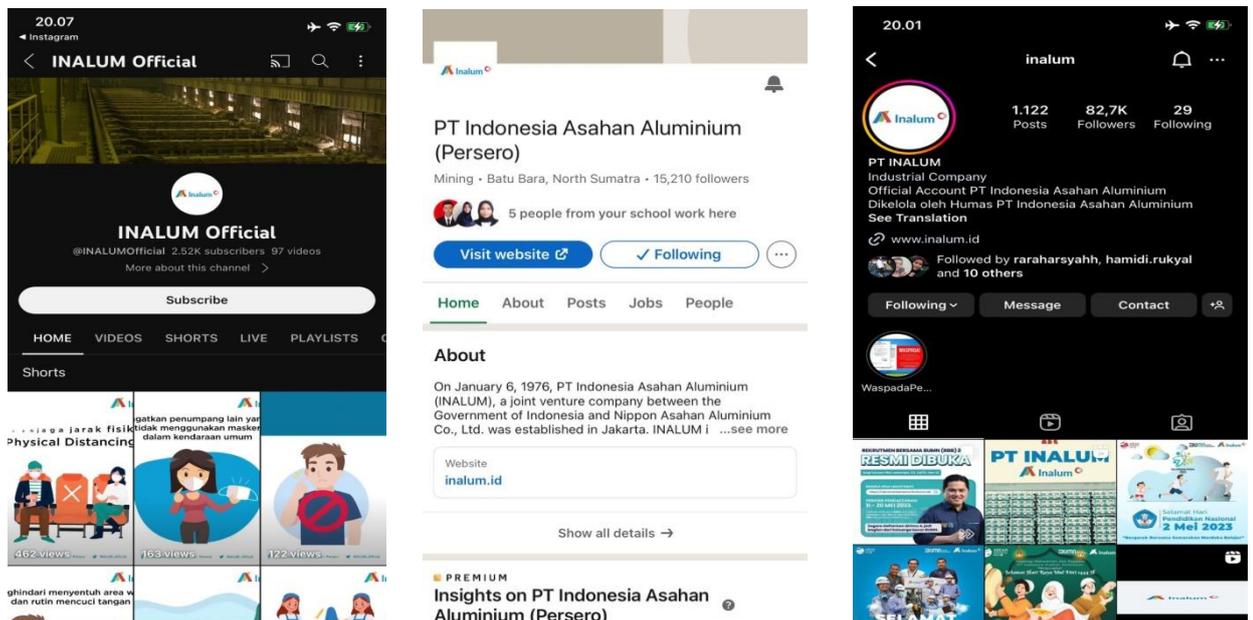
Pemanfaatan media sosial yang digunakan PT. INALUM sebagai berikut :

Gambar 4.9 Sosial media Facebook & Twitter



Sumber : Penelitian

Gambar 4.10 Sosial media Youtube, Linked & Instagram



Sumber : Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Divisi Humas PT. INALUM, Bapak Gilang Sukma (35 tahun), terkait pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif masyarakat terhadap perusahaan, Bapak Gilang mengatakan:

“Sebagai sarana informasi dan komunikasi perusahaan juga sebagai sarana publikasi positif perusahaan kepada masyarakat, kami selalu melakukan sosialisasi dengan memposting dan membuat story di Instagram dan kami juga memberi respon cepat dengan masyarakat. Agar penilaian masyarakat baik dan dapat meningkatkan sebuah citra perusahaan dimata publik.”

Menurut pegawai Divisi Humas PT. INALUM Bapak Gilang Sukma pemanfaatan media sosial PT. INALUM dilakukan dengan memposting adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT. INALUM baik itu secara *internal* atau *external*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi Humas PT. INALUM, Bapak M. Afief Ar Raihan (25 tahun), terkait pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif masyarakat terhadap perusahaan, Bapak Afief mengatakan:

“Dalam mengelola media sosial perusahaan kami memiliki tanggung jawab besar bagi perusahaan yang dimana kami selalu memastikan postingan-postingan yang kami upload itu memiliki nilai positif dan menarik untuk dilihat bagi masyarakat, dan kami juga menjadi wajah terdepan dari sebuah perusahaan dengan selalu merespon tanggapan dari masyarakat walaupun terkadang tanggapan tersebut tidak sesuai dengan konten sosial media yang kami buat tapi kami selalu merespon dengan sabar dan menjelaskannya dengan lebih rinci agar penilaian publik terhadap perusahaan tetap selalu baik.”

Menurut pegawai Divisi Humas PT. INALUM Bapak Afief pemanfaatan media sosial PT. INALUM dilakukan dengan cara memilih foto terbaik dari kegiatan PT. INALUM yang membuat masyarakat tertarik terhadap sosial media PT. INALUM, tidak hanya itu sosial media PT. INALUM juga menjadi wadah untuk melihat dan merespon masyarakat yang mengikuti sosial media PT. INALUM sebagai bentuk partisipasi PT. INALUM terhadap masyarakat.

