

**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PT DWI MITRA DAYA RIAU
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
BUKIT BADAK**

SKRIPSI

Oleh:

MAIMUNAH HAITAMI
1903110322

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**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 : Maimunah Haitami
NPM : 1903110322
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis , 27 Juli 2023
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

(*Muhammad Thariq*)

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

(*Sigit Hardiyanto*)

PENGUJI III : Dr. ARIFIN SALEH S.Sos, MSP

(*Arifin Saleh*)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Arifin Saleh



Sekretaris

Abrar Adhani

DR. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP DR. ABRAR ADHANI, S.SOS., M.I.KOM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : MAIMUNAH HAITAMI
NPM : 1903110322
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT DWI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BUKIT BADAK

Medan, 24 Juli 2023

PEMBIMBING


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP.

DISETUJUI OLEH

KETUA PROGRAM STUDI


AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Maimunah Haitami , NPM 1903110322, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

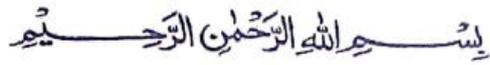
Medan, 28 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Maimunah Haitami

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Bukit Badak**” dengan sebaik-baiknya.

Ucapan terima kasih terdalem penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Pangeran Siregar dan Ibunda Resi Yisna Pasaribu yang telah membimbing untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak atas nasehat, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya serta selalu mensupport hingga penulis bias menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.

Kelancaran dan keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas berkat bantuan, bimbingan dan peran serta berbagai pihak yang memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada hingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh.,S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sekaligus Dosen Pembimbing saya yang selalu membimbing saya agar tersusunnya skripsi ini dengan baik dan benar.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani S.Sos.M.Ikom, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dan Bapak Faizal Hamzah Lubis S.sos., M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Suratno S.H selaku Hubungan Masyarakat PT Dwi Mitra Daya Riau
9. Bapak Bahagia Rambe selaku Kepala Desa Kota Parit, Bapak Adiman selaku Kepala Dusun Bukit Badak, Bapak Parlaungan selaku masyarakat Bukit Badak.
10. Untuk kerabat penulis, Siti Khoiriah, Andi Putra H, Saripa Putri, Tiara Putri, Dan Dewi Reinpa, yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk penulis.
11. Untuk teman seperjuangan, Riska Amelia Tinambunan, Riska Nurjanna, Dewi Andini, Lita Lestari dan teman-teman semuanya yang telah mendukung penulis selama ini. Dan untuk kelas tercinta Ilmu Komunikasi Humas A.
12. Untuk sahabat saya Silvia Maya Cantika, Tri Purwasih yang selalu menjadi support system terbaik saya.
13. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Demikianlah kiranya besar harapan penulis semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Medan, Mei 2023

Maimunah Haitami

NPM : 1903110322

**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT DWI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT BUKIT BADAK**

MAIMUNAH HAITAMI
NPM 1903110322

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan implementasi pemberdayaan masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) yang terkendala karena masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatan. Masalah komunikasi ini beragam, dari soal isi atau pesan komunikasi terkait program, penyampai komunikasi, hingga media komunikasinya. Berangkat dari hal itu, maka dipandang perlu adanya strategi komunikasi untuk program CSR dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi CSR PT Dwi Mitra Daya Riau dalam pemberdayaan masyarakat Bukit Badak. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi, komunikasi CSR, serta pemberdayaan masyarakat. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Analisis data dilakukan dengan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh melalui instrumen penelitian dengan narasumber sebanyak 5 orang diantaranya 1 orang Humas PT. Dwi Mitra Daya Riau, dan 1 orang Karyawan PT. Dwi Mitra Daya Riau serta 3 orang dari masyarakat Bukit Badak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT Dwi Mitra Daya Riau dalam pemberdayaan masyarakat Bukit Badak dengan adanya Bilikom (Bina Lingkungan dan Komunikasi) dapat membantu serta memudahkan masyarakat berkomunikasi langsung dengan pihak PT. Dwi Mitra Daya Riau sehingga PT. Dwi Mitra Daya Riau dapat lebih mudah berkomunikasi langsung dengan masyarakat Bukit Badak sehingga program CSR yang nantinya akan dilaksanakan PT. Dwi Mitra Daya Riau dapat dimengerti oleh masyarakat Bukit Badak. Beberapa program-program Corporate PT. Dwi Mitra Daya Riau dalam pemberdayaan masyarakat seperti program dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pertanian dengan adanya program CSR yang diberikan PT. Dwi Mitra Daya Riau semoga dapat membantu masyarakat yang ada di Bukit Badak.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi CSR, Pemberdayaan Masyarakat

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|------|
| KATA PENGANTAR | i |
| ABSTRAK | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR DAFTAR BAGAN | viii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| 1.1.Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2.Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3.Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4.Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.5.Sistematika Penulisan | 5 |

BAB II URAIAN TEORITIS

| | |
|---|----|
| 2.1 Strategi Komunikasi..... | 6 |
| 2.2. Corporate Social Responsibility..... | 8 |
| 2.2.1. Tujuan Dan Prinsip CSR..... | 11 |
| 2.2.2. Argumentasi Pro Kontra Terhadap CSR..... | 13 |
| 2.2.3. Jenis-jenis Program CSR | 14 |
| 2.2.4. Indikator Keberhasilan CSR | 15 |
| 2.3. Pemberdayaan Masyarakat..... | 16 |
| 2.3.1. Pemberdayaan Masyarakat | 16 |
| 2.3.2. Proses Pemberdayaan | 17 |
| 2.3.3 Pemberdayaan Sebagai Proses Pembangunan Masyarakat | 17 |
| 2.3.4. Prinsip Pemberdayaan Masyarakat | 19 |
| 2.3.5. Tujuan, Prinsip dan Bentuk Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat .. | 21 |
| 2.3.6. Pentingnya Pemberdayaan Masyarakat | 22 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2. Kerangka Konsep..... | 24 |
| 3.3. Defenisi Konsep..... | 24 |
| 3.4. Kategorisasi Penelitian..... | 26 |
| 3.5. Narasumber | 26 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.7. Teknik Analisis Data..... | 29 |
| 3.8. Waktu Dan Lokasi Penelitian | 30 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian 31
4.2. Pembahasan..... 38

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan 43
5.2. Saran..... 45

DAFTAR PUSTAKA 49

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian..... | 26 |
| Tabel 4.1 Data Dan Identitas Narasumber | 32 |
| Tabel 4.2 Jenis Kelamin Narasumber | 32 |
| Tabel 4.3 Agama Narasumber..... | 33 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|-------------------|----|
| Bagan 3.2.1. | 24 |
|-------------------|----|

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di seluruh dunia mulai dari korporasi global hingga perusahaan lokal saat ini mengkomunikasikan inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR) untuk mengedukasi/mendidik para stakeholder mengenai kontribusi masing-masing pihak terhadap pengembangan masyarakat, keberlanjutan ekonomi dan lingkungan (Saleh & Sihite, 2020)

Secara umum tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR dibagi menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (internal) contohnya terhadap karyawan dan ke luar lingkungan perusahaan (eksternal) contohnya penyediaan lapangan kerja kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang.(Nilamsari, 2015)

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa (Nilamsari, 2015)

Konsep CSR awalnya adalah kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan dan keluarganya yang tinggal di lingkungan perusahaan tersebut. Kemudian, konsep ini berkembang. Perusahaan mulai peduli dengan keadaan masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan tersebut dan lingkungan di sekitarnya, baik yang terkena dampak dari kegiatan perusahaan maupun yang tidak.

CSR adalah kewajiban hukum yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam rangka menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, terutama masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan tersebut. Namun, perusahaan di Indonesia sering mengabaikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat di sekitarnya, sehingga mengakibatkan sering terjadi konflik antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam prinsip *good corporate governance* juga ditegaskan, perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebenarnya, antara perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan timbal balik (Fahrial et al., 2019).

PT Dwi Mitra Daya Riau (DMDR) merupakan salah satu produsen kelapa sawit berkualitas, namun seperti halnya perusahaan-perusahaan perkebunan, mempunyai masalah dengan dampak operasional produksi di wilayah sekitarnya namun dengan seiring waktu PT Dwi Mitra Daya dapat mengurangi dampak operasional produksi terhadap lingkungan sekitar dengan mendapatkan berbagai macam penghargaan atas kerja kerasnya untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan kondusif. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pertanian PT. Dwi Mitra Daya selalu memperhatikan aspek-aspek sosial dengan melaksanakan

kegiatan CSR sejak tahun 2002 hingga sekarang di tahun 2020 terhadap masyarakat sekitar PT Dwi Mitra Daya ingin masyarakat dapat merasakan hal positif dari keberadaan perusahaan di wilayah sekitar lokasi perkebunan PT. Dwi Mitra Daya untuk itu PT Dwi Mitra Daya memiliki komitmen kuat untuk meneruskan bisnis secara etis dan taat akan hukum, membantu usaha-usaha peningkatan ekonomi, dan turut memperbaiki kehidupan para karyawan serta masyarakat sekitar wilayah operasi. PT Dwi Mitra Daya mendasarkan program-program CSR pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) dengan tiga dasar utama kepentingan (*Triple Bottom Lines*), yakni memelihara lingkungan, memberikan manfaat bagi masyarakat lokal, dan menjaga pertumbuhan perusahaan.

Hanya saja dalam implementasinya tak jarang pemberdayaan masyarakat melalui program CSR terkendala karena masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatan. Masalah komunikasi ini beragam, dari soal isi atau pesan komunikasi terkait program, penyampai komunikasi, hingga media komunikasinya. Permasalahan dengan program kegiatan yang dilakukan PT Dwi Mitra Dayadi antaranya adalah tuntutan masyarakat mengenai program yang seharusnya dijalankan seperti pembangunan jalan, penyediaan lapangan pekerjaan dan lain sebagainya.