Dalam media sosial juga memiliki citra, citra mencerminkan tentang persepsi individu atau masyarakat. Berbagai program dari CSR dapat membentuk, memelihara dan meningkatkan citra positif dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga membuat reputasi perusahaan baik dan memperoleh opini publik yang menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT. INALUM, Bapak M. Alex Ridwan (27 tahun), terkait pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif masyarakat terhadap perusahaan melalui program TJSL, Bapak Alex mengatakan:

“Tim CSR biasanya menyiapkan draft release beserta foto terbaik dan dikirimkan ke pihak humas untuk di publikasikan melalui media sosial perusahaan ataupun bekerjasama dengan wartawan lokal atau nasional dalam mempublikasikan aktivitas kegiatan dari program TJSL tersebut agar dapat dinilai atau dilihat oleh publik.”

Menurut pegawai Divisi CSR PT. INALUM Bapak Alex pemanfaatan media sosial PT. INALUM pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Divisi CSR yaitu dengan cara memberikan foto terbaik dari kegiatan program TJSL kepada Divisi Humas tidak hanya itu tetapi juga mempublish kegiatan CSR PT. INALUM melalui wartawan lokal ataupun nasional.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT. INALUM, Bapak Prastyo Garin Nugroho (25 tahun), terkait pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif masyarakat terhadap perusahaan melalui program TJSL, Bapak Garin mengatakan:

“Biasanya kami dari tim CSR selalu mendokumentasikan kegiatan secara pribadi dan terkadang kami juga melakukan kerjasama dengan tim HUMAS perusahaan untuk membantu meliput kegiatan TJSL tersebut yang dimana hasilnya akan di upload di media sosial perusahaan PT. INALUM. Sehingga masyarakat luas bisa melihat aktivitas sosial perusahaan dan melalui ini bisa meningkatkan citra dari perusahaan PT. INALUM.”

Menurut pegawai Divisi CSR PT. INALUM Bapak Garin pemanfaatan media sosial PT. INALUM pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Divisi CSR yaitu dengan cara memberikan foto terbaik dari kegiatan program TJSL kepada Divisi Humas disebar luaskan melalui media sosial PT. INALUM.

Maka dari itu masyarakat memiliki kaitan yang sangat penting dengan pembentukan citra perusahaan melalui media sosial merupakan proses

keberlangsungan sebuah perusahaan. Hal tersebut di nyatakan bahwa citra di dalam masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk adalah citra yang positif. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT. INALUM Kab. Batubara, Bapak Fajar Riyanto (53 tahun), terkait pandangan terhadap pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif perusahaan melalui program TJSL, Bapak Fajar Riyanto mengatakan:

“Mengenai media sosialnya dek udah bagus dan program-program yang dimasukkan kedalam media sosial nya itu pun sangat mudah diakses dan di pahami kalau di lihat dari segi pandang masyarakat, alur cerita, informasi yang mudah dipahami menurut abang sih itu dapat membuat masyarakat luas semakin tertarik dengan aktivitas dari perusahaan besar INALUM ini.”

Menurut pandangan masyarakat yang menggunakan media sosial dan mengikuti media sosial Instagram PT. INALUM. Bapak Fajar Riyanto pemanfaatan media sosial yang dilakukan dapat memuaskan masyarakat karena informasi yang diberikan oleh penyelenggara program TJSL sangat bagus untuk masyarakat luas dan informasi yang diberikan menggunakan kalimat atau bahasa yang mudah di pahami.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT INALUM Kab. Batubara, Ibu Faradilla (27 tahun), terkait pandangan terhadap pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif perusahaan melalui program TJSL, Ibu Faradilla mengatakan:

“Media sosial nya bagus tata kelolanya juga bagus dan ibu juga sering dapat informasi bantuan sosial dari akun media sosial PT INALUM. Ibu seringnya dapat informasi dari Instagram memang bagus dan puas”

Menurut pandangan masyarakat yang menggunakan media sosial dan mengikuti media sosial Instagram PT. INALUM yaitu Ibu Faradilla mengakui tata kelola dari sosial media PT. INALUM sebagai pengguna media sosial Instagram Ibu Faradilla juga mengatakan sangat puas atas informasi yang didapat dari sosial media Instagram PT. INALUM.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT INALUM Kab. Batubara, Ibu Sawitri (50 tahun), terkait pandangan terhadap pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan citra positif perusahaan melalui program TJSL, Ibu Sawitri mengatakan:

“Ibu terbantu dengan adanya informasi yang didapat dari media sosial tersebut, awal mulanya kan ibu mengikuti media sosial tersebut sewaktu ada program yang diadakan PT. INALUM di lingkungan rumah ibu. Dari situ ibu mulai ngikuti karna kata panitia nya bakal ada informasi-informasi terkait program-program sosial masyarakat gitu, dan untuk postingannya pun juga bagus bagus.”

Menurut pandangan masyarakat yang menggunakan media sosial dan mengikuti media sosial Instagram PT. INALUM yaitu Ibu Sawitri mengatakan sangat terbantu dengan adanya media sosial karena dapat mencari informasi tentang program yang dilakukan PT. INALUM yaitu program TJSL.

Melihat fenomena ini betapa kuatnya pengaruh pelaksanaan program CSR dalam sosial media terhadap pembentukan citra positif perusahaan, maka ketika sebuah perusahaan memiliki citra negatif, fungsi serta peranan sosial dari CSR yang telah dilakukan harus kembali dikaji. Peneliti berfokus pada, pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan citra positif PT. INALUM melalui program

CSR untuk membangun sebuah citra dalam hubungan kepercayaan antara masyarakat dan perusahaan.

4.1.3 Citra Positif PT. INALUM

Citra merupakan tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi setiap perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan yang baik, dan menguntungkan terhadap suatu citra perusahaan, biasanya landasan citra itu berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkretnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra.

Citra dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu citra positif dan citra negatif. Citra positif merupakan kesan, pandangan atau persepsi baik yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi atau perusahaan ataupun sebaliknya, citra negatif yaitu kesan, pandangan atau persepsi buruk yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi atau perusahaan. Sebelumnya peneliti menyebutkan bahwa citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi Humas PT. INALUM, Bapak Gilang Sukma (35 tahun), terkait citra positif yang dibentuk bagi perusahaan terhadap pandangan masyarakat, Bapak Gilang mengatakan:

“Citra positif yang kami bentuk itu dek lebih ke postingan dan program-program yang dijalani perusahaan kepada masyarakat dan kami sebagai pelaksana dan pendukung hanya bisa melakukan dan menjalankannya dengan sangat baik dan masyarakat yang melihatnya pun bisa menilai dengan baik.”

Menurut pegawai Divisi Humas PT. INALUM Bapak Gilang Sukma tentang citra positif sangat terpengaruh oleh media sosial karena melalui media sosial PT. INALUM dengan cara melakukan yang terbaik mulai dari postingan, konten yang akan dibuat sehingga dapat membuat masyarakat yang melihat tertarik dan mendapatkan mempertahankan citra positif dari semua media sosial yang digunakan PT. INALUM.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi Humas PT. INALUM, Bapak M. Afief Ar Raihan (25 tahun), terkait citra positif yang dibentuk bagi perusahaan terhadap pandangan masyarakat, Bapak Afief mengatakan:

“Kami membuat konten-konten yang sangat menarik dalam setiap program yang dilakukan CSR agar masyarakat yang melihat dapat merespon secara positif dan dapat meningkatkan citra positif untuk perusahaan.”

Menurut pegawai Divisi Humas PT. INALUM Bapak Afief tentang citra positif, membangun citra positif kepada masyarakat melalui media sosial dengan

cara membuat konten yang menarik disetiap kegiatan agar masyarakat merespon secara positif dan dapat membangun kepercayaan antara masyarakat dengan PT. INALUM.

Citra perusahaan akan terbentuk melalui proses program dari CSR karena perusahaan tidak akan lepas dari masyarakat yang berinteraksi langsung dengan perusahaan, dengan begitu akan menghasilkan hubungan timbal balik yang diterima, dan diantaranya muncul citra positif perusahaan.

Pengelolaan Divisi CSR dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan sangat penting bagi perusahaan dimana Divisi CSR membuat salah program TJSL. Program TJSL merupakan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan diantaranya pendidikan, lingkungan dan ekonomi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT INALUM, Bapak M. Alex Ridwan (27 tahun), terkait citra positif yang dibentuk bagi perusahaan terhadap pandangan masyarakat melalui program TJSL, Bapak Alex mengatakan:

“Divisi CSR selalu memberikan program kemasyarakatan yang bersifat edukasi, program tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Tak hanya itu juga masyarakat juga sangat menyambut aka nada nya program yang kami jalankan sehingga dengan sambutan hangat dari masyarakat meyakinkan kami dengan menguatnya citra positif yang terbentuk di PT. INALUM.

Menurut pegawai Divisi CSR PT. INALUM Bapak Alex tentang citra positif dapat dibangun melalui program kemaasyarakatan yang sangat bermanfaat bagi masyarakat dan juga membangun citra positif kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT INALUM, Bapak Prasetyo Garin Nugroho (25 tahun), terkait citra positif yang dibentuk bagi perusahaan terhadap pandangan masyarakat melalui program TJSL,

Bapak Garin mengatakan:

“Semenjak adanya program TJSL ini, masyarakat sangat terbantu mulai dari bidang ekonomi, pendidikan, dan lingkungan. Jadi karna hal itu juga memicu terbentuknya citra positif dari masyarakat.”

Menurut pegawai Divisi CSR PT. INALUM Bapak Garin tentang citra positif sangat terbentuk melalui program TJSL karena program TJSL sangat membantu masyarakat dalam bidang ekonomi, pendidikan maupun lingkungan. Program TJSL sendiri dapat membentuk citra positif dari masyarakat langsung maupun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT. INALUM Kab. Batubara, Bapak Fajar Riyanto (53 Tahun) terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap citra perusahaan PT.INALUM melalui program TJSL, Bapak Fajar Riyanto mengatakan:

“Sangat membantu masyarakat, dan mungkin kedepannya program ini sangat bermanfaat bagi kami masyarakat yang mendapatkannya, dan pandangan bapak sudah pasti baik dengan INALUM ini.”