Berangkat dari hal itu, maka dipandang perlu adanya strategi komunikasi untuk program CSR dalam upaya pemberdayana masyarakat. Strategi komunikasi tersebut menjadi hal yang urgen dalam konteks membantu implementasi program CSR untuk pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi CSR PT. Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Bukit Badak”

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dikemukakan dalam latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi CSR PT. Dwi Mitra Daya Riau dalam pemberdayaan masyarakat Desa Bukit Badak, Kecamatan Simpang Kanan, Kabupaten Rokan Hilir, Riau?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi CSR PT. Dwi Mitra Daya Riau dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Bukit Badak Kecamatan Simpang Kanan, Kabupaten Rokan Hilir, Riau

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai Strategi Komunikasi CSR Dalam Pemberdayaan Masyarakat dengan program-program CSR yang diberikan oleh perusahaan untuk masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara Praktis hasil peneltian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan mengenai strategi komunikasi csr dalam pemberdayaan masyarakat.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan acuan bagi PT. Dwi Mitra Daya Riau untuk terus melakukan program-program CSR agar masyarakat dapat terbantu.

1.5. Sistematika Penulisan

1. BAB I : Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.
2. BAB II : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang strategi komunikasi, corporate social responsibility (csr), serta pemberdayaan masyarakat.
3. BAB III : Merupakan persiapan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategori penelitian, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.
4. BAB IV : Merupakan hasil pembahasan dan hasil dari penelitian yang diperoleh dari lapangan saat melakukan pengumpulan data berupa wawancara kepada beberapa narasumber.
5. BAB V : Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi Komunikasi

Dalam penyusunan suatu strategi komunikasi, ada empat hal yang merupakan inti dalam penyusunan strategi komunikasi yakni: (a) Mengenal khalayak, (b) Menyusun pesan, (c) Menetapkan metode, (d) Seleksi dan penggunaan media. Dengan menggunakan keempat hal tersebut diatas, maka kita dapat mengetahui strategi komunikasi (Priatama 2013). Berhasil tidaknya kegiatan atau proses komunikasi secara efektif ditentukan oleh strategi komunikasi. Fungsi strategi komunikasi secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) adalah untuk menyebarluaskan informasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

Strategi komunikasi berkaitan dengan proses komunikasi dapat dijelaskan melalui paradigma Lasswell tentang komunikasi (*who says what to whom in which channel with what effect*). Strategi komunikasi dapat dihubungkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari pertanyaan dalam paradigma Lasswell tersebut yakni komunikator-pesan-komunikasi-saluran komunikasi efek komunikasi, dikaitkan juga dengan tujuan utama komunikasi yaitu: *to serve understanding, to establish acceptance, dan to motivate action*. Strategi komunikasi yang baik haruslah dapat meramalkan efek komunikasi yang diharapkan berupa: menyebarkan informasi, melakukan persuasif, melaksanakan instruksi. Berdasarkan efek yang diharapkan tersebut, dapat

ditetapkan cara berkomunikasi misalnya komunikasi tatap muka (*face to face communication*) digunakan bila efek yang diharapkan adalah perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari penerima pesan. Berkaitan dengan program CSR yang dilakukan organisasi/perusahaan, keberhasilan pelaksanaan program CSR salah satunya ditentukan faktor komunikasi. Komunikasi menjadi kunci penting dalam CSR. Komunikasi CSR sama pentingnya dengan CSR itu sendiri. Komunikasi CSR tidak sekadar ditujukan untuk menginformasikan, mengedukasi, mempersuasi khalayak sasaran saja, tetapi yang lebih utama adalah pemahaman terhadap hal-hal yang menjadi harapan (Nilamsari, 2015)

Wilbrur Schram menyebutkan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak dapat mengembangkan komunikasi. Begitu pun Everett Keinjan yang dikutip Hafied Cenggara menyebutkan, Komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas, karena sepanjang manusia hidup manusia perlu berkomunikasi (Rubino et al., 2023)

Sedangkan menurut Anwar Arifin strategi komunikasi merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Yang artinya dalam merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi yang akan dihadapi dan yang mungkin akan dihadapi dimasa depan, guna mencapai efektivitas untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak. Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai

target perubahan. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi Komunikasi memiliki tiga tujuan, yaitu :

1. To secure understanding – memastikan pesan diterima oleh komunikan.
2. To establish acceptance – membina penerimaan pesan.
3. To motivate action – kegiatan yang dimotivasi.

Dari beberapa uraian pendapat para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan, taktik, dan rancangan yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi, agar mencapai tujuan. Strategi ini dijalankan guna untuk mencapai target-target yang diinginkan, serta untuk semakin memperinci kondisi yang dihadapi ataupun yang mungkin dihadapi guna meminimalisir kemungkinan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak perusahaan (AU Ningrum, 2019)

2.2. Corporate Social Responcibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah komitmen yang dijalankan oleh perusahaan atau dunia bisnis dengan cara memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dan menitikberatkan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ardianto,2011). CSR dilakukan untuk memperbaiki taraf hidup dengan cara yang baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan, atau masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab perusahaan ini dilakukan sebagai bentuk komitmen yang diberikan pada dunia usaha untuk terus bertindak etis, sehingga dapat beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk

meningkatkan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan, keluarga, juga masyarakat sekitar (Octaviani et al., 2022)

Menurut Bradshaw dalam Harahap (2002), CSR dibagi dalam 3 bentuk, yaitu *Corporate Philantrophy*, di sisi ini tanggungjawab sosial perusahaan masih bersifat kerelaan dan kedermawanan, belum sampai merupakan tanggung jawab. *Corporate Responsibility*, kegiatan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan tanggungjawab perusahaan, bisa karena ketentuan Undang-Undang atau inisiatif dan kesadaran perusahaan. Dan *Corporate Policy*, tanggungjawab sosial sudah merupakan bagian dari kebijakan perusahaan. Terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional (Ii & Pustaka, 2006)

Istilah Corporate Social Responsibility telah ada lebih dari 70 tahun. Istilah ini digunakan secara sinonim oleh banyak ahli. Beberapa pendapat antara lain; keberlanjutan perusahaan adalah bagian dari CSR, CSR merupakan bagian dari. Jain et al. (2011) mendefinisi CSR, sebuah konsep yang komprehensif yang bertujuan sebagai praktek promo- si bisnis yang bertanggung jawab yang terkait erat dengan strategi perusahaan. Berbagai penelitian yang berkaitan dengan komunikasi CSR antara lain: Chaudhri dan Wang (2007) menganalisis komunikasi CSR yang dilakukan oleh 100 informasi teknologi (IT) perusahaan di

India di situs perusahaan mereka, dengan fokus analisis pada dimensi keunggulan komunikasi, informasi, dan gaya presentasi. Kemudian, Birth et al. (2008) mendeskripsikan tentang praktik komunikasi CSR perusahaan di antara 300 perusahaan di Swiss. Komunikasi CSR di Swiss tampaknya berkembang dengan baik, tetapi masih memiliki batas untuk pengembangan. Selanjutnya, Ligety (2009) meneliti komunikasi CSR, dengan kasus alasan-alasan perusahaan dalam rangka meningkatkan citra mereka sendiri untuk alasan pemasaran. Nielsen and Thomsen (2009) mengkaji bagaimana CSR muncul dan dikomunikasikan dalam usaha kecil dan menengah. Komitmen karyawan dan penggunaan langsung *word-of-mouth*, menyebabkan komunikasi dengan stakeholder internal dan lokal memiliki platform yang bermanfaat mengadopsi komunikasi CSR strategis.

Moreno and Capriotti (2009) memperdalam pemahaman situs web perusahaan yang digunakan tanggung jawab sosial perusahaan, corporate citizenship dan pembangunan berkelanjutan (CSR/CC/SD). Verboven (2011) menganalisis komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan citra perusahaan dalam industri kimia melalui slogan misi. Tewari dan Dave (2012) menganalisis komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan melalui penggunaan laporan berkelanjutan untuk membandingkan komunikasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan India dan Perusahaan Multinasional (MNC) melalui media laporan keberlanjutan. Penelitian berkaitan dengan komunikasi CSR, Takano (2013) menguji industri makanan Jepang dalam menanggapi undang-undang pendidikan (Rasyid et al., 2019)

2.2.1. Tujuan Dan Prinsip CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan dalam pelaksanaannya tidak hanya bergerak dalam bidang pembangunan sosial dan ekonomi, melainkan bergerak juga dalam bidang lingkungan hidup. Terdapat tiga pilar utama dalam corporate citizenship, yaitu keungan, sosial, dan lingkungan. Dalam hal ini, perusahaan harus melakukan hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti pemerintah dan masyarakat (termasuk organisasi kemasyarakatan, dan partai politik). Menurut Aksari (2013) terdapat lima tujuan pelaksanaan CSR, yaitu :

- i. CSR dilakukan sebagai salah satu upaya meminimalisir resiko sosial,
- ii. kemudian CSR dilakukan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat,
- iii. CSR dapat berperan aktif dalam memperbaiki masyarakat dengan melibatkan perusahaan pada masyarakat di sekitar perusahaan,
- iv. CSR mengembangkan bisnis perusahaan dan dapat membangun kepercayaan masyarakat dan mitra bisnis,
- v. CSR dapat meningkatkan harapan masyarakat agar perusahaan dapat mengejar sasaran sosial dan ekonomi yang tepat.

Dalam pelaksanaannya, CSR diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memberikan ekonomi, kondisi sosial, dan masyarakat. Maka dari itu, dalam kegiatan pelaksanaan CSR perlu menerapkan tiga prinsip CSR atau biasa disebut dengan triple bottom line, yaitu : (1) Profit, (2) People, dan (3) Planet. Prinsip Profit diartikan sebagai perusahaan yang tetap berorientasi untuk mencapai keuntungan ekonomi yang memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang.

Sedangkan prinsip People diartikan sebagai kepedulian yang harus dimiliki oleh perusahaan pada kesejahteraan manusia yang ada di lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternalnya. Yang terakhir adalah prinsip Planet yaitu, kepedulian yang harus dimiliki oleh perusahaan mengenai lingkungan hidup yang ada di sekitar perusahaan, perubahan dan kehidupan sosial yang ada.

Menurut Wibisono (2007), terdapat manfaat yang dapat dirasakan perusahaan apabila melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility yaitu :

1. Perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan citra positif.
2. Perusahaan mendapatkan rekomendasi social license to operate.
3. Perusahaan dapat mengurangi resiko bisnis.
4. Perusahaan berpeluang besar menerima penghargaan.
5. Perusahaan dapat menaikkan semangat karyawan sehingga meningkatkan produktivitas nya.
6. Perusahaan dapat memperbaiki hubungan dengan regulator.
7. Perusahaan dapat memperbaiki hubungan dengan berbagai stakeholder.
8. Perusahaan dapat meminimalisir biaya produksi
9. Perusahaan dapat memperluas akses sumber daya
10. Perusahaan dapat memperluas akses market

Corporate Social Responsibility sebagai komunikasi organisasi perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat merupakan sebuah ide dan gagasan, dimana perusahaan tidak lagi di hadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom lines. Disini bottom lines lainnya selain ekonomi adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan

tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan suatu perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Octaviani et al., 2022)

2.2.2. Argumentasi Pro Dan Kontra Terhadap CSR

Dalam menyikapi CSR, terdapat pendapat yang setuju dan juga yang menolaknya. Argumentasi yang mendukung menyatakan bahwa CSR diperlukan untuk hal-hal sebagai berikut (Anne, 2005):

1. Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspek tanggungjawab;
2. Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan);
3. Meningkatkan keuntungan jangka panjang;
4. Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi;
5. Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.

Sedangkan argumentasi yang menentang menyatakan bahwa pada dasarnya CSR hanya (Anne, 2005):

1. Menurunkan efisiensi ekonomi dan keuntungan usaha;
2. Membuat biaya perusahaan lebih tinggi dibandingkan kompetitornya;
3. Menimbulkan biaya tersembunyi yang secara tidak langsung akan dibebankan kepada stakeholder;
4. Mensyaratkan tambahan kemampuan sosial yang sebenarnya tidak dimiliki oleh perusahaan; dan
5. Membebankan tanggungjawab kepada perusahaan yang seharusnya dibebankan kepada individu

2.2.3. Jenis-jenis Program CSR

1) CSR Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi Corporate social responsibility (CSR) setiap perusahaan.

2) CSR Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. sehingga sudah seharusnya program-program Corporate Social Responsibility tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan.

3) CSR Lingkungan

Tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan sering kali dianggap berada di ranah public. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya di bidang lingkungan.

4) CSR Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan Corporate Social Responsibility, peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan

Lembaga Keuangan Mikro, Bantuan Modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat (Fahmi, 2014)

2.2.4. Indikator Keberhasilan Corporate Social Responsibility

Berbagai macam program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sebagai kegiatan social perusahaan kepada masyarakat sekitar. Namun tidak selamanya program yang telah dilaksanakan tersebut dikatakan berhasil. Program CSR dikatakan berhasil jika indicator dari keberhasilan CSR melalui:

- a. Indikator keberhasilan internal, yaitu
 - Kebijakan perusahaan tentang *Community Development*
 - Institusionalisasi kebijakan organisasi
 - Program *Community Development* dan alokasi biaya
 - Kinerja atau output yang dihasilkan program.
- b. Indikator keberhasilan external, yaitu:
 - Tingkat partisipasi program, mulai dari rencana, implementasi. hingga monitoring dan evaluasi
 - Tingkat kemandirian masyarakat
 - Keberlanjutan (*Sustainability dari program*).

Selain itu juga perusahaan dapat menilai keberhasilan sebuah program CSR melalui evaluasi. Evaluasi merupakan proses formal untuk menilai keberhasilan program CSR dengan cara membandingkan antara hasil dari program CSR dengan tujuan CSR yang ingin dicapai. Karena itu, pada saat menyusun tujuan CSR harus terukur baik dengan mempertimbangkan waktu, sumber daya manusia dan budaya

lokal dari masyarakatnya. Setelah program CSR berlangsung, evaluasi harus segera dilakukan agar mengetahui program CSR yang dilakukan berhasil sesuai dengan tujuan program CSR. Jika hasil dari program CSR belum sesuai dengan tujuan yang dibuat akan menjadi pembelajaran bagi program CSR berikutnya agar menjadi lebih baik lagi. Satu hal lain yang perlu dilakukan perusahaan adalah melakukan audit komunikasi CSR untuk mendapatkan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan dalam rencana komunikasi CSR. Audit terhadap komunikasi CSR dapat dilakukan melalui sebuah survei terhadap stakeholder (Situmeang, 2016)

2.3. Pemberdayaan Masyarakat

2.3.1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat *peoplecentered, participatory, empowerment and sustainable* (Chamber, 1995) Lebih jauh Chamber menjelaskan bahwa konsep pembangunan dengan model pemberdayaan masyarakat tidak hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (*basic need*) masyarakat tetapi lebih sebagai upaya mencari alternative pertumbuhan ekonomi lokal. Pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) sebagai strategi alternative dalam pembangunan telah berkembang dalam berbagai literatur dan pemikiran walaupun dalam kenyataannya belum secara maksimal dalam implementasinya. Pembangunan dan pemberdayaan masyarakat merupakan hal banyak dibicarakan masyarakat karena terkait dengan kemajuan dan perubahan bangsa ini kedepan apalagi apabila

dikaitkan dengan skill masyarakat yang masih kurang akan sangat menghambat pertumbuhan ekonomi itu sendiri (Munawar, 2011)

Pemberdayaan merupakan satu strategi untuk melaksanakan pembangunan yang berdasarkan azas kerakyatan. Dimana segala upaya diarahkan untuk memenuhi keperluan masyarakat. Oleh sebab itu, pemberdayaan diaktualisasikan melalui partisipasi masyarakat dengan pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga tertentu untuk mentransfer ilmu pengetahuan kepada kelompok masyarakat yang terorganisir (Yunus, 2017)

2.3.2. Proses Pemberdayaan

Proses pemberdayaan adalah suatu siklus atau proses yang melibatkan masyarakat untuk bekerjasama dalam kelompok formal maupun nonformal untuk melakukan kajian masalah, merencanakan, melaksanakan, dan melakukan evaluasi terhadap program yang telah direncanakan bersama (Widjajanti, 2011)

Proses pemberdayaan diukur melalui :

- i. kualitas dan kuantitas keterlibatan masyarakat mulai dari kegiatan kajian atau analisis masalah,
- ii. perencanaan program
- iii. melaksanakan program
- iv. keterlibatan dalam evaluasi secara berkelanjutan

2.3.3. Pemberdayaan Sebagai Proses Pembangunan Masyarakat

Terminologi pemberdayaan masyarakat kadang-kadang sangat sulit dibedakan dengan penguatan masyarakat serta pembangunan masyarakat (*community development*), yaitu proses dimana usaha orang-orang itu sendiri

disatukan dengan usaha- usaha pemerintah untuk memperbaiki keadaan ekonomi, sosial dan kultural masyarakat, menyatukan masyarakat-masyarakat itu kedalam kehidupan bangsa, dan memungkinkan masyarakat itu menyumbangkan secara penuh bagi kemajuan nasional.

Dalam pengertian yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang. Pemberdayaan masyarakat memiliki keterkaitan erat dengan sustainable development dimana pemberdayaan masyarakat merupakan suatu prasyarat utama serta dapat diibaratkan sebagai gerbong yang akan membawa masyarakat menuju suatu keberlanjutan secara ekonomi, sosial dan ekologi yang dinamis. Lingkungan strategis yang dimiliki oleh masyarakat lokal antara lain mencakup lingkungan produksi, ekonomi, sosial dan ekologi. Melalui upaya pemberdayaan, warga masyarakat didorong agar memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya secara optimal serta terlibat secara penuh dalam mekanisme produksi, ekonomi, sosial dan ekologi- nya.

Lingkungan strategis yang dimiliki oleh masyarakat lokal antara lain mencakup lingkungan produksi, ekonomi, sosial dan ekologi. Melalui upaya pemberdayaan, warga masyarakat didorong agar memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya secara optimal serta terlibat secara penuh dalam mekanisme produksi, ekonomi, sosial dan ekologi- nya. Secara ringkas keterkaitan antara pemberdayaan masyarakat dengan sustainable

development disajikan dalam Pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu tema sentral dalam pembangunan masyarakat seharusnya diletakkan dan diorientasikan searah dan selangkah dengan paradig baru pendekatan pembangunan.

2.3.4. Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Merujuk pada pendapat Najiyati, dkk (2014), terdapat empat prinsip yang sering digunakan dalam program pemberdayaan, yakni prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan/kemandirian, dan keberlanjutan.

1. Kesetaraan

Kesetaraan berasal dari kata “setara” atau sederajat yang berarti sama tingkatan, kedudukan atau pangkatnya. Kesetaraan atau kesederajatan menunjukkan adanya tingkatan yang sama, kedudukan yang sama, tidak lebih tinggi atau tidak lebih rendah antara satu sama lain. Kesetaraan inilah salah satu prinsip dasar dalam pemberdayaan masyarakat, yang harus dipahami secara bersama.

2. Partisipatif

Esensi dari pemberdayaan masyarakat adalah partisipasi. Namun demikian, partisipasi masyarakat belum dapat disebut sebagai pemberdayaan apabila belum ada unsur memberikan kewenangan atau sebagian kewenangan dan memberikan dorongan untuk lebih berdaya. Selama ini praktik-praktik pemberdayaan masyarakat yang dilakukan belum sepenuhnya memberikan kesempatan dan kebebasan kepada masyarakat untuk menentukan nasib dirinya sendiri melalui program-program pembangunan yang dibutuhkannya. Kebanyakan program-

program pembangunan yang telah ditetapkan merupakan program yang sudah dirancang dan ditentukan oleh para pengambil kebijakan, baik pemerintah maupun lembaga yang mendanainya. Keterlibatan masyarakat masih sebatas pada mobilisasi, belum pada tahapan partisipasi.

3. Keswadayaan

Banyak program pembangunan di masyarakat yang bersifat caritas, atau membagi-bagikan bantuan secara cuma-cuma. Agenda ini dalam praktiknya jauh lebih dominan dari pada bantuan yang bersifat penguatan kapasitas dalam rangka menumbuhkan kemandirian dan keberdayaan. Hal ini bisa dipahami bahwa, bantuan yang bersifat caritas langsung dapat dinikmati oleh anggota masyarakat yang mendapatkan bantuan.