Menurut pendapat masyarakat Bapak Fajar tentang citra positif dari PT. INALUM sangat baik dan sangat membantu masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT INALUM Kab. Batubara, Ibu Faradilla (27 Tahun), terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap citra perusahaan PT INALUM melalui program TJSL, Bapak Ahmad deni mengatakan:

“Sudah pasti bagus dek, yang namanya untuk membantu masyarakat pasti pandangan masyarakat tersebut sudah pasti bagus apalagi program itu

sangat benar benar membantu jadi menurut Ibu sudah bagus. Citra positif yang meraka bangun dari sosial media juga Ibu lihat teliti juga mereka upload.”

Menurut pendapat masyarakat Ibu Faradilla tentang citra positif yang di bangun PT. INALUM kepada masyarakat juga sangat baik, terumata adanya program kemasyarakatan yang dilakukan oleh PT. INALUM dan juga media sosial PT. INALUM mampu meningkatkan citra positif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT. INALUM Kab. Batubara, Ibu Sawitri (50 Tahun), terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap citra perusahaan PT. INALUM melalui program TJSL, Ibu Sawitri mengatakan:

“Bagus, ibu sangat senang sama kegiatan yang ada di perusahaan INALUM ini selain membantu ekonomi dan kami dek aktif dan semangat juga mengikuti kegiatan yang dibuat oleh INALUM.”

Menurut pendapat masyarakat Ibu Sawitri tentang citra positif yang di bangun PT. INALUM sangat membantu dan juga membuat masyarakat menjadi semangat dalam mengikuti kegiatan.

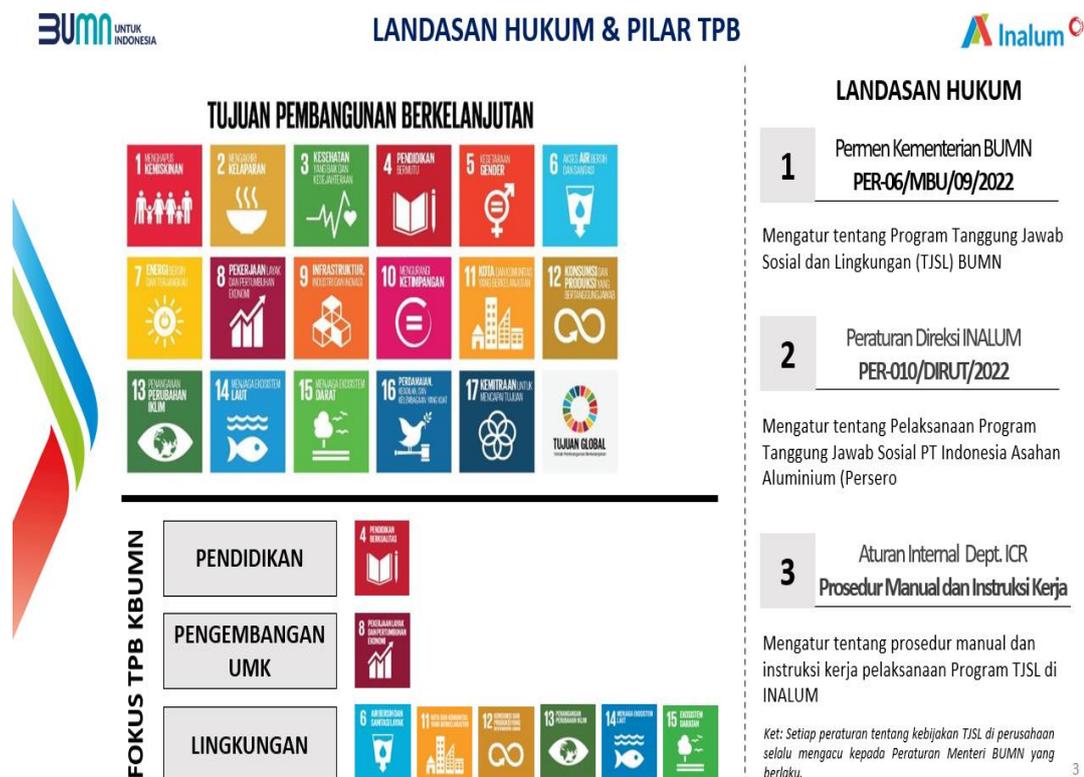
4.1.4 Program Corporate Social Responsibility PT. INALUM

Program yang diteliti yaitu program TJSL yang telah dilaksanakan PT INALUM mengacu pada Peraturan Menteri BUMN peraturan terbaru: PER-6/MBU/09/2022 sesuai dengan paradigma baru TJSL, dan juga mengacu pada standar Internasional SDGS (*Sustainable Development Goals*) atau dikena Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), Departemen CSR dalam pelaksanaan program TJSL memfokuskan program pada 3 bidang: 1) Pendidikan;

2) Pengembangan UMK; 3) Lingkungan.

Sebagai satu-satunya Pabrik Peleburan aluminium di Indonesia yang telah dioperasikan selama lebih dari 4 dekade ini, tepat sekali jika secara sosial PT INALUM (Persero) mempertimbangkan untuk berperan serta untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat sekitar Perusahaan, disamping itu kesejahteraan sosial dan perkembangan ekonomi regional merupakan fasilitas bagi Perusahaan untuk mencapai misi, visi dan nilai-nilainya.