4. Berkelanjutan

Proses pemberdayaan masyarakat bukanlah proses yang instan, impulsive atau hanya sekedar menjalankan suatu program pembangunan belaka. Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang terus-menerus, berkesinambungan dan berkelanjutan. Hal ini penting untuk diperhatikan mengingat banyak kegiatan pemberdayaan masyarakat yang hanya berorientasi pada program pembangunan yang dibatasi waktu dan pendanaannya. Apabila program tersebut sudah selesai, pelaksana program dan masyarakat tidak memikirkan bagaimana kelanjutannya. Hal di atas menunjukkan bahwa agenda pemberdayaan masyarakat masih bersifat project based, dan belum dapat dikatakan sebagai pemberdayaan masyarakat yang sesungguhnya (Maiti & Bidinger, 2014)

2.3.5. Tujuan, Prinsip dan Bentuk Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

Melihat beragam defenisi pemberdayaan masyarakat dan juga keterhubungan antara pemberdayaan masyarakat dengan kekuasaan, maka dapat dikatakan tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kekuasaan dari kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged*) atau kelompok masyarakat yang lemah (Mujahiddin, 2022) Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat memiliki dua kata kunci yaitu kekuasaan (*power*) dan kurang beruntung (*disadvantaged*) . Kedua akata kunci ini kemudian diterjemahkan kedalam berbagai aktifitas gerakan pemberdayaan masyarakat berkaitan dengan :

1. Pengentasan kemiskinan dan pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat seperti ketersediaan listrik, air bersih, jalan yang mendukung pengembangan usaha ekonomi produktif dan penyediaan perumahan murah.
2. Peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam segala bentuk aktifitas pembvangunan.
3. Meningkatkan kemampuan lembaga/ institusi local yang fungsional dalam pelaksanaan pembangunan dan pemberdayaan mayarakat misalnya seperti : PKK, Karang Taruna, Kelompok Usaha Bersama, Koperasi Simpan Pinjam dan lembaga lainnya.
4. Pengembangan terhadap jaringan kerjasama anatra lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat seperti;

penguatan jaringan kerjasama dan keterpaduan anatar program mulai dari program pemenuhan kebutuhan dasar pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

2.3.6. Pentingnya Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat itu sangatlah penting, karena masyarakat di setiap daerah atau di setiap regional atau bahkan di setiap negara itu tidak seluruhnya memiliki kesejahteraan yang sama. Pada umumnya masyarakat yang kesejahteraannya tinggi memiliki kemandirian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka menjalani kehidupannya. Artinya, mereka tidak tergantung kepada pihak lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat yang kesejahteraannya tergolong kepada masyarakat menengah ke bawah, biasanya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memerlukan bantuan pihak lain, baik pemerintah, para dermawan maupun komponen masyarakat lainnya. Oleh sebab itu pemerintah harus memperhatikan masyarakat menengah ke bawah. Untuk memenuhi kebutuhan hidup agar bisa hidup layak, mereka masih belum bisa mandiri sepenuhnya.. Mereka masih harus mendapat bantuan dari pihak lain.

Bantuan dari pihak lain kepada masyarakat yang belum mampu mandiri itu haruslah bersifat mendidik, yang artinya hal tersebut dapat membantu masyarakat tersebut secara sementara sebelum mereka mampu mandiri sepenuhnya. Artinya mental mereka harus dibina untuk bisa bekerja lebih baik, sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pada masa yang akan datang secara bertahap dapat mandiri sepenuhnya (Maryani, 2019)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan Dan Taylor (1990) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh).

Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antarfenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode berganda dalam fokus, yang melibatkan suatu pendekatan interpretatif dan wajar terhadap setiap pokok permasalahannya. Ini berarti penelitian kualitatif bekerja dalam setting yang alami, yang berupaya untuk memahami, member tafsiran pada fenomena yang dilihat dari arti yang diberikan orang-orang kepadanya. Penelitian kualitatif melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, riwayat hidup, wawancara, pengamatan, teks sejarah, interaksional dan visual: yang menggambarkan momen rutin dan problematis, serta maknanya dalam kehidupan individual dan kolektif (Rahmat, 2009)

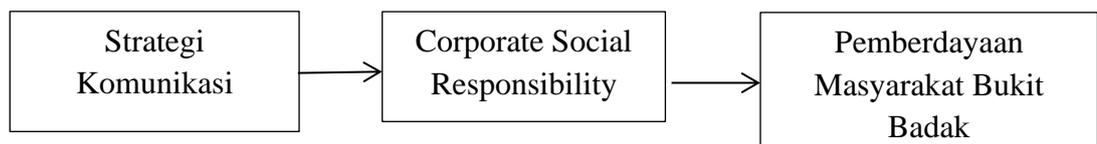
Kemudian penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian yang timbul dari pemikiran induktif, yaitu berdasarkan pengamatan objektif terhadap suatu fenomena sosial. Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang

diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual penelitian adalah kaitan atau hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti (Izzaty, 2020)

Bagan 3.2.1 Kerangka Konsep



3.3. Defenisi Konsep

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsep berarti; pengertian, gambaran mental dari objek, proses, pendapat (paham), rancangan (cita-cita) yang telah dipikirkan. Agar segala kegiatan berjalan dengan sistematis dan lancar, dibutuhkan suatu perencanaan yang mudah dipahami dan dimengerti. Perencanaan yang matang menambah kualitas dari kegiatan tersebut. Di dalam perencanaan kegiatan yang matang tersebut terdapat suatu gagasan atau ide yang akan dilaksanakan atau dilakukan oleh kelompok maupun individu tertentu, perencanaan tadi bisa berbentuk ke dalam sebuah peta konsep (Abdullah, 2017) Berdasarkan kerangka konsep diatas maka defenisi konsep dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada di dalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri.

Strategi komunikasi yang baik haruslah dapat meramalkan efek komunikasi yang diharapkan berupa: menyebarkan informasi, melakukan persuasif, melaksanakan instruksi. Strategi komunikasi yang dilakukan CSR dalam melaksanakan program komunikasi dengan memperhatikan unsur-unsur komunikasi itu sendiri, seperti rumus Lasswell yaitu "*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect*". Adapun strategi yang dimaksud ialah mengenal komunikan, menyusun pesan dan metode yang digunakan, peran komunikator, dan media yang digunakan dalam komunikasi (Harahap, 2019)

b. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) merupakan salah satu isu yang mengglobal di samping isu demokrasi dan hak asasi manusia. Menurut Suharto, CSR merupakan sebuah tuntutan global dimana keberhasilan perusahaan (korporasi) tidak hanya dinilai dari kinerja keuangan dan pemasaran produknya saja tetapi juga terhadap kinerja sosial dan lingkungannya CSR dan pembangunan berkelanjutan menjadi penting jika dikaitkan dengan isu lingkungan. Tuntutan untuk melakukan CSR menjadi tak terelakkan, ketika fakta menunjukkan konsumsi korporasi terhadap (Hidayatullah, 2017)

c. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat peoplecentered, participatory, empowerment and sustainable. Lebih jauh Chamber menjelaskan bahwa konsep pembangunan dengan model pemberdayaan masyarakat tidak hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (basic need) (Munawar, 2011)

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.4.1 Kategorisasi Penelitian

| No | Konsep Teoritis | Kategorisasi |
|----|-------------------------------|-------------------------|
| 1. | Strategi Komunikasi Corporate | a) Media |
| | Social Responsibility | b) Program |
| | | c) Sosialisasi |
| 2. | Pemberdayaan Masyarakat | a) Pendidikan |
| | | b) Kesehatan |
| | | c) Pertanian/Peternakan |

Sumber: Hasil Olahan, 2023

3.5. Narasumber

Narasumber ialah peranan dari seorang narasumber atau seorang informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang memiliki nilai dalam menguasai persoalan yang ingin diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup. atau peneliti dapat memperoleh data dengan melakukan

wawancara. Maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan (Oktavia , 2019)

Pada penelitian ini, peneliti memilih 5 narasumber yaitu Kepala Bagian Hubungan Masyarakat, Karyawan PT Dwi Mitra Daya dan 3 orang masyarakat Bukit Badak.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan penelitian teknik pengumpulan data adalah aspek terpenting. Untuk menentukan bentuk teknik pengumpulan data yang dibutuhkan,peneliti harus mengidentifikasikan pertanyaan yang dirumuskan dalam fokus penelitian,mungkin memerlukan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda.Pada penelitian ini penulis menjelaskan beberapa metode penelitian yaitu :

1. Observasi

Poerwandari (1998) berpendapat bahwa observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati. Semua bentuk penelitian, baik itu kualitatif maupun kuantitatif mengandung aspek observasi di dalamnya. Istilah observasi diturunkan dari bahasa Latin yang berarti "melihat" dan "memerhatikan". Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antaraspek dalam fenomena tersebut. Observasi selalu menjadi bagian dalam penelitian, dapat berlangsung dalam konteks laboratorium (eksperimental) maupun dalam konteks alamiah.

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Oleh karena itu observasi merupakan bagian integral dari cakupan penelitian lapangan etnografi. Hadi (1986: 32) mengartikan observasi sebagai proses kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis melibatkan pengamatan, persepsi, dan ingatan (Hasanah, 2017)

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan-hadapan secara fisik. Sederhananya, dapat dikatakan bahwa wawancara (internal sudut pandang) atau proses intraksi antara pewawancara dengan narasumber melalui komunikasi langsung.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2007: 82) Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber noninsani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman. Lincoln & Guba (1994) mengartikan rekaman sebagai setiap tulisan atau pernyataan yang dipersiapkan oleh dan untuk individual atau organisasi dengan tujuan membuktikan adanya suatu peristiwa. Sedangkan kata dokumen digunakan untuk mengacu setiap

tulisan selain rekaman, yaitu tidak dipersiapkan secara khusus untuk tujuan tertentu, seperti surat-surat, buku harian, naskah pidato, dan sebagainya (Gunawan, 2013)

3.7. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998: 104) mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Langkah ini termasuk data wawancara, atau memilah dan menyusun data tersebut kedalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi (Rijali, 2019)

a. Reduksi data (Data Reduction)

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, serta membuang yang dianggap tidak diperlukan. mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi dan merangkum hal-hal pokok pada data yang telah diperoleh.

b. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data dilakukan apabila data yang sudah direduksi kemudian dibuat menjadi teks yang bersifat naratif, agar memudahkan menentukan rencana kerja yang selanjutnya.

c. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Penarikan kesimpulan ialah data yang sudah disajikan kemudian di analisis berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Penarikan kesimpulan dijabarkan ke dalam bentuk naratif.