Oleh karena itu, sejak awal berdiri, kebijakan tanggung jawab sosial kepada pemangku amanah masih mendapat perhatian dan dukungan dari Perusahaan dengan nama program TJSL, pada gambar berikut ini tentang tujuan dari program TJSL:



Gambar 4.11 Landasan hukum & pilar TPB

Sumber : Peneliti

CSR dalam arti keberlanjutan kegiatan ekonomi tidak hanya tentang tanggung jawab sosial, tetapi juga tentang tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, bangsa dan komunitas Internasional. CSR dalam arti sempit adalah suatu bentuk kerjasama antara perusahaan (bukan hanya perseroan terbatas) dan semua kepentingan yang berinteraksi langsung atau tidak langsung dengan perusahaan untuk tetap menjamin kelangsungan hidup dan kelangsungan operasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi Humas PT. INALUM, Bapak Gilang Sukma (35 tahun), terkait hubungan CSR dengan media sosial Humas dalam menjalankan program TJSL, Bapak Gilang mengatakan:

“Hubungan kami dengan pihak divisi CSR itu sangatlah erat yang dimana tanpa humas CSR tidak bisa berjalan dan tanpa CSR Humas tidak bisa bekerja. Jadi hubungan kami itu berkesinambungan antara satu dengan yang lain disini kami membantu mendokumentasikan dan mempublikasikan program-program yang mereka jalani dan menyebarkan nya ke publik agar dapat dilihat oleh masyarakat luas. Adanya program TJSL juga membuat kami semakin memikirkan ide apa yang akan harus kami buat dalam program nya ataupun mempublikasikan kegiatan dari program TJSL.”

Menurut pendapat pegawai PT. INALUM Bapak Gilang Sukma Divisi Humas tentang CSR dalam program TJSL juga sangat membantu untuk membangun kepercayaan dengan masyarakat, tidak hanya masyarakat langsung tetapi juga masyarakat tidak langsung bisa melihat peran PT. INALUM terhadap masyarakat melalui program TJSL.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi Humas PT. INALUM, Bapak M. Afief Ar Raihan (25 tahun), terkait hubungan CSR dengan media sosial Humas dalam menjalankan program TJSL, Bapak Afief mengatakan:

“Ya saling membutuhkan intinya. Karna tugas dan tanggung jawab membantu karena kami bertugas untuk meliput, dokumentasi, dan publikasi. Sedangkan pihak CSR yang mengeksekusi program tersebut ke masyarakat. TJSL itu berpengaruh kali sama masyarakat karena di dalam TJSL banyak program nya yang bisa membantu masyarakat”

Menurut pendapat pegawai PT. INALUM Bapak Afief Divisi Humas tentang CSR dalam program TJSL saling membantu antar Divisi CSR dan Divisi Humas karena dalam menjalankan program TJSL yang menyelenggarakan secara langsung yaitu Divisi CSR sementara yang mempublishkasikan kepada masyarakat tidak langsung yaitu Divisi Humas dengan cara mengupload semua kegiatan yang berdampak untuk mempertahankan citra positif PT. INALUM terhadap masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT.INALUM, Bapak M. Alex Ridwan (27 tahun), terkait CSR dalam menjalankan program TJSL dan kendala yang sering Bapak/Ibu hadapi, Bapak Alex mengatakan:

“Menjalankan program TJSL berpatokan dengan visi dan misi yang berguna menjadi acuan kami dalam menjalankan program agar masyarakat bisa menerima manfaat dari program yang kami buat dan nanti nya akan membawa perubahan bagi desa yang telah menerima program dari kami untuk kendala salah satu nya kurang pemahaman masyarakat terkait info-info yang kami berikan sewaktu program itu berjalan sudah dijelaskan tapi masih terdapat miss komunikasi.”

Menurut pendapat pegawai PT. INALUM Bapak Alex Divisi CSR tentang hubungan CSR dalam program TJSL sesuai dengan Visi dan Misi dari PT.

INALUM yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan adanya CSR dengan program TJSL sangat meningkatkan produktivitas dari masyarakat, namun disamping itu juga ada kendala dari Divisi CSR sendiri yaitu kurangnya perhatian masyarakat saat diberi penjelasan oleh Divisi CSR.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Divisi CSR PT. INALUM, Bapak Prasetyo Garin Nugroho (25 tahun), terkait CSR dalam menjalankan program TJSL dan kendala yang sering Bapak/Ibu hadapi, Bapak Garin mengatakan:

“Menaati ketentuan dan peraturan yang ada di perusahaan ini kami menjalankan program TJSL memegang atau menggunakan data yang real di lapangan mulai dari status masyarakat dan kondisi ekonomi dan lain lain nya dan untuk kendala yang sering kami hadapi itu lebih ke personal masyarakat nya ya jadi intinya kami lebih sabar dalam mengajarkan dan memberi program dan informasi kepada masyarakat agar sampai dan bermanfaat bagi mereka.”

Menurut pendapat pegawai PT. INALUM Bapak Garin Divisi CSR tentang hubungan CSR dalam program TJSL menaati aturan dan ketentuan dari program TJSL ini sehingga menggunakan data untuk status dan kondisi masyarakat, kendala yang di hadapi oleh Bapak Garin sendiri hanya lebih sabar memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih mengerti tentang program TJSL.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT. INALUM Kab. Batubara, Bapak Fajar Riyanto (53 tahun), terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap Divisi CSR PT. INALUM dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan kepada masyarakat Kab Batubara, Bapak Fajar Riyanto mengatakan:

“Bagus dek, semenjak ada kegiatan dari orang INALUM sama kami dek

terbantu kadang informasi yang kami dapat di media sosial juga membantu kami dek dapatkan kabar kalau di desa ini kegiatan itu ha itu contoh nya dek, pokok nya bagus lah dek”

Menurut pendapat masyarakat yang menggunakan media sosial tentang program TJSL Bapak Fajar merasa puas, karena data meningkatkan efektivitas di sekitaran lingkungan rumahnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT. INALUM Kab. Batubara, Ibu Faradilla (27 tahun), terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap Divisi CSR PT. INALUM dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Lingkuhan kepada masyarakat Kab Batubara, Bapak Ahmad deni mengatakan:

“Orang-orang nya baik dek kemarin Ibu baru ikut pelatihan kewirausahaan yang di selenggarakan sama mereka bagus sih program nya dapat membantu ekonomi masyarakat yang ekonominya menengah kebawah, dan untuk berita berita yang kami dapat juga cepat melalui media sosial yang mereka buat.”

Menurut pendapat masyarakat yang menggunakan media sosial tentang program TJSL Ibu Faradilla merasa puas, karena dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang menengah kebawah, suatu perubahan yang sangat baik dan pelatihan dari Divisi CSR juga sangat baik untuk masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang tinggal di sekitaran PT INALUM Kab. Batubara, Ibu Sawitri (50 tahun), terkait pandangan Bapak/Ibu terhadap Divisi Corporate Social Responsibility PT INALUM dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Lingkuhan kepada masyarakat Kab Batubara,

Bapak Ahmad deni mengatakan:

“Jadi kan pernah ikuti program dari mereka jadi mereka membantu masyarakat mereka juga membantu kami dek kaya hasil kerajinan kami melalui sosial media mereka dan ibu juga sering dapat informasi gitu dari instagram karna mereka lebih aktif disana di banding dengan akun sosial media yang lain dalam memberikan informasi.”

Menurut pendapat masyarakat yang menggunakan media sosial tentang program TJSL Ibu Sawitri merasa sangat terbantu dengan program TJSL dan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah untuk menemukan informasi

Pendapat masyarkat merasa sangat puas terhadap informasi tentang program TJSL melalui media sosial atau secara langsung, sehingga masyarakat bisa melihat CSR PT. INALUM sangat bermanfaat bagi masyarakat, tidak hanya itu citra positif juga bisa didapatkan PT. INALUM melalui media sosialnya.

4.2 Pembahasan

Masyarakat merasa sangat puas dengan adanya program TJSL dari PT. INALUM, karena menganggap dengan adanya perusahaan berskala besar dan modern akan membawa pengaruh besar, yang pasti akan berpengaruh dengan daerah sekitar PT INALUM Hal ini diperkuat dengan (Untung, 2018) mengemukakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Interaktivitas media sosial menciptakan jaringan antar pengguna yang tidak hanya membangun pertemanan atau pengikut tetapi dapat berinteraksi dengan antar pengguna tersebut. Pengertian ini dasarnya berangkat dari (Nasrullah, 2015) tentang media sosial yang memiliki budaya media yang menawarkan kebebasan bagi para penggunanya untuk mendapatkan informasi serta melakukan interaksi terhadap sesama pengguna media sosial.

Pegawai dari PT. INALUM mengatakan bahwa media sosial sebagai sarana untuk menyebar- luaskan informasi kepada masyarakat, dan menjadikan penilaian yang nyata bagi masyarakat lokal atau luas. Tidak hanya itu media sosial juga menjadi wadah masyarakat untuk menjadi suatu interaksi masyarakat dan PT. INALUM melalui Divisi CSR dalam program TJSL.

Teori ini juga dibuktikan lewat pernyataan dari masyarakat langsung yang berpendapat media sosial sangat mudah di akses dan di pahami dari segi masyarakat dan juga membuat masyarakat luas sangat tertarik dengan adanya sosial media PT.INALUM.

Citra positif Citra perusahaan mengacu pada perusahaan sebagai tujuan utama, bagaimana citra perusahaan yang positif lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat, melalui sejarah, keunggulan dalam kualitas layanan, keberhasilan dalam pemasaran dan terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial (Imran, 2012).

Hal ini pegawai PT. INALUM Divisi CSR mengatakan citra positif dari perusahaan harus positif agar masyarakat bisa menilai perusahaan PT. INALUM. Tidak hanya itu PT. INALUM memberikan pelayanan dan program edukasi, dimana program tersebut bermanfaat bagi masyarakat, dan menjadi kan program

tersebut sebagai penguat citra positif dari PT. INALUM.

Berdasarkan hasil peneliti bersama masyarakat yang menggunakan media sosial dan mengikuti media sosial PT. INALUM semenjak adanya program TJSL masyarakat sangat terbantu mulai dari bidang ekonomi, pendidikan dan lingkungan. Maka dari itu citra positif perusahaan dapat dibentuk dari perspektif dan kepercayaan masyarakat.

Citra positif perusahaan akan terbentuk melalui CSR, karena perusahaan tidak akan lepas dari masyarakat yang berinteraksi langsung dengan perusahaan, dengan begitu akan menghasilkan hubungan timbal balik.

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui peran CSR PT INALUM dalam pengembangan masyarakat menjalankan program TJSL dengan berpatokan visi dan misi yang menjadi acuan PT. INALUM dalam menjalankan program agar masyarakat bisa menerima manfaat dari program yang di lakukan oleh Divisi CSR PT. INALUM. Hal ini diperkuat dengan teori menurut (Untung, 2018) .

Mendefinisikan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan, ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan konsep CSR yang dilaksanakan oleh PT INALUM. Menjalankan program TJSL sangat berdampak terhadap pembangunan ekonomi masyarakat sekitar PT. INALUM mulai dari adanya pelatihan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media sosial PT. INALUM sangat mendukung terhadap citra perusahaan yang dimana tugas media sosial selain menjadi wajah dari sebuah perusahaan media sosial juga berperan aktif dalam melayani masyarakat secara online, dapat dilihat media sosial PT. INALUM selalu memberikan informasi-informasi terbaru terkait program TJSJL dan selalu merespon tanggapan masyarakat dengan tepat dan baik, takhanya itu media sosial PT INALUM juga memberikan konten konten yang dimana konten tersebut berisi aktivitas kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat sekitar ruang lingkup PT INALUM.
2. PT INALUM memiliki kekuatan yang sangat positif dikalangan masyarakat dalam segala bidang, PT INALUM juga memiliki peran yang sangat penting dilingkungan masyarakat, merubah pola pikir masyarakat sehingga bergerak lebih maju dan memiliki wawasan yang luas.
3. Dengan adanya program-program CSR yang INALUM miliki membuat masyarakat bergerak dibidang ekonomi, lingkungan, pendidikan, dan sosial dan membantu masyarakat dalam memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di desa tersebut, dan juga PT INALUM banyak memberikan partisipasi lebih dalam membangun daerah khususnya Kab Batubara dalam pembangunan dan ekonomi, serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Divisi CSR Memiliki peran penting dalam mempertahankan

citra perusahaan, melalui program-program yang mereka buat dapat menumbuhkan kesadaran, kebahagiaan, pengetahuan, dan kebaikan bagi masyarakat yang menerima program tersebut. Walaupun terdapat beberapa kendala yang sering mereka hadapi divisi CSR PT INALUM tetap selalu menjalankan dan memegang teguh tanggung jawab yang diberikan dengan mengadakan program-program yang gunanya agar bermanfaat bagi masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan mampu meningkatkan interaksi sosial medianya dengan masyarakat jangkauan luas (*Followers*). Selain itu PT. INALUM juga mampu menjangkau masyarakat jangkauan luas dengan cara lebih mengeksplor ke berbagai media sosial yang digunakan oleh PT. INALUM.
2. Diharapkan untuk Divisi CSR agar dapat memberikan informasi menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat agar masyarakat tidak kekurangan tentang informasi yang diberikan oleh Divisi CSR.
3. Diharapkan program TJSL dapat berlangsung dengan baik, dan berkesinambungan agar masyarakat dapat memperoleh ilmu dari kegiatan program TJSL tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.
- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *Jurnal Komunikatif*, 7(2), 187–209.
- Ariana, R. (2016). *Kuantitas Media*. 5(1), 1–23.
- Catur, T., Pratiwi, R., & Widiyastuti, T. (2018). Analisis Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di CV Alvina Indah Motor Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3(2), 161–169.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Darmalaksana, & Wahyudin. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Harmoni, A., Ganefi, M., & Permatasari, H. P. (2016). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi CSR Oleh Perusahaan LQ 45 Di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 49–53.
- Imran, M. (2012). Peran Public Relations Pada Program CSR Dalam Rangka Meningkatkan Citra Positif Perusahaan . *Komunikasi*, 127–139.
- Iswanto, H. Fauzi, Achmad. Suyadi, I. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra (Survei pada Warga RW 2, Kelurahan Panjang Jiwo, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya yang Tinggal di Sekitar PT Vitapharm). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 13(1), 83831.
- Juhji, J., Rachman, M. S., & Nurjaya, N. (2020). Media Daring dan Kuantitas Pemberian Tugas Terhadap Kepuasan Belajar Mahasiswa. *Al-Tarbawi Al-Haditsah: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 1–15.
- Nasrullah. (2015). *Media sosial persefektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (simbiosis rekayasa Media (ed.)).
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*,

8(3), 458–467.

Saleh, A. (2021). Csr Model of Pt Agincourt Resources for Empowerment and Regional Development in Batangtoru, South Tapanuli, *4(9)*, 17–31.

Saleh, A., Dalimunthe, A. H., & Lubis, F. H. (2019). Development of Banking CSR Model for Community Empowerment Slum Area in Medan City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, *2(3)*, 39–50.

Saleh A. (2015). (3) *Pengembangan Model CSR Perusahaan Tambang Emas Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. 0030017402.

Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, *1*, 71–82.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Penerbit Alfabeta*.

Untung, hendrik budi. (2018). *Corporate social responsibility*.

Vega Prasiska, Y., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). Csr Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, *24(1)*, 43–49.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : **NADYA FEBYOLA**
Tempat / Tgl. Lahir : Medan , 29 Januari 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jalan Rachmadsyah Gg. Kesatuan No. 21 – Medan
Email : nadyaamandry@gmail.com

STATUS KELUARGA

Nama Ayah : Herizal Mandri
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Elly Yusmira
Pekerjaan : Wiraswasta

RIWAYAT PENDIDIKAN

2008-2013 : SD. Swasta Bhayangkari 1 – Medan
2013- 2016 : SMP Negeri 2 – Medan
2016-2019 : SMA Negeri 2 – Medan
2019-2023 : Strata-1 Ilmu Komunikasi Fisip Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara – Medan.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mengadakan kuliah di agar di sebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> | fisip@umsu.ac.id | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#) | [umsu](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

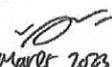
Medan, 14 Maret 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Nadya Febyola
N P M : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,63

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1 ✓	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif PT Inalum Melalui Program Corporate Social Responsibility	 14 Maret 2023
2	Pengaruh Disiplin Kerja dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Inalum Kabupaten Batu Bara	
3	Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Meningkatkan Self Disclosure Pada Anak Usia Remaja Di Kota Medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

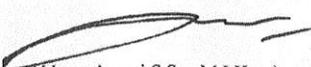
1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

107.19.311

Medan, 15 Maret 2023
Ketua,

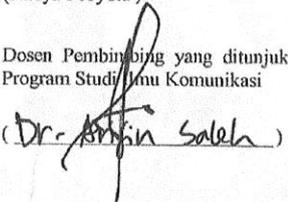

(Akhyar Ansori, S.Sos, M.I, Kom)
NIDN: 0127048401

Pemohon



(Nadya Febyola)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Arifin Saleh)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mempunyai surat ini agar ditunjukkan
kepada dosen pembimbing

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPIPT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 479/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 14 Maret 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **NADYA FEBYOLA**
N P M : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PT. INALUM MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Pembimbing : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 107.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 14 Maret 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 23 Sya'ban 1444 H
16 Maret 2023 M


Dekan

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila membuat surat agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id f umsumedan @umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan, 28 Maret 2023
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalam: 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Nadya Febyola
N P M : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 479./SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023. tanggal 14 Maret 2023 dengan judul sebagai berikut :

Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif
PT. Inalum Melalui Program Corporate Social Responsibility

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Propsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(Dr. Arifan Saich, S.Sos., M.P.)

NIDN: 0030017402

Pemohon,

(Nadya Febyola)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 544/UND/II.3.A.U/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 31 Maret 2023
Waktu : 10.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt.2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
26	NIA LESTARI	190310203	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI: PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DESTINASI WISATA ALAM GOMARA SWISS KABUPATEN LABUHANBATU UTARA
27	SITI AISYAH	190310217	MURHANAH MASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRI/A. AP SINAGA, S.Sos., M.A.	KOMUNIKASI DAN STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM "HIKMAH SORE" DI RADIO AL-FATH 107,3 FM TERHADAP MINAT PENDENGAR
28	NADYA FEBYDIA	190310131	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHKAN CITRA POSITIF PT. INALUM MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
29	ELLA SYAFIRA	190310185	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assoc.Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI ORANGTUA KEPADA ANAK DALAM MEMBINA PERILAKU KEAGAMAAN DI MEDAN DENAI
30	MUHAMMAD NUZUL RISKI	190310002	SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc.Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI KELUARGA DALAM PENGASUHAN ANAK PADA ORANGTUA BEDA WARGA NEGARA DI KOMPLEK BUMI ASRI MEDAN

Medan, 07 Ramadhan 1444 H

29 Maret 2023 M





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila maklumkan surat ke agensi ini dengan nombor dan lambangnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarakan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20228 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [@umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Nadya Febyola
N P M : 1903110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif PT. Inalum Melalui Program Corporate Social Responsibility

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	23-03 2023	Bimbingan penyusunan proposal	
2.	24-03-2023	Bimbingan lanjutan perbaikan proposal	
3.	28-03/2023	Acc proposal	
4.	03/04/2023	Bimbingan untuk penyusunan daftar wawancara untuk penelitian/riset.	
5.	04/04/2023	Acc daftar wawancara untuk Penelitian / riset	
6.	08/04/2023	Bimbingan BAB I-V Serta penyampaian Kosop BAB IV dan V	
7.	10/04/2023	Bimbingan Semva BAB I-V Serta Abstrak dan Kata pengantar	
8.	12/04/2023	Revisi BAB IV dan V, daftar isi, daftar Pustaka dan Kata pengantar	
9.	13/05/2023	Acc Skripsi untuk ujian mega higan	

Medan, 13 Mei 2023.

Delan,

Ketua Program Studi,
(Dr. Ariem Saleh, S.Sos, MSP)
NIDN : 030017402

Pembimbing,
(Dr. Ariem Saleh, S.Sos, MSP)
NIDN : 030017402