3.8. Waktu Dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

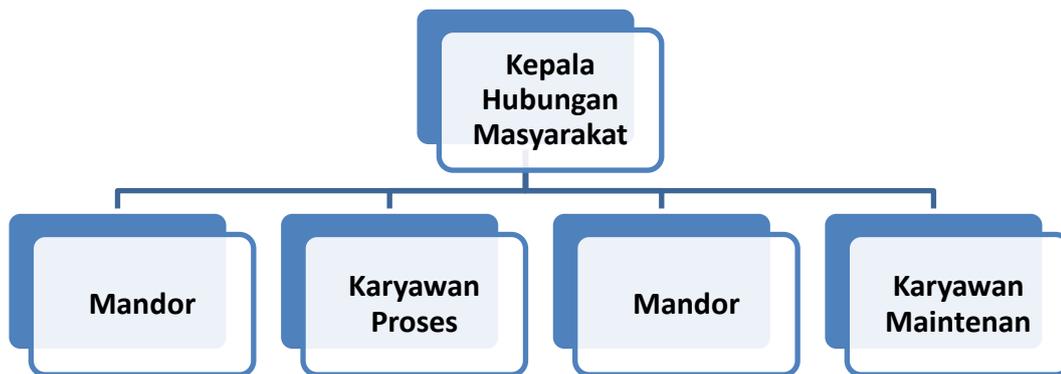
Penelitian ini dilakukan di PT Dwi Mitra Daya Riau (DMDR) desa Bukit Badak, Kepenghuluan Kota Parit, Kecamatan Simpang Kanan, Kabupaten Rokan Hilir, Riau. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2023 sampai dengan Mei 2023.

b. Lokasi Penelitian

PT Dwi Mitra Daya Riau didirikan pada tahun 2002 dipimpin oleh Bapak Suratno sebagai Kepala Hubungan masyarakat. Perusahaan yang berlokasi di Desa Bukit Badak, Kepenghuluan Kota Parit, Kecamatan Simpang Kanan, Kabupaten Rokan Hilir, Riau ini bergerak dibidang pengelolaan kelapa sawit.

Adapun visi PT Dwi Mitra Daya Riau adalah menciptakan kualitas hasil produksi yang terbaik. Sedangkan misi dari PT Dwi Mitra Daya adalah bekerja sama untuk maju bersama dan menciptakan kualitas terbaik, serta menjaga kelestarian lingkungan.

Gambar 3.8 Struktur Organisasi



Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Struktur organisasi adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara fungsi yang terdapat dalam suatu organisasi. Struktur organisasi sangat penting sekali bagi perusahaan karena dengan adanya struktur organisasi memudahkan dalam mengkoordinir pelaksanaan tugas dan tanggung jawab. Dalam menyusun struktur organisasi hendaklah jelas tujuan dan sasaran dari perusahaan, dan siapa yang mempunyai wewenang atas setiap bagian dari pekerjaan.

Pembagian tugas terhadap bawahan dapat menghindari terjadinya duplikasi tugas, sehingga karyawan tahu setiap pekerjaan apa yang harus mereka kerjakan. Dengan demikian masing-masing tugas dapat terkoordinir ke satu arah dan tujuan. Struktur organisasi setiap perusahaan berbeda-beda, tergantung pada bentuk dan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Program CSR PT DMDR melaksanakan program CSR di mulai pada tahun 2002. Pendekatan yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat guna mengkomunikasikan kegiatan CSR ini yaitu melalui Bilikom (Bina Lingkungan dan komunikasi) yang dimana itu merupakan salah satu sarana perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan secara dua arah dengan masyarakat desa binaan dengan melalui bilikom perusahaan dapat mengetahui keberhasilan program Corporate social responsibility (CSR) yang dihadapi oleh masyarakat saat ini. Bilikom merupakan sarana komunikasi perusahaan untuk menjalin kekerabatan dengan masyarakat sekitar PT DMDR mencoba untuk memahami kondisi masyarakat sekitar dengan berupaya semaksimal mungkin untuk membantu kebutuhan masyarakat yang memang memerlukan pelatihan dan kerja sama dari pihak lain untuk membantu dan memberdayakan masyarakat setempat sehingga masyarakat dapat merasakan hal positif dari keberadaan perusahaan.

Bilikom biasanya di laksanakan dengan perwalilan masyarakat dan juga Kades dan Kadus. Berikut ini merupakan hasil laporan wawancara mengenai strategi komunikasi CSR PT DMDR dalam pemberdayaan masyarakat Desa Bukit Badak yang dilakukan oleh peneliti mulai dari tanggal 14 Februari 2023 sampai 21 Februari 2023. Peneliti mengambil 5 narasumber yang merupakan humas PT Dwi Mitra Daya Riau , 1 karyawan,serta 3 Masyarakat desa Bukit Badak.

Tabel Data 4.1 Identitas Narasumber

| No. | Nama | Status |
|------------|--------------------|-----------------------------|
| 1. | Suratno | Humas |
| 2. | Khairul Aldi | Karyawan |
| 3. | Bahagia Rambe | Kepala Desa Kota Parit |
| 4. | Adiman | Kepala Dusun Bukit Badak |
| 5. | Parlaungan Ritonga | Masyarakat Bukit Badak |

Sumber : Hasil Penelitian 2023

Pada tabel 4.1 terdapat nama serta status narasumber yang merupakan 5 narasumber di antaranya 1 humas, 1 karyawan dan 3 masyarakat desa Bukit Badak.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Narasumber

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|--------------|----------------------|---------------|-------------------|
| 1. | Laki-laki | 5 | 100 % |
| 2. | Perempuan | - | - |
| Total | | 5 | 100 % |

Sumber : Hasil Penelitian 2023

Pada tabel 4.2 terdapat jenis kelamin narasumber yang dimana jenis kelamin narasumber laki-laki ada 5 sedangkan jenis kelamin perempuan tidak ada .

Tabel 4.3 Agama Narasumber

| No. | Agama | Jumlah | Presentase |
|--------------|----------|----------|--------------|
| 1. | Islam | 5 | 100 % |
| 2. | Kristen | - | - |
| 3. | Hindu | - | - |
| 4. | Budha | - | - |
| 5. | Konghucu | - | - |
| Total | | 5 | 100 % |

Sumber : Hasil Penelitian 2023

Pada tabel 4.3 terdapat agama yang dianut oleh narasumber dimana narasumber beragamakan Islam ada 5 narasumber.

4.1.1. Strategi Komunikasi CSR PT Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat

4.1.1.1. CSR PT Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat

Perkembangan masyarakat saat ini sangat melaju pesat namun terkadang masih mengalami kendala dalam perkembangannya, oleh karena itu PT. DMDR melaksanakan program CSR untuk pemberdayaan masyarakat. Dalam pelaksanaannya tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dirasakan oleh sebagian orang. Berikut ini adalah hasil wawancara kepada 5 narasumber yang merupakan Humas, Karyawan serta Masyarakat.

Hasil dari wawancara narasumber bernama Suratno (Humas) yang diwawancarai pada tanggal 14 Februari 2023 berpendapat pemberdayaan

masyarakat dengan program CSR terbilang cukup aktif, dan sejauh ini berjalan cukup baik.

“Pengelolaan program yang dilakukan oleh PT DMDR adalah memberikan pembiayaan kepada masyarakat setelah pengajuan proposal kemudian pihak perusahaan akan melakukan peninjauan langsung sebelum memberikan pendanaan “

Hasil dari wawancara kepada narasumber yaitu Kepala desa Kota Parit Bapak Bahagia Rambe mengatakan mengenai program CSR PT DMDR :

“Untuk program secara langsung PT DMDR tidak punya program tersebut secara khusus biasanya kita mengajukan proposal meminta bantuan khususnya pemberdayaan masyarakat seperti bantuan perbaikan jalan misalnya menyumbangkan batu apabila ada mobil yang terpuruk akibat dari jalan rusak “

Selanjutnya narasumber lain menanggapi yaitu masyarakat Bukit Badak Bapak Parlaungan Ritonga mengatakan :

“Dengan adanya bantuan sebenarnya saya merasa terbantu tetapi pencairan dana yang dilakukan oleh PT DMDR biasanya sangat lama karena masyarakat harus menunggu pihak PT DMDR melakukan peninjauan baru dana bisa cair”

Selanjutnya hasil wawancara mengenai kendala serta program yang dilakukan PT DMDR sampai saat ini dengan Bapak Suratno selaku humas PT DMDR mengatakan :

“Kendala yang kita hadapi adalah masih banyak masyarakat yang kurang mengerti tentang sistem bina lingkungan sehingga masyarakat terkadang banyak menuntut terhadap perusahaan. Untuk program, kami pihak pks tidak mempunyai program langsung tetapi sistem yang kami laksanakan

adalah pemberian dana kepada masyarakat seperti bantuan bidang kesehatan,serta pendidikan maupun pertanian.”

Selanjutnya hasil wawancara dengan Bapak Suratno selaku humas PT DMDR mengenai bagaimana mekanisme penyaluran dana yang dilakukan oleh PT DMDR khususnya bidang kesehatan, pendidikan, serta bidang pertanian.

“Untuk sasaran dana pastinya kita survey dahulu,untuk saat ini bantuan yang kita berikan seperti bantuan kursi terhadap sekolah yang ada di Bukit Badak, bantuan perlengkapan sekolah bagi siswa yang kurang mampu, bantuan kesehatan seperti ambulance, untuk bidang pertanian seperti pelatihan penanaman bibit sawit yang unggul “

Hasil wawancara kepada narasumber mengenai bantuan bidang pendidikan Bapak Adiman selaku Kepala dusun mengatakan :

“Bantuan yang diberikan oleh PT DMDR seperti bantuan kursi,bantuan perlengkapan sekolah bagi siswa yang kurang mampu,dan mengenai hal itupun biasanya melakukan survey terlebih dahulu “

Selanjutnya dibidang kesehatan narasumber yaitu Kepala desa Kota Parit Bapak Bahagia Rambe mengatakan :

“Bantuan bidang kesehatan adalah bantuan seperti penyediaan ambulance gratis bagi msasyarakat serta bantuan masker dikarenakan pandemic Covid 19 serta penyediaan bantuan vaksin dengan bekerja sama terhadap pihak puskesmas Kota Parit “

Selanjutnya pertanyaan mengenai program CSR dibidang pertanian yang dilakukan kepada narasumber Bapak Suratno selaku humas mengatakan :

“Bahwa dalam bidang pertanian biasanya memberikan bibit yang sesuai dengan masyarakat minta, program terakhir yang kami laksanakan adalah dibidang peternakan yaitu penaburan benih ikan lele “

Selanjutnya adalah hasil wawancara dengan narasumber Khairul Aldi (Karyawan) yang dilakukan pada tanggal 15 Februari 2023 mengenai bidang apa saja yang disalurkan oleh PT DMDR

“Biasanya penyaluran dana lebih berfokus ke tiga bidang saja yaitu terhadap bidang kesehatan, pendidikan serta pertanian. Bapak Khairul Aldi juga menjelaskan program dibidang ini masih berjalan sampai saat ini. Meskipun dana yang dikeluarkan tidak banyak tetapi kita sebagai pihak perusahaan berharap bantuan tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat Bukit Badak “

Hasil dari wawancara dengan narasumber Bapak Suratno juga mengatakan hal yang sama mengenai bantuan program CSR

“Besarnya harapan dan masyarakat sekitar sekiranya CSR PT DMDR ini harus bertahan lama karena bantuan ini sangat berarti bagi mereka, contoh kecilnya masyarakat sudah lebih mengerti mengenai pertanian dan juga masyarakat sudah bisa bertani dengan baik”

4.1.1.2. Komunikasi CSR PT DMDR Dalam Pemberdayaan Masyarakat

Selanjutnya mengenai strategi yang dilakukan mengenai program CSR adalah melakukan sosialisasi langsung kepada pemerintahan daerah setempat seperti Kepala Desa, Kepala Dusun serta jajarannya.

Hasil wawancara dengan Bapak Suratno selaku humas PT DMDR mengenai strategi yang digunakan dalam pengenalan program CSR mengatakan:

“Sosialisasi biasa dilakukan setahun sekali dan itu dilakukan apabila ada kesalahpahaman antara masyarakat dan PT DMDR, biasanya sosialisasi dilakukan dengan tatap muka langsung di Balai Desa “

Selanjutnya hasil wawancara dengan Kepala Desa Kota Parit Bapak Bahagia Rambe mengatakan :

“Biasanya memang dilaksanakan sosialisasi oleh PT DMDR dan itu biasanya aparat desa diundang tetapi tidak semua masyarakat dapat menghadirinya, biasanya hanya kepala dusun ,atau jajran lainnya yang memiliki kepentingan saja yang datang “

Selanjutnya hasil wawancara dengan Kepala Dusun Bukit Badak Bapak Adiman mengatakan:

“Untuk sosialisasi biasa dilaksanakan paling tidak setahun sekali dan biasanya hanya sedikit yang bisa hadir karena umum ya masyarakat disini sedikit cuek atau mungkin kurang mengerti mengenai hal ini “

Selanjutnya mengenai peranan media bagi CSR PT DMDR oleh Humas PT DMDR Bapak Suratno yang dilakukan pada 14 februari 2023:

“Peranan media bagi CSR sebenarnya sangat penting, karena media adalah salah satu wadah pengenalan bagi masyarakat agar mengetahui lebih jauh mengenai CSR, namun melihat situasi kondisi di lingkungan masyarakat Bukit Badak sangat sulit memperkenalkan CSR PT DMDR karena minimnya alat komunikasi serta minimnya rasa ingin tahu dan minat baca masyarakat setempat, oleh karena itu biasanya untuk memperkenalkan CSR PT DMDR melalui pendekatan dengan adanya Bilikom (Bina lingkungan dan komunikasi)”

Hasil wawancara dengan masyarakat bernama Parlaungan pada tanggal 16 Februari mengatakan bahwa komunikasi dia dengan pihak PT. DMDR terjalin cukup baik dikarenakan sifat perusahaan yang sangat merangkul masyarakat dengan sangat baik, Bapak Parlaungan juga mengatakan dalam wawancaranya :

“Kalau kami tidak paham mereka menjelaskan menggunakan bahasa yang mudah kami pahami, ya namanya kita bukan orang berpendidikan namun mereka kan sebagai orang yang memiliki pendidikan namun mereka melayani kami dengan sangat ramah jadi gak membeda-bedakan atau risih dengan kehadiran kami disana.”

Dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 16 Februari Adiman juga menjelaskan bahwa rasa kesenangan hatinya kepada pihak PT. DMDR yang sudah berbaik hati dengan masyarakat setempat, karena hal itu masyarakat menjadi senang dan cepat mengerti dengan penyampaian dari pihak PT. DMDR dia juga berkata :

“Masyarakat di sekitar Bukit Badak ini masih banyak yang tidak bisa membaca jadi kalau PT. DMDR hanya membuat spanduk mengenai CSR atau pengumuman di papan pengumuman masyarakat kurang tertarik karena wong masih banyak yang tidak bisa baca disini”

Dari hasil wawancara yang di ambil pada tanggal 17 Februari Parlaungan sebagai salah satu masyarakat yang mendapat bantuan mengatakan, biasanya kami sangat sulit memahami sesuatunya, dan kami sangat paham ketika pak Adiman selaku perwakilan kami menjelaskan kembali apa itu CSR dan sebagainya kami jauh lebih mengerti, karena pak Suratno juga di bekali dengan tutur kata yang mudah di pahami.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Bahagia pada tanggal 17 Februari beliau juga mengatakan bahwa kadang sebulan 2 kali pihak PT. DMDR melihat progres pemberdayaan masyarakat dengan bantuan CSR PT. DMDR dan untuk mengevaluasi masyarakat agar menjadi lebih berkembang, Bapak Bahagia juga menambahkan :

“Kalau pihak DMDR datang berkunjung kami menceritakan juga usaha yang kami lakukan saat ini, terus kami juga kasi tau ke mereka apa aja kendala kami apa aja, nanti di catat sama orang humas nya jadi kami merasa di perhatikan gitu untuk usaha yang kami lakukan baik bertani atau ternak ini menjadi lebih bagus lagi gitu, pokoknya mereka datang selalu ngasih bimbingan dan diskusi kira-kira gimana untuk selanjutnya kegiatan ini supaya makin berkembang”

Dari hasil wawancara dengan pak Bahagia beliau juga mengatakan bahwa kalau menurutnya intensitas waktu untuk berkomunikasi sih gak terlalu lama, paling setengah jam aja. Cuma itupun kami sudah sangat senang dan merasa di perhatikan.

4.2. Pembahasan

Komunikasi yang interaktif dapat terjadi jika adanya dua orang atau lebih saling bertukar informasi ataupun pesan satu sama lain. Komunikasi dapat terjadi di mana saja dan kapan saja. Strategi Komunikasi biasanya dilakukan dengan perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap dan perilaku. Bentuk-bentuk komunikasi yang terjadi pada CSR biasanya dapat dijabarkan ke berbagai bentuk oleh masing-masing perusahaan di sesuaikan dengan tujuannya. Dalam hal ini pola komunikasi yang biasanya dilakukan oleh CSR PT. DMDR dengan berkumpul dengan perwakilan

masyarakat pada Bilikom (Bina Lingkungan dan komunikasi) dan juga bentuk komunikasi CSR PT. DMDR juga dilakukan dengan melalui media cetak seperti pengumuman yang di tempelkan pada papan pengumuman di Bilikom (Bina Lingkungan dan komunikasi).

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses pembangunan dimana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri, pemberdayaan akan terjadi apabila masyarakat itu sendiri ikut berpartisipasi. Suatu usaha hanya bisa berhasil dinilai sebagai “pemberdayaan masyarakat” apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi agen of change.

Pemberdayaan masyarakat di lingkungan PT. DMDR diharapkan akan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat, dengan adanya bantuan dalam bidang-bidang tertentu diharapkan masyarakat dapat sedikit terbantu, dengan adanya “*Better Environment*” pemberdayaan diharapkan dapat memperbaiki lingkungan dan fisik sosial karena kemiskinan sering kali disebabkan oleh kemiskinan atau pendapatan yang terbatas. Peranan strategi komunikasi terhadap CSR PT. DMDR di rasakan manfaat nya oleh sebagian masyarakat, mengapa demikian ? karena tidak seluruh masyarakat bisa menerima informasi dari media komunikasi yang telah diberikan oleh PT. DMDR, masih adanya masyarakat yang tidak bisa membaca ataupun masyarakat yang kurang peduli mengenai informasi melalui media cetak. Sehingga sulit sekali untuk mengenalkan masyarakat dengan CSR PT. DMDR tersebut dikarenakan masyarakat hanya

mengandalkan perwakilan dari masyarakat untuk menginformasikan kembali apa saja yang telah disampaikan oleh pihak PT. DMDR tersebut.

Walaupun pada saat ini media sudah berkembang pesat namun untuk masyarakat sekitar PT. DMDR masih terasa tidak terlalu menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan. Dikarenakan masih banyak nya masyarakat yang contohnya masih ada yang belum bisa memfungsikan handphone sebagai wadah bagi media yang ada, masih banyak nya masyarakat yang masih sulit membaca dan mengakibatkan rasa ingin tahu itu juga berkurang.

Hal ini juga dirasakan oleh ke 3 Masyarakat berdasarkan wawancara mengatakan bahwan Strategi Komunikasi CSR PT. DMDR secara langsung dapat dirasakan masyarakat sekitar sangat terbantu dengan adanya dana CSR yang di tujukan pada bidang-bidang yang sebenarnya memang mereka butuhkan. Menurut masyarakat yang telah di wawancarai adanya dana bantuan CSR PT. DMDR menambah etos kerja dari masyarakat sekitar yang mana masyarakat sekitar PT. DMDR sudah mulai mengembangkan dirinya di bidang pertanian dengan di bantu sokongan kesehatan yang di tawarkan oleh PT. DMDR serta anak-anak sekitar juga semangat belajar untuk mendapatkan beasiswa berprestasi agar meringankan beban orang tuanya. Pengetahuan mengenai perkembangan teknologi harusnya dikenalkan sejak dini agar tidak ketinggalan zaman dan juga seharusnya dikenalkan saat berada di bangku sekolah ataupun kuliah, sehingga pengajar harus memiliki bekal untuk memberikan edukasi sehingga tidak terjadi kembali masyarakat yang minim dengan pengetahuan teknologi.

Adapun tujuan mengajarkan teknologi sejak usia dini bukan hanya di lihat dari sisi negative nya saja, saat ini banyak masyarakat yang terkendala dengan penggunaan bantuan teknologi sebagai media sarana prasarana informasi, yang dimana informasi apapun saat ini sangat di perlukan bagi masyarakat agar lebih berfikir kritis, namun untuk anak usia dini sebaik nya tetap dalam pengawasan orang tua, maka dari itu perlunya pengetahuan teknologi bagi orang tua agar bisa lebih memantau pergerakan zaman dan memantau kondisi anak.

PT. DMDR membentuk Bilikom (Bina Lingkungan dan komunikasi), PT. DMDR berharap agar masyarakat bisa lebih memahami akan CSR PT. DMDR yang dimana PT. DMDR juga berharap dengan adanya CSR PT. DMDR dapat membantu masyarakat dan lebih berbaur dengan masyarakat. Bukan hanya di harapkan dapat membantu masyarakat namun PT. DMDR juga ingin dekat dengan masyarakat, dan dengan adanya CSR PT. DMDR membawa dampak positif bagi citra PT. DMDR. 1 dari karyawan PT. DMDR juga mengatakan dari hasil wawancara tersebut mereka mengatakan kini masyarakat sekitar PT. DMDR sudah sangat berbaur dengan masyarakat sekitar dan juga masyarakat kini lebih berpihak kepada PT. DMDR atau dapat di bilang mendapat kepercayaan lebih.

Masyarakat kini tidak masalah apabila mobil angkutan kelapa sawit lalu lalang dari pemukiman warga, karena masyarakat memberi kepercayaan penuh kepada PT. DMDR, masyarakat percaya apabila jalan yang di lalui oleh mobil pengangkut kelapa sawit yang dimana itu adalah jalanan pemukiman warga, warga percaya apabila ada kerusakan jalan masyarakat percaya PT. DMDR akan bertanggung jawab dengan kerusakan yang ada. 3 dari Narasumber yaitu

masyarakat sangat mendukung penuh kegiatan CSR PT. DMDR ini akan terus berkembang, misalnya saja pada saat pemberian arahan dan penjelasan mengenai kesehatan serta melakukan pengecekan kesehatan, masyarakat sangat senang dikarenakan masih adanya orang yang takut berobat kini lebih peduli dan mau melapor apabila merasakan sakit .

Selama 15 tahun belakangan ini masyarakat sudah sangat terbantu, dan kini masyarakat sudah mulai peduli dengan perkembangan informasi mengenai CSR PT. DMDR, untuk melangkah sejauh ini PT. DMDR sudah dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan Program tersebut dengan konsisten. CSR PT. DMDR mulai di lakukan sejak tahun 2002 namun PT. DMDR mulai konsen dengan program CSR pada tahun 2005 dalam jangka waktu 3 tahun PT. DMDR mencoba mengevaluasi untuk menjadikan CSR PT. DMDR sebagai program yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat yang akan terus berjalan dan tidak setengah-setengah. PT. DMDR yakin bahwa CSR PT. DMDR merupakan titik awal terbentuk nya citra perusahaan, CSR PT. DMDR juga meliputi orientasi jangka panjang.

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melaksanakan penelitian dan melakukan analisis pembahasan, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di berbagai bidang merupakan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan untuk bersama memajukan daerah sekitar berdirinya perusahaan. Dengan adanya program CSR PT. DMDR saat ini perusahaan memiliki citra yang baik, dan perusahaan juga dipandang memiliki nilai kepedulian tinggi terhadap masyarakat. Awareness positif dari masyarakat terhadap perusahaan akan meningkatkan citra perusahaan untuk menjadi semakin baik lagi.
2. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di bidang sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat masih belum terlalu optimal namun hingga saat ini CSR PT. DMDR masih bisa menunjukkan eksistensinya dalam membantu pemberdayaan masyarakat. Namun sosialisasi yang di berikan PT. DMDR mengenai CSR PT. DMDR sangatlah penting, perlunya edukasi mengenai CSR kiranya dapat membantu masyarakat untuk lebih berkembang. Sosialisasi mengenai CSR menambah wawasan masyarakat mengenai program-program yang ditawarkan oleh CSR PT. DMDR misalnya di bidang: pertanian, peternakan, pendidikan, dan kesehatan. Dengan adanya sosialisasi CSR PT. DMDR masyarakat lebih berani untuk mengutarakan pendapat maupun pertanyaan-pertanyaan mengenai program-program yang ada pada CSR PT. DMDR.

3. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di pendidikan, masyarakat Bukit Badak terbantu akan pemberian kursi sekolah yang diberikan oleh PT. DMDR melalui CSR. Program pendidikan yang diberikan PT. DMDR melalui CSR juga membantu siswa yang memiliki semangat belajar yang tinggi namun terkendala oleh peralatan sekolah. Program pendidikan yang diberikan PT. DMDR melalui CSR juga membantu para orangtua dalam memenuhi kebutuhan akan alat-alat sekolah siswa/siswi.
4. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di bidang kesehatan adalah bantuan mobil ambulance gratis untuk masyarakat. Serta mengingat kembali pandemi Covid 19 PT. DMDR memberikan bantuan masker gratis ke seluruh masyarakat Bukit Badak, dan juga *face shield* serta *handsanitizer* guna memutus rantai covid 19.
5. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di bidang pertanian masyarakat Bukit Badak diberikan bantuan bibit berupa tanaman kelapa sawit dan PT. DMDR juga mengadakan sosialisasi mengenai pertanian kini masyarakat Bukit Badak lebih mampu mengatasi serta merawat tanaman (kelapa sawit), kini masyarakat Bukit Badak mampu menambah tingkat pendapatan ekonomi.
6. Strategi komunikasi CSR PT. DMDR dalam Pemberdayaan Masyarakat di bidang media yaitu bentuk iklan media luar ruang berupa spanduk. Meskipun pada saat CSR PT. DMDR di laksanakan perkembangan media bagi masyarakat Bukit Badak masih dalam tahap yang belum terlalu dilirik oleh masyarakat namun PT. DMDR berupaya agar masyarakat mudah mendapatkan informasi

mengenai CSR. Namun saat ini dengan kehadiran media sebagai sarana CSR PT. DMDR sedikit banyaknya telah mempengaruhi pola kehidupan masyarakat yang memahami dan mengerti akan kehadiran media sebagai wadah informasi bagi CSR PT. DMDR.

5.2. Saran

Setelah melakukan analisis pembahasan dan menarik kesimpulan, maka beberapa saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan peranan media mampu membantu PT. DMDR untuk memberitahu masyarakat mengenai apa itu CSR serta komunikasi menggunakan media mengenai CSR dapat lebih ditingkatkan agar nantinya bisa lebih bermanfaat bagi masyarakat untuk kedepannya. Dan untuk masyarakat diharapkan dapat lebih terbuka wawasannya mengenai pentingnya media, supaya masyarakat lebih mudah mengetahui berbagai informasi seputar CSR PT.DMDR.
2. Diharapkan di bidang sosialisasi mengenai program CSR PT. DMDR harus dilaksanakan oleh perusahaan secara terus menerus agar masyarakat mampu menerima informasi-informasi mengenai CSR yang diberikan oleh PT. DMDR, dan pada saat pelaksanaannya diharapkan sosialisasi diikuti oleh seluruh masyarakat Bukit Badak. Serta PT. DMDR dapat mengundang orang-orang yang berpengalaman untuk mengisi kegiatan sosialisasi mengenai CSR PT. DMDR. Sosialisasi yang di sampaikan dan ada baiknya dilakukan dengan cara praktik langsung.
3. Diharapkan di bidang program pendanaan proposal masyarakat akan terus meningkat. Diharapkan PT. DMDR agar lebih banyak menampung aspirasi dari

masyarakat Bukit Badak. Serta mampu memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan dalam bidang-bidang yang di tawarkan oleh CSR PT. DMDR.

4. Diharapkan di bidang pendidikan PT. DMDR memberikan bantuan lebih besar lagi dan juga diharapkan mampu memberikan bantuan bagi semua siswa/siswi yang membutuhkan. CSR PT. DMDR dalam bidang pendidikan kedepannya lebih dikembangkan, contohnya dengan memberikan les secara gratis bagi siswa/siswi. Serta PT. DMDR dalam bantuan bidang pendidikan bukan hanya di tujukan pada anak-anak saja, namun juga di tujukan untuk orang tua juga. Karena dari yang bisa dilihat masih banya sekali orang tua yang buta huruf dsb.
5. Diharapkan di bidang kesehatan lebih di tingkatkan lagi agar masyarakat lebih mudah memahami akan pentingnya hidup sehat, agar pada masa pandemi Covid-19 ini diharapkan PT. DMDR dapat menghimbau masyarakat untuk hidup sehat lebih ekstra lagi, serta PT. DMDR dapat memberikan pelayanan kesehatan bagi warga secara gratis baik berupa pengecekan kesehatan, pemberian obat secara gratis terutama pada saat keadaan pandemi Covid-19. Serta dalam situasi saat ini diharapkan PT. DMDR lebih menghimbau masyarakat Bukit Badak untuk senantiasa menggunakan masker maupun alat perlindungan diri lainnya bila keluar rumah, dan lebih menghimbau masyarakat Bukit Badak untuk senantiasa mencuci tangan dan mematuhi protokol kesehatan.
6. Diharapkan di bidang pertanian kedepannya PT. DMDR dapat menambah jenis bibit yang akan diberikan kepada masyarakat. Serta dapat mengadakan kegiatan

evaluasi mengenai perkebunan terus menerus agar masyarakat lebih memiliki ilmu dan pengalaman untuk bercocok tanam.

DAFTAR PUSTAKA

- AU Ningrum. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Pt Kereta Api Indonesia Divisi Regional (Divre) Iii Palembang Dalam Mempromosikan Kereta Kertalaya Di Masyarakat*. 11–46. /
- Fahrial, F., Shandy Utama, A., & Dewi, S. (2019). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 251.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Suryani (ed.); Edisi 1). Bumi Aksara.
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan strategi komunikasi dalam program corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu Keislaman Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54–67.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
- Hidayaturrahman, M. (2017). Corporate Social Responsibility Strategi Komunikasi Perusahaan Migas. *Jurnal Nomosleca*, 3(2), 614–624.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2006). *06Bab2_Mukaromah_10090310137_Skr_2014*.
- Izzaty, Eka, R., Astuti, Budi, Cholimah, & Nur. (2020). Pengertian Kerangka Konseptual. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Maiti, & Bidinger. (2014). Prinsip Dan Ruang Lingkup Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Maryani, D. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Deepublish.
- Mujahiddin. (2022). *Diskursus Pemberdayaan Masyarakat Dari Orde Baru Hingga Pascareformasi* (A. Saleh (ed.)). Umsu Press.
- Munawar, N. (2011). Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 1(2), 87–99.
- Nilamsari, N. (2015). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Frisian Flag Indonesia. *Wacana*, 14 No. 4, 325–339.
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial “Humanitas” Fisip Unpas*,

IV(1), 21–33.

Oktavia, M., Sururuddin, S., & Jamilah, J. (2019). *Strategi Wartawan Dalam Menggali Informasi Dari Narasumber Yang Sulit Untuk Didapati (Studi di Batanghari Ekspres)*.

Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium: Vol. 5 No. 9* (pp. 1–8).

Rasyid, A., Saleh, A., Cangara, H., & Priatna, W. B. (2019). *Jurnal 23 - Pemberdayaan Masy. 31(2)*, 507–518.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33)*, 81.

Rubino, Sahirman, & Tantawi, I. (2023). Strategi Komunikasi Baitul Mal dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1)*, 104–117.

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1)*, 98–105.

Situmeang, I. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi* (Cetakan Pe). Ekuilibria.

Widjajanti, K. (2011). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Model pemberdayaan masyarakat. 12*.

Yunus, S. (2017). *Model Pemberdayaan Masyarakat Terpadu*. Bandar Publishing.

DOKUMENTASI



Foto bersama dengan Humas PT Dwi Mitra Daya Riau (Bapak Suratno)



Foto bersama dengan Masyarakat Bukit Badak (Bapak Parlaungan)



Foto bersama Kepala Dusun Bukit Badak (Bapak Adiman)



Foto Bersama Kepala Desa Kota Parit (Bapak Bahagia Rambe)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan 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 [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

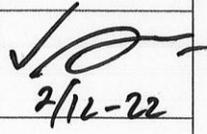
Medan, 2 Desember 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Maimunah Haitami
 N P M : 1903110322
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3.67

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|---|---|
| 1 | Strategi Public Relation PT Cipta Agro Sejati Dalam Rangka Mempertahankan Citra Positif Perusahaan | |
| 2 | Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Bukit Badak |  |
| 3 | Pola Komunikasi Antar Budaya Etnis Tionghoa Dengan Etnis Melayu Dalam Menjaga Kerukunan Sosial Di Bagan Batu | |

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.

026.19.311

Medan, 8 Desember 2022

Ketua,



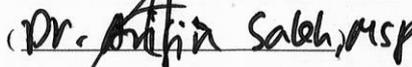
(Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom)
 NIDN: 0127048401

Pemohon



(Maimunah Haitami)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Antina Sabh, M.S.P)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan 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 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

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

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1835/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2022

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 : **08 Desember 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MAIMUNAH HAITAMI**
N P M : 1903110322
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. DWI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DESA BUKIT BADAK**

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: 026.19.311 tahun 2022.
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: 08 Desember 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 14 Djumadil Awwal 1444 H
08 Desember 2022 M

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 menjawab surat ini agar disebutkan 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 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[@ umsumedan](#)

[t umsumedan](#)

[v umsumedan](#)

Nomor : 179/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 08 Rajab 1444 H
30 Januari 2023 M

Kepada Yth : Pimpinan PT. Dwi Mitra Daya Riau
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **MAIMUNAH HAITAMI**
N P M : 1903110322
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. DWI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DESA BUKIT BADAK**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan


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



PT. DWI MITRA DAYA RIAU
PKS BUKIT BADAK II
Desa Kota Parit – Kec. Simpang Kanan

SURAT KETERANGAN

Dengan ini kami menerangkan bahwa yang bersangkutan :

Nama : MAIMUNAH HAITAMI
NPM : 1903110322
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Dwi Mitra
Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Bukit Badak

Mahasiswi tersebut benar telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT. Dwi Mitra Daya Riau,
pada tanggal 14 Februari 2023.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana
mestinya.

Kota Parit, 14 Februari 2023
Dwi Mitra Daya Riau



SURATNO, S.H
Humas / HRD



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 10 Januari 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Maimunah Haitami
N P M : 1903110322
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 16.35./SK/IL.3/UMSU-03/F/20.22.. tanggal 08 Desember 2022 dengan judul sebagai berikut :

Strategi komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Dwi Mitra
Daya Rilu Dalam pemberdayaan Masyarakat Desa Bukit Budak

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP-tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal 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. Arifin Saiful S. Sos. (MSP))

Pemohon,

(Maimunah Haitami)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 62/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 13 Januari 2023
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Laboratorium FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMBIMBING | JUDUL PROPOSAL SKRIPSI |
|-----|--------------------------|-----------------------|---|---|---|
| 1 | FIKA NADYA RAMBE | 1903110191 | CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A. | NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. | PERSPEKTIF KOMUNIKASI PADA TOXIC FRIENDSHIP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PANCA BUDI) |
| 2 | MAIMUNAH HAITAM | 1903110322 | Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP. | Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP. | STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. DWI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA BUKIT BADAQ |
| 3 | HERLINA APRILLIANI PUTRI | 1903110258 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si. | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom. | PERAN KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENGATASI PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA DI KELURAHAN SEI KERA HILIR II KOTA MEDAN |
| 4 | WALHIDAYAH | 1803110188 | Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP. | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si. | PROSES KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS MANDAILING DENGAN MASYARAKAT MELAYU PESISIR DESA TAPUS KECAMATAN NATAL |
| 5 | BAMBANG SEMPURNO | 1803110123 | CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A. | Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP. | STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PELAKSANA TEKNIS PT. LION AIR DALAM PELAYANAN PENGANTARAN BAGASI PENUMPANG BANDARA KUALANAMU MEDAN |

Medan, 18 Rabiul Akhir 1444 H

11 Januari 2023 M



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





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

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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://fislip.umsu.ac.id>

fislip@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[@ umsumedan](#)

[umsunedan](#)

[umsunedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Maimunah Haitami

N P M : 1903110322

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility

PT Dwi Mitra Daya Riau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Bukit Badak

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|---|------------------|
| 1. | 27-12-2022 | Bimbingan Proposal skripsi | |
| 2. | 10-01-2023 | Acc proposal skripsi | |
| 3. | 25-01-2023 | Bimbingan pedoman wawancara | |
| 4. | 30-01-2023 | Acc pedoman wawancara | |
| 5. | 10-03-2023 | Bimbingan Bab III | |
| 6. | 13-03-2023 | Bimbingan Metode Penelitian (kategorisasi penelitian, teori penelitian) | |
| 7. | 14-03-2023 | Bimbingan Bab IV (hasil penelitian dan pembahasan) | |
| 8. | 15-03-2023 | Revisi Bab IV | |
| 9. | 20-03-2023 | Bimbingan bab V (simpulan dan saran) | |
| 10. | 10-04-2023 | Revisi Bab V (simpulan dan saran) | |
| 11. | 13-04-2023 | Bimbingan Daftar Pustaka | |
| 12. | 14-04-2023 | Bimbingan kata pengantar, Abstrak dan Daftar isi | |
| 13. | 08-05-2023 | Revisi Abstrak dan Daftar isi | |
| 14. | 09-05-2023 | Acc skripsi | |

Medan, 11 Mei2023...

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh S.Sos.M.Pd)
 NIDN : 0030017402

(Akhzar Anshari S.Sos.M.Ikom)
 NIDN : 0127048401

(Dr. Arifin Saleh S.Sos.M.Pd)
 NIDN : 0030017402



Agensi Kelayakan Malaysia
 Malaysian Qualifications Agency

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sik-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1315/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 27 Juli 2023
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIF UMSU Lt. 2

| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENGUJJI | | | Judul Skripsi |
|-----|------------------------|-----------------------|--|--|--|---|
| | | | PENGUJJI I | PENGUJJI II | PENGUJJI III | |
| 1 | SURYA ANUGERAH WINTANA | 1803110103 | RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D. | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | ELVITA YENNI, S.S, M.Hum | POLA KOMUNIKASI KELOMPOK KOMUNITAS X OVER KOTA MEDAN DALAM MEMPERTAHKAN SOLIDARITAS |
| 2 | FAIRY ACHMAD ARIGA | 1803110110 | Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom | ELVITA YENNI, S.S, M.Hum | RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D. | PENGARUH INFORMASI WABAH PENYAKIT MULUT DAN KUKU PADA SAPI TERHADAP MINAT MEMBELI DAGING MASYARAKAT MEDAN MAIMUN |
| 3 | MAIMUNAH HAITAMI | 1903110327 | Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom | Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP. | STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. D'WI MITRA DAYA RIAU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA BUKIT BADAK |
| 4 | TIARA NITAMI | 1903110330 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom. | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS "RUMAH INTERNET" DALAM MEMBANGUN MINAT BELAJAR ANAK DI ERA DIGITAL |
| 5 | ATAH SULHANSYAH | 1903110119 | Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom | ELVITA YENNI, S.S, M.Hum | FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom. | KOMUNIKASI ORGANISASI SPBUN PTPN IV SOSA DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN |

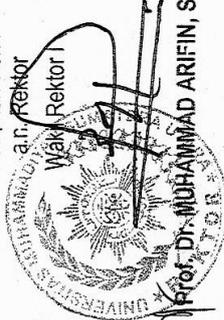
Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

a.r. Rektor

Wakil Rektor I



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Tetap : 10.00 hrs

25.07.23
YANA

Medan, 08 Muharram 1445 H

25 Juli 2023 M

Panitia Ujian



Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom