

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT  
BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT  
PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ALI ABRAR ALVANZA**  
**2103110025**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : ALI ABRAR ALVANZA  
NPM : 2103110025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada Hari, Tanggal : Selasa, 23 April 2025  
Waktu : Pukul 08.15 s/d selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. H. Mujahiddin, S.Sos, MSP

### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP  
Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom



**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

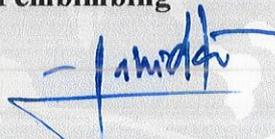
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **ALI ABRAR ALVANZA**  
NPM : 2103110025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN**

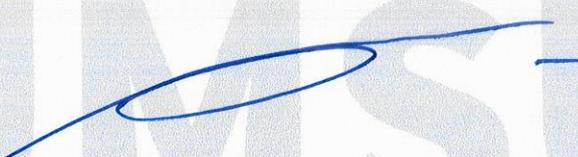
Medan, 16 April 2025

Pembimbing



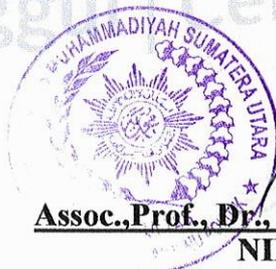
**Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP**  
NIDN: 0128088902

Disetujui Oleh  
Ketua Program Studi



**AKHYAR ANSHORI S.Sos., M. I. Kom**  
NIDN: 0127048401

Dean



**Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP**  
NIDN: 0030017402

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Ali Abrar Alvanza NPM 2103110025**, 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 tugas akhir 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 tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan 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. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 8 Mei 2025

Yang Menyatakan,



**Ali Abrar Alvanza**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.** Segala bentuk puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahuwa Ta'ala yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu diberi langkah agar dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa untuk selalu panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan.

Proses penyusunan pada skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Csr Lingkungan PT Bridgestone Dalam Meningkatkan Kesadaran Generasi Muda Terkait Pengelolaan Sampah Di Simalungun”** ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, hambatan dan pembelajaran yang peneliti alami selama menyelesaikan penelitian ini. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua peneliti yaitu kepada Bapak Ali Azril dan Ibu Cut Asriza Inayah yang telah memberikan dukungan baik dengan cinta dan dedikasi tanpa batas yang telah merawat dan membesarkan peneliti dengan memberikan doa, kasih sayang dan dukungan dalam setiap proses yang peneliti lakukan dan tidak dapat tergantikan.

Dalam kesempatan ini maka saya juga menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc.Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Mujahiddin, S.Sos., M.SP selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk

memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.
10. Kepada PT. Bridestone Simalungun terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada saudara kandung Aura Azriza Ali dan Amanda Azzahra Ali yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta kebahagiaan dalam hidup peneliti.
12. Kepada Fahira Rasyha Terima kasih sedalam-dalamnya saya sampaikan yang telah sabar kebersamai setiap proses dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu ada dalam lelah, bingung, bahkan saat ingin menyerah. Terima kasih sudah menjadi tempat berbagi keluh kesah, menjadi pengingat untuk tetap maju, dan tetap bertahan di samping saya. Dukungan dalam bentuk tenaga, waktu, dan kebersamaan menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Medan, 23 April 2025

Ali Abrar Alvanza

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN

**ALI ABRAR ALVANZA**  
**2103110025**

Strategi komunikasi dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) lingkungan oleh PT. Bridgestone di Simalungun memerlukan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pengelolaan sampah. Tantangan utama dalam program ini adalah rendahnya kesadaran masyarakat serta kurangnya keterlibatan generasi muda dalam praktik pengelolaan sampah. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang interaktif dan berbasis edukasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi CSR lingkungan PT. Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait pengelolaan sampah di Simalungun. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari karyawan PT. Bridgestone, generasi muda, serta kepala desa selaku perwakilan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR lingkungan PT. Bridgestone telah diterapkan melalui sosialisasi, seminar, dan praktik langsung dalam pengelolaan sampah. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan partisipasi generasi muda dalam memilah sampah, mengurangi penggunaan plastik, serta memanfaatkan sampah organik menjadi pupuk. Selain itu, keterlibatan komunitas dan media komunikasi seperti spanduk dan ceramah di tempat ibadah turut berkontribusi dalam keberhasilan program ini.

**Kata Kunci** : CSR lingkungan, strategi komunikasi, kesadaran generasi muda, pengelolaan sampah, *Theory of Planned Behavior*

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>viii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 3           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 3           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 4           |
| 1.5 Sistematika Penelitian .....   | 5           |
| <b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>  | <b>6</b>    |
| 2.1 Strategi Komunikasi.....   | 6           |
| 2.2 Teori Komunikasi Massa .....   | 8           |
| 2.3 Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ,<br>TPB) ..... | 10          |
| 2.4 Teori <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....                      | 12          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>15</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....  | 15          |
| 3.2 Kerangka Konsep.....   | 16          |
| 3.3 Definisi Konsep.....   | 16          |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian.....   | 17          |
| 3.5 Informan.....  | 19          |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data.....   | 20          |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....  | 21          |
| 3.8 Waktu & Lokasi Penelitian .....  | 22          |
| <b>BAB IV HASIL &amp; PEMBAHASAN.....</b>  | <b>23</b>   |
| 4.1 Hasil Penelitian .....   | 23          |
| 4.1.2 Profil Informan .....  | 25          |
| 4.2 Pembahasan.....  | 38          |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>41</b>   |
| 5.1 Simpulan .....   | 41          |
| 5.2 Saran.....   | 42          |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>44</b>   |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>47</b>   |

## DAFTAR TABEL

|           |                               |    |
|-----------|-------------------------------|----|
| Tabel 3.1 | Kategorisasi Penelitian ..... | 18 |
| Tabel 4.1 | Profil Narasumber .....       | 27 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                       |    |
|------------|-----------------------|----|
| Gambar 3.1 | Kerangka Konsep ..... | 16 |
|------------|-----------------------|----|

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* telah menjadi sebuah komponen penting dalam strategi bisnis perusahaan global, termasuk Bridgestone Indonesia. Sebagai salah satu produsen ban terkemuka di dunia, Bridgestone tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan ekonomi tetapi juga secara aktif terlibat dalam kegiatan yang mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan (Silviani & Panggabean, 2015).

Inisiatif CSR ini penting karena membantu perusahaan memperkuat reputasinya di mata publik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mempromosikan sebuah praktik bisnis yang bertanggung jawab (Khansa & Widiarti, 2022). Dalam konteks Indonesia, dan khususnya di Kabupaten Simalungun Sumatera Utara, masalah pengelolaan sampah menjadi salah satu isu lingkungan yang mendesak, di mana aktivitas industri dan konsumsi masyarakat cenderung menghasilkan volume sampah yang besar.

Bridgestone Indonesia mengimplementasikan strategi CSR yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif generasi muda dalam pengelolaan sampah. Pendekatan ini penting mengingat generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam upaya pelestarian lingkungan. Program CSR yang dikembangkan tidak hanya melibatkan kampanye edukasi atau

pelatihan, tetapi juga inisiatif konkret seperti kegiatan bersih-bersih, pengelolaan sampah berbasis komunitas, dan penggunaan teknologi ramah lingkungan untuk mendaur ulang dan mengurangi limbah (Shahreza, 2019). Pemilihan Simalungun Provinsi Sumatera Utara sebagai lokasi kegiatan bukan tanpa alasan. provinsi ini memiliki masalah pengelolaan sampah yang kompleks, sehingga perlu adanya intervensi yang signifikan dan berkelanjutan.

Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia, produksi sampah di Sumatera Utara mencapai ribuan ton per hari. Namun, hanya sekitar 60% dari sampah ini yang berhasil diangkut ke tempat pembuangan akhir, dan sebagian besar dari tempat pembuangan ini sudah *over capacity*. Kondisi ini tidak hanya menimbulkan masalah kesehatan masyarakat tetapi juga memperburuk kerusakan lingkungan. Dengan memahami skala masalah ini, Bridgestone Indonesia berusaha untuk mengimplementasikan program-program yang dapat mengurangi beban sampah, melalui upaya-upaya pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang (Putri & Ghanistyana, 2024).

Keterlibatan Bridgestone dalam isu pengelolaan sampah juga merupakan respons terhadap tuntutan global untuk keberlanjutan lingkungan. Konsumen saat ini semakin sadar akan isu-isu lingkungan dan cenderung memilih produk yang dianggap ramah lingkungan dan diproduksi oleh perusahaan yang bertanggung jawab social (Nasas & Dirgantara, 2024). Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas tetapi juga harus memperhatikan dampak produksi terhadap lingkungan. CSR di bidang pengelolaan sampah menjadi salah satu cara Bridgestone untuk menunjukkan komitmennya

dalam memperhatikan dan mengatasi dampak lingkungan dari operasional bisnisnya (Budianto & Ghanistyana, 2024).

Implementasi program CSR yang efektif memerlukan strategi komunikasi yang baik agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan direspon oleh target audiens, dalam hal ini adalah generasi muda di Simalungun. Oleh karena itu, studi ini akan mengeksplorasi berbagai strategi komunikasi yang digunakan Bridgestone Indonesia dalam kampanye CSR-nya, dengan harapan dapat menemukan faktor-faktor yang berkontribusi pada efektivitas program dalam meningkatkan kesadaran dan tindakan nyata terhadap pengelolaan sampah (Agsutina et al., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, Penelitian ini akan fokus pada strategi komunikasi CSR PT. Bridgestone yang diterapkan di Kabupaten Simalungun, khususnya terkait dengan kampanye pengelolaan sampah yang ditujukan kepada generasi muda.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi komunikasi CSR lingkungan PT. Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait pengelolaan sampah di Simalungun?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini tentunya memiliki tujuan yang akan dicapai. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen strategi komunikasi CSR Bridgestone Indonesia yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran tentang pengelolaan sampah di kalangan generasi muda di Simalungun.
2. Untuk mengevaluasi pengaruh kampanye CSR tersebut terhadap perubahan perilaku pengelolaan sampah di kalangan generasi muda, termasuk aspek-aspek seperti pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang sampah.

3. Untuk menilai dampak interaksi antara program CSR dan media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan tentang pengelolaan sampah yang berkelanjutan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian, sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memperkaya kajian teori tentang komunikasi CSR, khususnya dalam konteks perubahan perilaku sosial terkait pengelolaan sampah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai efektivitas strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan generasi muda.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi PT. Bridgestone Indonesia dalam merancang strategi komunikasi CSR yang lebih efektif dan tepat sasaran, khususnya dalam meningkatkan kesadaran pengelolaan sampah di kalangan generasi muda di Simalungun. Selain itu, dapat memberi panduan bagi praktisi CSR lainnya.

##### **3. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji komunikasi CSR, pengelolaan sampah, atau perilaku lingkungan, serta memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi dan studi CSR di Indonesia.

## **1.5 Sistematika Penelitian**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitiann manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II: URAIAN TEORITIS**

Dalam bab ini menjelaskan dan menguraikan tentang Komunikasi, Strategi Komunikasi, Teori Komunikasi Massa, Teori Perilaku Terencana (TPB), Teori *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan

### **BAB IV: HASIL & PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini menguraikan simpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi berasal dari kata strategi yang berarti rencana yang teliti mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran, dan komunikasi yang artinya pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Dalam konteks ini, orang yang memberikan informasi disebut komunikator, sementara yang mendengarkan disebut komunikan.

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-komunikan-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 persuasai, melaksanakan instruksi. Berdasarkan efek yang diharapkan tersebut, dapat 6 7 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.

Segala perkembangan suatu bidang saat ini membutuhkan suatu strategi komunikasi, komunikasi bisa dianggap berhasil atau tidak, banyak ditentukan oleh sebuah strategi komunikasinya. Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) dalam mencapai tujuannya (Effendy, 2009).

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan rencana yang teliti mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan melalui pengiriman dan penerimaan pesan antara pihak-pihak yang terlibat.

Dalam menyusun strategi komunikasi terdapat 4 langkah yang dilakukan yaitu:

1. Menentukan Sasaran dan Tujuan

Hal pertama yang dilakukan yaitu mengidentifikasi audiens yang akan menerima informasi, lalu menetapkan tujuan atau target dari informasi yang akan disampaikan,

2. Melaksanakan Program Komunikasi

Pelaksanaan program yang telah disusun sebelumnya.

3. Evaluasi

Untuk menilai keberhasilan program yang telah disusun, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program tersebut.

4. Laporan

Laporan Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah dokumen yang berisi informasi tentang kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya.

Untuk memastikan pesan dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi penerima, diperlukan penggunaan strategi komunikasi yang tepat dan langkah-langkah yang benar. Dengan demikian, komunikasi dapat efektif dan memberikan dampak positif sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Strategi komunikasi menjadi bagian penting bagi perusahaan dalam pengelolaan berbagai program kegiatan CSR. Kegiatan CSR yang telah diterapkan harus dikomunikasikan dengan baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan masyarakat, serta untuk target pemberdayaan Masyarakat (Saleh & Sihite, 2020).

## **2.2 Teori Komunikasi Massa**

Teori komunikasi massa membahas cara media massa menjangkau dan mempengaruhi audiens luas melalui berbagai bentuk seperti siaran televisi, radio, cetak, dan platform digital. Teori ini mengkaji bagaimana pesan dikomunikasikan secara efektif kepada publik, meliputi aspek-aspek seperti pengkodean pesan, transmisi melalui berbagai saluran, dan dekode oleh penerima. Pada dasarnya, media massa bertindak sebagai perantara antara pengirim pesan dan penerima, dimana fokus utamanya adalah pada pengaruh pesan tersebut terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens (Abdullah, 2013). Dalam konteks komunikasi korporat, media massa sering digunakan untuk membangun citra dan menyebarkan informasi tentang inisiatif sosial Perusahaan.

Teori komunikasi massa melibatkan pemahaman tentang proses seleksi berita, penyajian isi, dan pengaruh media terhadap opini publik. Ruang lingkup ini menekankan pada 'efek media' yang berkaitan dengan bagaimana dan mengapa

audiens menerima pesan tertentu, serta bagaimana pesan ini membentuk pandangan mereka. Penelitian dalam bidang ini juga mengeksplorasi model-model komunikasi seperti model linear dan interaksional untuk menentukan faktor-faktor yang meningkatkan efektivitas komunikasi massa dalam konteks yang berbeda (Laksono, 2023).

Strategi komunikasi massa dalam CSR dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu lingkungan dan keberlanjutan. Misalnya, kampanye CSR Bridgestone yang memfokuskan pada pengelolaan sampah bisa menggunakan media massa untuk menyoroti pentingnya daur ulang dan pengurangan limbah kepada masyarakat luas. Efek dari pemaparan ini seringkali terlihat dalam peningkatan kesadaran dan perubahan sikap publik, dimana masyarakat menjadi lebih sadar dan proaktif dalam mendukung praktik-praktik lingkungan yang berkelanjutan (Nugroho, 2019).

Selain meningkatkan kesadaran, komunikasi massa dalam strategi CSR juga bertujuan untuk mengundang keterlibatan publik. Dengan menyediakan informasi tentang bagaimana individu dapat berpartisipasi dalam atau mendukung inisiatif CSR, perusahaan dapat meningkatkan interaksi dan engagement dengan audiens. Ini dapat mencakup seruan untuk aksi, undangan untuk partisipasi dalam event-event tertentu, atau ajakan untuk berkontribusi pada program-program tertentu yang dikelola perusahaan.

Untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi massa dalam konteks CSR, perusahaan perlu mengukur sejauh mana kampanye mereka telah berhasil mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan (Octaviani et al., 2022). Ini dapat melibatkan

analisis tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah kampanye, survei kepuasan dan pendapat publik, serta pengukuran dampak langsung dari inisiatif CSR terhadap komunitas. Metrik-metrik ini memberikan wawasan penting mengenai keberhasilan dan area yang masih perlu ditingkatkan dalam strategi CSR dan komunikasi masa depan.

### **2.3 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior, TPB*)**

Teori Perilaku Terencana (TPB) adalah kerangka kerja psikologis yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam berbagai konteks. TPB mengemukakan bahwa niat perilaku seseorang adalah prediktor terbaik dari perilaku yang akan dilakukan, dan niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap mengacu pada penilaian positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu, norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah persepsi seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku tersebut. TPB telah digunakan secara luas dalam studi perilaku kesehatan, lingkungan, dan sosial untuk memahami bagaimana dan mengapa orang bertindak seperti yang mereka lakukan (Mahyarni, 2013).

Dalam konteks pengelolaan sampah, TPB dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk memahami faktor-faktor yang mendorong perilaku seperti daur ulang, pengurangan sampah, dan penggunaan kembali bahan. Mengidentifikasi dan memahami sikap individu terhadap kegiatan pengelolaan sampah, norma sosial

yang terkait dengan perilaku tersebut, dan persepsi mereka tentang kontrol yang mereka miliki atas perilaku tersebut, dapat membantu dalam merancang intervensi yang lebih efektif yang mendorong perilaku pro-lingkungan.

Sikap terhadap pengelolaan sampah sering kali dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan individu dan pemahaman tentang dampak lingkungan dari sampah. Jika seseorang memandang pengelolaan sampah, seperti daur ulang, sebagai tindakan yang bermanfaat dan positif yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, mereka lebih mungkin untuk terlibat dalam perilaku tersebut (Purwanto et al., 2022). Edukasi yang efektif tentang manfaat pengelolaan sampah dapat membantu membangun sikap positif dan mendorong perilaku yang lebih bertanggung jawab.

Norma subjektif memainkan peran krusial dalam pengelolaan sampah. Persepsi individu tentang apa yang orang lain pikirkan tentang perilaku mereka dapat sangat mempengaruhi apakah mereka akan terlibat dalam praktik daur ulang atau tidak. Misalnya, jika individu merasa bahwa teman dan keluarga mereka menghargai keberlanjutan dan mengharapkan partisipasi aktif dalam daur ulang, mereka lebih mungkin untuk melakukan hal yang sama. Meningkatkan komunikasi tentang praktik pengelolaan sampah dalam kelompok sosial bisa memperkuat norma-norma ini (Budiarti & Raharjo, 2014).

Persepsi tentang kontrol perilaku yang dirasakan dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan individu untuk terlibat dalam pengelolaan sampah. Faktor-faktor seperti ketersediaan fasilitas daur ulang, kemudahan daur ulang, dan waktu yang diperlukan untuk mengelola sampah mempengaruhi persepsi ini.

Penyediaan sumber daya dan infrastruktur yang memadai serta kebijakan yang mendukung dapat meningkatkan rasa kontrol individu dan mendorong adopsi perilaku pengelolaan sampah yang lebih efektif (Pasaribu & Radikun, 2021).

Mengintegrasikan pemahaman tentang TPB dalam strategi komunikasi untuk program CSR seperti yang dijalankan oleh Bridgestone Indonesia dapat memperkuat efek program tersebut. Dengan menargetkan dan mengoptimalkan komponen-komponen sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan melalui pesan-pesan yang disesuaikan, program CSR dapat lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku pengelolaan sampah di kalangan generasi muda. Ini melibatkan penggunaan media yang strategis dan pesan yang resonan yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memotivasi dan memberdayakan pemirsa untuk membuat perubahan yang berkelanjutan dalam perilaku mereka.

#### **2.4 Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan sosial yang berkelanjutan, melampaui apa yang diwajibkan oleh regulator dan undang-undang perlindungan lingkungan. CSR meliputi tanggung jawab perusahaan terhadap dampak operasional mereka terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk pekerja, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan. Konsep CSR telah berkembang dari sekadar filantropi perusahaan menjadi sebuah strategi bisnis integral yang melibatkan praktek bisnis yang berkelanjutan dan etis, yang tidak

hanya menargetkan profitabilitas jangka panjang tapi juga menghasilkan *outcome* positif bagi masyarakat dan lingkungan (Putri et al., 2023).

Awalnya, CSR lebih difokuskan pada pemberian sumbangan kepada masyarakat lokal atau nasional sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan bertambahnya kesadaran global terhadap isu-isu seperti perubahan iklim dan ketidakadilan sosial, CSR berkembang menjadi lebih kompleks. Perusahaan mulai mengintegrasikan keberlanjutan lingkungan dan keadilan sosial ke dalam strategi bisnis mereka, yang tidak hanya meningkatkan reputasi mereka tapi juga menjamin keberlanjutan operasi jangka panjang. CSR kini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari mengurangi jejak karbon, mendukung pendidikan, hingga pengembangan masyarakat.

CSR juga dapat diartikan sebagai kewajiban perusahaan dengan kesadaran penuh untuk melaksanakan tanggung jawab kepada masyarakat sekitar perusahaan dan pemangku kepentingan, khususnya di bidang sosial, bidang ekonomi dan lingkungan (Saleh, 2020).

Dalam pengelolaan sampah, perusahaan mungkin mengadakan program daur ulang, penggunaan kembali bahan-bahan limbah, serta kampanye-kampanye untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan. Program-program ini seringkali dirancang untuk mencapai keuntungan ganda mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Implementasi efektif dari strategi CSR dapat memiliki dampak yang signifikan pada perilaku dan kesadaran masyarakat. Misalnya, dengan mempromosikan

pengelolaan sampah yang bertanggung jawab melalui program CSR, perusahaan dapat mendorong individu dan komunitas untuk lebih aktif dalam praktik daur ulang dan pengurangan sampah.

CSR juga memainkan peran krusial dalam mendidik generasi muda tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan. Melalui kolaborasi dengan sekolah-sekolah dan universitas, perusahaan dapat mengintegrasikan kurikulum keberlanjutan ke dalam pendidikan formal. Ini tidak hanya membantu siswa memahami dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan tetapi juga menginspirasi mereka untuk mengambil tindakan positif dalam kehidupan sehari-hari (Noviana & Listyawati, 2019). Program CSR yang menargetkan generasi muda seringkali menggunakan media digital dan sosial untuk menjangkau audiens ini, yang diketahui menghabiskan waktu yang signifikan secara online.

Secara keseluruhan CSR telah berkembang dari sekadar inisiatif filantropi menjadi sebuah komponen penting dari strategi bisnis modern yang bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat. Dalam konteks lingkungan, CSR tidak hanya membantu dalam pemulihan dan pelestarian sumber daya alam tetapi juga mempromosikan gaya hidup berkelanjutan di antara semua pemangku kepentingan. Melalui pendekatan yang terintegrasi ini, CSR mendukung penciptaan dunia yang lebih adil dan berkelanjutan untuk generasi sekarang dan yang akan datang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

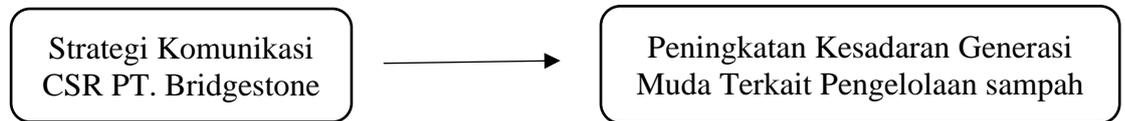
Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari Bridgestone Indonesia mempengaruhi kesadaran dan perilaku pengelolaan sampah di kalangan generasi muda di Simalungun Sumatera Utara. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk mengeksplorasi nuansa, persepsi, dan motivasi yang tidak selalu dapat diungkap melalui metode kuantitatif. Melalui teknik seperti wawancara mendalam, studi kasus, dan observasi partisipatif, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman, sikap, dan nilai yang dipegang oleh individu, serta cara-cara interaktif yang mereka gunakan untuk merespon inisiatif CSR.

Metode ini juga menyediakan fleksibilitas dalam menyesuaikan pertanyaan penelitian dan pendekatan analisis berdasarkan temuan awal, sehingga memperkaya pemahaman kontekstual dan dinamis tentang bagaimana program CSR mempengaruhi perubahan sosial dalam praktik lingkungan sehari-hari.

Menurut (Fadli, 2021) penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya.

### 3.2 Kerangka Konsep

**Gambar 3.1**  
**Kerangka Konsep**



Sumber : Olahan Peneliti, 2025

Kerangka konsep di atas menggambarkan bahwa strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Bridgestone menjadi faktor utama yang memengaruhi peningkatan kesadaran generasi muda terhadap pengelolaan sampah di Simalungun. Strategi komunikasi yang dimaksud meliputi kegiatan edukasi, pelatihan, penyuluhan, serta pemanfaatan media dan kerja sama komunitas. Panah menunjukkan adanya hubungan langsung antara pelaksanaan strategi komunikasi CSR dengan perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku generasi muda terhadap isu pengelolaan sampah.

### 3.3 Definisi Konsep

#### 1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan penerapan metode komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang dituju agar mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, strategi komunikasi merujuk pada cara PT. Bridgestone merancang dan mengimplementasikan komunikasi dalam program CSR-nya agar pesan tentang pengelolaan sampah dapat diterima dan dipahami oleh generasi muda.

## 2. Komunikasi CSR

Komunikasi CSR adalah proses penyampaian informasi mengenai program tanggung jawab sosial perusahaan kepada publik, dengan tujuan meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan citra positif perusahaan. Dalam penelitian ini, komunikasi CSR PT. Bridgestone berfokus pada penyebarluasan informasi terkait program pengelolaan sampah kepada generasi muda di Simalungun.

## 3. Peningkatan Kesadaran Generasi Muda

Peningkatan kesadaran generasi muda mengacu pada upaya yang dilakukan untuk memperluas pemahaman, kepedulian, dan keterlibatan kaum muda dalam suatu isu tertentu. Dalam penelitian ini, peningkatan kesadaran berarti bertambahnya pemahaman dan sikap positif generasi muda terhadap pentingnya pengelolaan sampah sebagai hasil dari strategi komunikasi CSR PT. Bridgestone.

## 4. Pengelolaan Sampah

Peningkatan kesadaran generasi muda mengacu pada upaya yang dilakukan untuk memperluas pemahaman, kepedulian, dan keterlibatan kaum muda dalam suatu isu tertentu. Dalam penelitian ini, peningkatan kesadaran berarti bertambahnya pemahaman dan sikap positif generasi muda terhadap pentingnya pengelolaan sampah sebagai hasil dari strategi komunikasi CSR PT. Bridgestone.

### **3.4 Kategorisasi Penelitian**

Penelitian ini mendefinisikan dirinya dalam ranah studi sosial lingkungan dengan lensa khusus pada bagaimana komunikasi perusahaan, khususnya inisiatif *Corporate Social Responsibility (CSR)*, mempengaruhi perilaku lingkungan. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menyelidiki berbagai aspek

interaksi antara perusahaan dan masyarakat, dengan fokus pada bagaimana pesan tentang tanggung jawab lingkungan disampaikan dan diterima. Melalui kombinasi teori dan praktek dari komunikasi pemasaran dan psikologi lingkungan, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dapat dioptimalkan untuk mempengaruhi perubahan perilaku yang berkelanjutan di kalangan generasi muda, yang pada akhirnya dapat mendukung upaya pelestarian lingkungan.

Integrasi studi CSR ke dalam kerangka ini juga memperkaya penelitian dengan memberikan insight tentang bagaimana perusahaan bisa memanfaatkan kegiatan CSR mereka tidak hanya untuk kepatuhan terhadap regulasi atau peningkatan citra, tetapi sebagai alat yang strategis untuk menginspirasi dan memobilisasi aksi kolektif yang berkelanjutan. Analisis ini menekankan pentingnya memahami persepsi dan nilai-nilai generasi muda sebagai konsumen dan warga yang peduli, serta bagaimana perusahaan dapat membentuk dan memperkuat norma-norma sosial yang mendukung perilaku berkelanjutan melalui komunikasi yang efektif.

**Tabel 3.1**  
**Kategorisasi Penelitian**

| No | Konsep                                     | Kategori  |
|----|--|---|
| 1  | Strategi Komunikasi CSR<br>PT. Bridgestone | - Menentukan sasaran dan tujuan<br>- Melaksanakan Program Komunikasi<br>- Evaluasi<br>- Laporan |

- 2 Peningkatan Kesadaran - Pemilahan sampah  
 Generasi Muda Dalam - Daur ulang sampah  
 Pengelolaan Sampah - Pengurangan penggunaan plastic  
 - Pengelolaan sampah organik  
 - Pembuangan sampah yang tepat  
 - Partisipasi dalam program lingkungan  
 - Kampanye dan edukasi lingkungan  
 - Pemanfaatan Kembali barang bekas.

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

---

### **3.5 Informan**

Dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan keterkaitan mereka dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Bridgestone yang berfokus pada pengelolaan sampah serta kelompok sasaran yang menerima program tersebut.

#### **3.5.1 Informan Penelitian**

Dalam penelitian ini teknik penentuan informan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan yang dipilih adalah mereka yang memiliki keterlibatan langsung dalam program CSR PT. Bridgestone terkait pengelolaan sampah, merupakan bagian dari generasi muda yang menjadi sasaran program, serta memiliki wawasan atau pengalaman terkait pengelolaan sampah dan komunikasi CSR.

Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yang terdiri dari satu orang perwakilan PT. Bridgestone Simalungun yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi CSR, tiga orang dari kalangan generasi muda di sekitar wilayah program yang merupakan peserta atau penerima manfaat kegiatan, serta satu orang kepala desa yang mewakili pemerintah lokal dan memiliki peran dalam mendukung pelaksanaan program CSR di wilayahnya.

Pemilihan informan dilakukan secara selektif untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam mengenai strategi komunikasi CSR lingkungan PT. Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pengelolaan sampah.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### **1) Wawancara**

Wawancara adalah bentuk percakapan di mana seorang individu (pewawancara) berusaha memperoleh informasi untuk tujuan tertentu dari individu lain (responden) yang menjadi sumber informasi.

Pertanyaan merupakan alat yang digunakan dalam wawancara untuk mendapatkan informasi, menggali asumsi, memahami profil dan perasaan responden.

Menurut (Sugiyono, 2017), wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti, dan juga ketika peneliti perlu mendapatkan pemahaman mendalam dari responden dengan jumlah yang terbatas.

## 2) Observasi

Observasi partisipatif akan dilakukan dalam kegiatan yang terkait dengan program CSR Bridgestone. Teknik ini melibatkan peneliti yang secara aktif mengamati dan terkadang berpartisipasi dalam kegiatan CSR sebagai bagian dari komunitas. Ini akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan langsung tentang bagaimana program dijalankan, interaksi antara perusahaan dan partisipan, serta respons nyata dari komunitas. Observasi ini akan mencakup pencatatan mendetail mengenai kegiatan, interaksi, dan dinamika yang terjadi selama event atau program CSR.

## 3) Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2017) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu berbentuk gambar, foto, sketsa dan lain-lain. Dokumentasi merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara.

Metode dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Dari asal katanya, dokumentasi, yakni dokumen, berarti barang-barang tertulis.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada konsep yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari

catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebenarnya bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (acapkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugusgugus, membuat partisi, menulis memo).

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini dapat berupa berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, atau melalui penelitian naratif yang jelas dan terstruktur. Hal ini memungkinkan seorang analis untuk melihat situasi dengan jelas dan menentukan apakah kesimpulan yang diambil tepat, serta memandu langkah-langkah analisis selanjutnya.

### **3.8 Waktu & Lokasi Penelitian**

Waktu dan lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejak Januari hingga April 2025 yang bertempat di PT. Bridgestone Sumatra Rubber Estate Jl. Dolok Merangir I, Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara 21155.

## **BAB IV**

### **HASIL & PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

PT. Bridgestone merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri karet dan ban dengan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Dalam upaya meningkatkan kesadaran generasi muda mengenai pengelolaan sampah perusahaan ini menginisiasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang berfokus pada edukasi dan praktik langsung dalam mengelola sampah di Simalungun. Program ini melibatkan berbagai pihak termasuk masyarakat setempat, pemerintah, dan generasi muda, sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan komunitas sekitarnya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para narasumber memiliki pandangan yang beragam terkait dengan pelaksanaan program CSR ini. Narasumber dari pihak perusahaan memberikan gambaran mengenai tujuan dan strategi komunikasi yang digunakan dalam menyosialisasikan program pengelolaan sampah. Sementara itu generasi muda yang diwawancarai memberikan perspektif tentang efektivitas program, tingkat keterlibatan mereka, serta perubahan yang mereka alami setelah mengikuti program ini. Kepala desa sebagai perwakilan pemerintah setempat juga memberikan pandangan terkait dukungan dan dampak program bagi masyarakat sekitar.

#### **4.1.1 Profil PT. Bridgestone**

PT. Bridgestone Sumatra Rubber Estate adalah perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pengolahan karet alam, berlokasi di Jalan Dolok Merangir I, Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara, dengan kode pos 21155 (Manik et al., 2020). Perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari Bridgestone Corporation, sebuah perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Jepang. PT. Bridgestone memiliki sejarah panjang yang dimulai pada tahun 1916 ketika didirikan dengan nama Goodyear Tire and Rubber Company. Perusahaan ini awalnya dimiliki oleh Goodyear Tire and Rubber Company yang berbasis di Akron, Ohio, Amerika Serikat. Pada tahun 1917, perusahaan mulai melakukan penanaman pohon karet pertama di perkebunan Dolok Merangir. Setelah beberapa dekade beroperasi, pada Agustus 2005, seluruh saham perusahaan dialihkan ke Bridgestone Corporation, dan nama perusahaan berubah menjadi PT. Bridgestone Sumatra Rubber Estate.

Selain fokus pada produksi karet PT. Bridgestone juga aktif dalam program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang berorientasi pada pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Pada tahun 2020 karyawan PT. Bridgestone membangun taman edukasi flora dan fauna serta mengadakan acara peningkatan kesadaran bersama anggota komunitas setempat.

PT. Bridgestone juga berperan dalam meningkatkan produktivitas petani karet skala kecil di Indonesia. Perusahaan ini menyediakan bantuan teknis dan pelatihan kepada petani, termasuk penyediaan bibit pohon karet Hevea dan program

pelatihan teknis bagi calon instruktur dari berbagai daerah. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas karet alam dan pendapatan per unit area bagi petani skala kecil serta membantu mengendalikan ekspansi penggunaan lahan pertanian.

Melalui berbagai program CSR ini PT. Bridgestone menunjukkan komitmennya dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

#### **4.1.2 Profil Informan**

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai 5 (lima) narasumber utama yang dianggap relevan dan memiliki pengalaman atau keterlibatan langsung dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bridgestone yang berfokus pada pengelolaan sampah di Kabupaten Simalungun. Kelima narasumber ini terdiri dari perwakilan perusahaan, tiga orang generasi muda sebagai sasaran program, serta satu perwakilan dari pemerintah desa. Informasi dari narasumber dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan dan relevansi mereka terhadap program CSR yang diteliti.

Informan pertama adalah Bapak Samsul, seorang karyawan PT. Bridgestone yang telah mengabdikan selama lebih dari 27 (dua puluh tujuh) tahun. Dalam kesehariannya, beliau terlibat aktif dalam pelaksanaan program CSR perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan sampah dan pelibatan masyarakat sekitar. Pengalaman kerjanya yang panjang membuatnya memahami dengan baik dinamika hubungan perusahaan dengan komunitas lokal. Beliau juga berperan dalam menjembatani komunikasi antara pihak perusahaan dengan warga sekitar terkait program lingkungan yang dijalankan.

Informan kedua adalah Ihsan Maulana, seorang mahasiswa semester 4 di Politeknik Pembangunan Pertanian Medan. Ihsan yang berusia 20 (dua puluh) tahun merupakan salah satu generasi muda yang terlibat dalam program CSR PT. Bridgestone. Sebagai mahasiswa yang menempuh pendidikan di bidang pertanian dan lingkungan, Ihsan menunjukkan minat besar terhadap isu pengelolaan sampah. Ia mengikuti kegiatan yang diselenggarakan perusahaan, baik dalam bentuk pelatihan maupun kegiatan lapangan, dan aktif memberikan pandangannya terkait pentingnya pelibatan generasi muda dalam menjaga lingkungan.

Informan ketiga adalah Jiddan Fadhli, pemuda berusia 23 (dua puluh tiga) tahun yang merupakan lulusan SMA dan tinggal di sekitar kawasan PT. Bridgestone. Meskipun tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, Jiddan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang diinisiasi oleh perusahaan. Keikutsertaannya dalam program CSR menjadi sarana baginya untuk memperoleh wawasan baru tentang pentingnya pemilahan sampah dan pemanfaatan limbah organik.

Informan keempat adalah Muhammad Hafiz S.H., seorang sarjana hukum berusia 24 (dua puluh empat) tahun. Ia merupakan warga asli yang telah lama tinggal bersama keluarganya di sekitar area PT. Bridgestone. Keterlibatannya dalam program CSR sudah dimulai sejak usia muda karena latar belakang keluarganya yang dekat dengan lingkungan perusahaan. Hafiz tidak hanya menjadi peserta pasif, tetapi juga aktif dalam menyebarkan informasi dan mengedukasi warga sekitar tentang pentingnya pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.

Informan kelima adalah Bapak Erwin Purba, kepala Desa Dolok Merangir Satu. Beliau berusia 45 (empat puluh lima) tahun dan telah menjabat sebagai kepala desa selama beberapa tahun. Dalam kapasitasnya sebagai pemimpin desa, beliau secara aktif mendukung dan memfasilitasi pelaksanaan program CSR PT. Bridgestone. Dukungan yang diberikan mencakup penyediaan lokasi kegiatan, pemberian rekomendasi, serta mengajak warga untuk ikut serta dalam pelatihan dan kegiatan gotong royong yang berkaitan dengan pengelolaan sampah. Beliau menilai bahwa program yang dijalankan oleh PT. Bridgestone telah memberikan dampak positif terhadap kesadaran dan perilaku masyarakat, khususnya generasi muda.

Kelima narasumber ini memberikan sudut pandang yang beragam dan saling melengkapi. Kehadiran mereka dalam penelitian ini memberikan gambaran yang utuh mengenai implementasi strategi komunikasi CSR perusahaan dan pengaruhnya terhadap peningkatan kesadaran serta partisipasi generasi muda dalam pengelolaan sampah di Kabupaten Simalungun.

**Tabel 4.1**  
**Profil Narasumber**

| No | Nama           | Usia     | Jenis Kelamin | Status                   |
|----|----------------|----------|---------------|--------------------------|
| 1  | Samsul         | 55 tahun | Laki-Laki     | Karyawan PT. Bridgestone |
| 2  | Ihsan Maulana  | 20 tahun | Laki – Laki   | Generasi Muda            |
| 3  | Muhammad Hafiz | 24 tahun | Laki-Laki     | Generasi Muda            |
| 4  | Jiddan Fadhli  | 23 tahun | Laki – Laki   | Generasi Muda            |
| 5  | Erwin Hadi     | 45 tahun | Laki-Laki     | Kepala Desa              |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

### 4.1.3 Kesadaran dan Partisipasi Generasi Muda

Peningkatan kesadaran dan partisipasi generasi muda terhadap pengelolaan sampah menjadi salah satu aspek terpenting dalam program CSR PT. Bridgestone. Narasumber dari kalangan pemuda menyampaikan bahwa mereka mulai mengenal program ini melalui berbagai media komunikasi salah satunya adalah visual seperti spanduk dan baliho yang tersebar di sekitar wilayah operasional perusahaan.

Muhammad Hafiz salah satu pemuda yang telah lama tinggal di lingkungan sekitar PT. Bridgestone menyatakan bahwa keterlibatannya bermula dari rasa ingin tahu terhadap isi dari spanduk yang dilihatnya.

*“Melihat spanduk di dekat PT. Bridgestone yang berisi ajakan menjaga kebersihan lingkungan membuat saya tertarik. Saya ikut kegiatan karena ingin tahu cara mengelola sampah organik yang benar.”* [Hasil wawancara dengan Muhammad Hafiz].

Hal ini menunjukkan bahwa bentuk komunikasi visual yang sederhana namun efektif mampu menarik perhatian masyarakat khususnya pemuda. Pesan lingkungan yang disampaikan tidak bersifat menggurui, melainkan bersifat ajakan yang membangkitkan rasa ingin tahu.

Sementara itu Ihsan Maulana mahasiswa dari Politeknik Pembangunan Pertanian Medan, merasa bahwa program ini sejalan dengan latar belakang pendidikannya. Ia mengungkapkan motivasinya untuk terlibat dalam program karena menyadari pentingnya menjaga lingkungan sejak dini.

*“Menurut saya, lingkungan yang bersih itu penting. Dari kampus juga kami belajar soal pengelolaan sampah. Waktu tahu ada kegiatan ini dari teman dan media sosial, saya langsung ikut.”* [Hasil wawancara dengan Ihsan Maulana].

Informasi melalui media sosial juga menjadi penguat kesadaran di mana pesan-pesan kampanye lingkungan yang dibagikan oleh perusahaan dapat dengan cepat menyebar ke komunitas mahasiswa atau remaja. Jiddan Fadlhi pemuda berusia 23 tahun, menunjukkan bahwa keterlibatan dalam program ini memberinya pengalaman baru yang sebelumnya tidak ia dapatkan.

*“Awalnya ikut karena diajak. Tapi pas ikut pelatihan, saya jadi tahu kalau sampah bisa dijadikan pupuk dan bisa jadi sesuatu yang berguna.”* [ Hasil wawancara dengan Jiddan Fadhli].

Program CSR ini memberikan dampak positif pada pemahaman generasi muda, yang pada awalnya hanya sebatas ikut-ikutan menjadi bentuk partisipasi aktif yang berkelanjutan. Hafiz menambahkan bahwa dirinya kini juga berperan sebagai agen perubahan di keluarganya:

*“Saya jadi sering ingatkan keluarga soal buang sampah. Kadang kalau lihat ada yang buang sembarangan, langsung saya tegur. Ini jadi kebiasaan baru juga di rumah.”* [ Hasil wawancara dengan Muhammad Hafiz].

Kebiasaan baru ini mengindikasikan adanya internalisasi nilai-nilai dari program CSR. Begitu juga dengan Ihsan yang turut menyebarkan semangat tersebut di lingkungan pergaulannya:

*“Kalau ada kegiatan lingkungan, saya ajak teman kampus juga. Kita kadang ikut bersih-bersih bareng atau kumpulin plastik buat didaur ulang.”* [ Hasil wawancara dengan Ihsan Maulana].

Partisipasi aktif dari kalangan muda dalam mendukung kegiatan lingkungan mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi PT. Bridgestone dalam menyampaikan pesan secara efektif. Para narasumber muda tidak hanya memahami isi pesan, tetapi juga menyebarkannya melalui tindakan nyata. Hal ini memperkuat pandangan bahwa keterlibatan emosional dan aksi sosial dalam komunikasi CSR menjadi kunci keberhasilan program.

#### **4.1.4 Strategi Komunikasi dan Peran Aktif Perusahaan**

PT. Bridgestone menerapkan strategi komunikasi yang bersifat partisipatif dan terbuka dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang berfokus pada pengelolaan sampah. Strategi ini dirancang tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun dialog dengan masyarakat sekitar, khususnya generasi muda. Perusahaan menyadari bahwa komunikasi satu arah tidak cukup untuk membentuk perubahan perilaku yang berkelanjutan.

Samsul karyawan PT. Bridgestone yang telah bekerja selama 27 tahun dan terlibat dalam pelaksanaan program CSR menyampaikan bahwa pendekatan yang digunakan perusahaan adalah mengutamakan komunikasi yang kolaboratif:

*“Kami tidak hanya menyampaikan informasi, tapi juga membuka ruang diskusi. Jadi masyarakat juga bisa kasih masukan. Terutama anak-anak muda, mereka punya banyak ide.”* [Hasil wawancara dengan Samsul].

Strategi komunikasi tersebut diwujudkan melalui penyuluhan, pelatihan, dan diskusi kelompok. PT. Bridgestone secara aktif melibatkan pemuda dari sekolah-sekolah, komunitas lingkungan, dan masyarakat umum untuk menciptakan keterlibatan yang lebih bermakna.

Perusahaan juga menyampaikan pesan dengan cara sederhana dan sesuai konteks lokal. Samsul menjelaskan:

*“Kalau pakai istilah berat, mereka malas dengar. Jadi kami pakai bahasa sehari-hari, kadang juga pakai gambar dan video biar lebih menarik.”* [Hasil wawancara dengan Samsul].

Materi kampanye yang digunakan berusaha disesuaikan dengan karakteristik masyarakat agar lebih mudah diterima. Salah satunya adalah penggunaan media visual seperti video pengelolaan sampah dan praktik langsung membuat kompos dari limbah rumah tangga.

PT. Bridgestone menjalin kerja sama dengan pemerintah desa dan komunitas pemuda untuk memperluas jangkauan program. Ini mencakup penyediaan tempat kegiatan, publikasi informasi, serta mobilisasi peserta:

*“Kami undang pelajar, pemuda masjid, komunitas pecinta alam juga. Pokoknya semua yang bisa diajak bareng-bareng.”* [Hasil wawancara dengan Samsul].

Langkah ini tidak hanya membangun partisipasi, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap program. Keterlibatan langsung menciptakan hubungan timbal balik yang memperkuat kepercayaan antara perusahaan dan warga.

Program ini juga memberi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi secara langsung, baik melalui forum maupun kotak saran di lokasi kegiatan. Pendekatan ini dinilai efektif dalam menjangkau generasi muda yang selama ini dianggap kurang terlibat dalam isu lingkungan.

Melalui komunikasi yang interaktif, dialogis, dan bersifat membangun, PT. Bridgestone menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR yang tepat dapat menjadi alat perubahan sosial yang berdampak nyata, khususnya dalam pengelolaan sampah di tingkat lokal.

#### **4.1.5 Peran Pemerintah Desa dalam Mendukung Program**

Keberhasilan implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bridgestone juga tidak terlepas dari peran aktif pemerintah desa, khususnya di wilayah Dolok Merangir Satu. Pemerintah desa menjadi mitra strategis dalam membantu perusahaan menjangkau masyarakat, memfasilitasi kegiatan, serta membangun dukungan sosial untuk keberlanjutan program.

Kepala Desa Dolok Merangir Satu Erwin Purba, menegaskan bahwa program CSR PT. Bridgestone sangat membantu dalam meningkatkan kesadaran warga terhadap pengelolaan sampah.

*“Kami dari desa tentu sangat mendukung, karena ini kegiatan positif. Kita bantu dari sisi lokasi, undangan ke masyarakat, dan ikut serta dalam kegiatan lapangan.” [ Hasil wawancara dengan Erwin Purba].*

Kolaborasi ini menjadi bentuk sinergi antara sektor swasta dan pemerintah lokal dalam mengatasi persoalan lingkungan. Erwin juga menjelaskan bahwa pihak desa secara rutin menyosialisasikan program kepada masyarakat melalui kepala dusun atau ketua RT agar informasi bisa tersebar lebih luas.

*“Kadang kami juga bantu sampaikan lewat kepala dusun. Jadi kalau ada pelatihan, masyarakat bisa cepat tahu dan ikut.”* [Hasil wawancara dengan Erwin Purba].

Tak hanya sebatas pada penyediaan fasilitas dan penyebaran informasi, dukungan pemerintah desa juga mencakup ajakan langsung kepada pemuda desa agar lebih aktif mengikuti kegiatan. Dengan adanya dukungan moral dan logistik dari perangkat desa, tingkat partisipasi warga, khususnya anak muda, meningkat secara signifikan. Erwin menilai bahwa pendekatan komunikasi yang dilakukan PT. Bridgestone sangat positif dan mampu diterima dengan baik oleh masyarakat:

*“Sekarang mulai terlihat perubahan, terutama anak-anak muda yang jadi lebih sadar dan aktif bersih-bersih lingkungan.”* [Hasil wawancara dengan Erwin Purba].

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang didukung oleh kelembagaan lokal seperti desa mampu menciptakan dampak yang lebih luas. Pemerintah desa bukan hanya sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai agen perubahan yang ikut menjaga keberlangsungan program melalui pengawasan dan pendampingan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat.

#### 4.1.6. Dampak Program Terhadap Perubahan Perilaku Generasi Muda

Salah satu indikator keberhasilan program CSR PT. Bridgestone dalam pengelolaan sampah adalah perubahan perilaku generasi muda yang menjadi sasaran utama program. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa terjadi pergeseran signifikan dalam pola pikir dan tindakan pemuda setelah mengikuti kegiatan CSR yang diadakan oleh perusahaan.

Ihsan Maulana mahasiswa semester empat yang terlibat dalam kegiatan ini, mengungkapkan bahwa setelah mengikuti program, ia mulai menerapkan kebiasaan memilah sampah di rumah dan aktif mengajak teman-temannya untuk melakukan hal yang sama.

*“Saya sekarang sudah biasa memilah sampah di rumah. Plastik sama organik saya pisahkan. Di kampus juga saya ajak teman-teman ikut.”*

[Hasil wawancara dengan Ihsan Maulana].

Pernyataan ini mencerminkan bahwa materi edukasi dan pengalaman langsung dalam kegiatan CSR berdampak pada kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan, terutama dalam tindakan kecil namun berkelanjutan.

Muhammad Hafiz juga menyampaikan bahwa dirinya kini mulai mengelola sampah secara mandiri. Ia memanfaatkan sampah organik untuk kebutuhan rumah tangga, seperti membuat pupuk, serta menyimpan sampah anorganik untuk ditukar melalui program bank sampah.

*“Kalau ada sampah plastik, saya simpan dulu buat ditukar ke bank sampah. Sampah organik, saya pakai buat pupuk tanaman.”* [ Hasil wawancara dengan Muhammasd Hafiz].

Hal ini menunjukkan bahwa program telah membentuk pemahaman praktis di kalangan peserta, bahwa sampah bukan sekadar limbah, melainkan memiliki potensi manfaat jika dikelola dengan benar. Lebih dari itu, mereka juga mulai memahami konsep daur ulang dan ekonomi sirkular secara sederhana. Jiddan Fadhli juga mengungkapkan perubahan perilaku yang ia alami setelah mengikuti pelatihan dari program CSR.

*“Saya udah biasa buang sampah pada tempatnya, dan ngajak keluarga juga. Kadang-kadang kita bikin kompos bareng.”* [ Hasil wawancara dengan Jiddan Fadhli].

Ia menambahkan bahwa kegiatan ini membuatnya lebih sadar terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, dan mendorong keluarganya untuk ikut terlibat. Kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi tidak harus selalu disampaikan melalui pendekatan formal, tetapi bisa melalui pengalaman langsung yang membekas. Dari sisi pemerintah desa Kepala Desa Erwin Purba juga menyoroti perubahan perilaku generasi muda yang kini lebih aktif dalam menjaga lingkungan:

*“Dulu masih banyak buang sampah di sungai. Sekarang udah mulai sadar. Ada juga yang mulai memanfaatkan limbah dapur untuk bikin kompos.”* [Hasil wawancara dengan Erwin Purba].

Transformasi ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR PT. Bridgestone telah menanamkan nilai kepedulian lingkungan secara perlahan namun efektif. Dengan perubahan kebiasaan dari dalam diri peserta, strategi komunikasi perusahaan telah mencapai tujuannya: mendorong generasi muda menjadi pelaku utama perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah.

#### **4.1.7 Evaluasi Strategi Komunikasi Berdasarkan Wawancara**

Evaluasi terhadap strategi komunikasi yang diterapkan PT. Bridgestone dilakukan berdasarkan tanggapan para narasumber, baik dari pihak perusahaan, pemerintah desa, maupun generasi muda sebagai sasaran program. Secara umum, strategi komunikasi yang digunakan dinilai cukup efektif dalam menjangkau khalayak sasaran dan menanamkan pesan tentang pentingnya pengelolaan sampah.

Samsul perwakilan dari PT. Bridgestone, menegaskan bahwa perusahaan menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan lingkungan, mulai dari visual seperti spanduk dan baliho, media sosial, hingga pendekatan langsung melalui penyuluhan dan pelatihan.

*“Kita coba semua cara, ada spanduk, sosial media, dan juga pelatihan langsung. Kalau cuma satu cara, takutnya kurang efektif.”* [ Hasil wawancara dengan Samsul]

Pendekatan multimodal ini dinilai sangat relevan dalam menjangkau kelompok generasi muda yang cenderung responsif terhadap pesan visual dan media digital. Dengan memanfaatkan kombinasi antara komunikasi tradisional dan

digital, perusahaan mampu menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Ihsan Maulana sebagai peserta program juga mengakui bahwa materi yang disampaikan dalam program cukup jelas dan aplikatif. Ia mengapresiasi cara penyampaian yang tidak kaku, melainkan lebih interaktif dan partisipatif.

*“Bahasanya gampang dipahami, terus kita juga diajak praktik langsung. Jadi gak cuma teori aja.”* [Hasil wawancara dengan Ihsan Maulana].

Kesan serupa juga disampaikan oleh Jiddan Fadhi. Menurutnya, penyampaian pesan yang dilakukan dalam bentuk kegiatan langsung lebih mudah diingat dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

*“Kalau cuma dikasih brosur, kadang lupa. Tapi kalau udah ikut kegiatan, jadi dibawa ke rumah.”* [ Hasil wawancara dengan Jiddan Fadhli]

Evaluasi dari pemerintah desa pun menegaskan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Bridgestone bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif.

Erwin Purba menyampaikan:

*“Kalau hanya perusahaan sendiri yang jalan, hasilnya kurang maksimal. Tapi karena kita bareng-bareng, jadi lebih terasa dampaknya.”* [ Hasil wawancara dengan Erwin Purba]

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kolaborasi dan keterlibatan multipihak. Kekuatan utama dari pendekatan ini terletak pada

prinsip komunikasi dua arah yang memungkinkan audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memberikan umpan balik dan merasa memiliki terhadap program.

Dengan pendekatan komunikasi yang terbuka, adaptif, dan partisipatif, PT. Bridgestone berhasil menciptakan lingkungan komunikasi yang kondusif bagi perubahan sosial di tingkat komunitas. Evaluasi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang tepat tidak hanya menciptakan pemahaman, tetapi juga mendorong tindakan nyata di lapangan.

#### **4.2 Pembahasan**

Strategi komunikasi CSR lingkungan PT. Bridgestone telah berhasil meningkatkan kesadaran dan partisipasi generasi muda dalam pengelolaan sampah. Temuan ini dapat dianalisis menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Wahyuningsih, 2018).

Norma subjektif adalah subjektif norma perasaan seseorang mengenai apa yang orang lain pikirkan relevandari tindakan yang orang pikirkan (Pangestika & Prasastyo, 2017). Norma subjektif yaitu persepsi mengenai ekspektasi sosial juga berperan dalam mendorong partisipasi generasi muda. Hal ini terlihat dari perubahan perilaku narasumber yang mulai mengajak keluarga dan teman-teman mereka untuk menerapkan pengelolaan sampah yang lebih baik. Sementara itu, kontrol perilaku yang dirasakan meningkat seiring dengan bertambahnya pengetahuan dan keterampilan dalam memilah serta mengelola sampah.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Secara sederhana setiap jenis perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan dan memajukan lingkungan sekitarnya melalui program-program sosial dengan penekanan pada program pendidikan dan lingkungan (Annisa Siregar et al., 2023). Teori CSR juga relevan dalam menganalisis program yang dilakukan oleh PT. Bridgestone. Program CSR ini bukan hanya merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam membangun citra positif perusahaan. Dengan melibatkan generasi muda dalam kegiatan edukatif dan praktis PT. Bridgestone menunjukkan komitmennya dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Keterlibatan aktif generasi muda dalam program ini mencerminkan kesadaran yang semakin meningkat terhadap isu lingkungan. Keberhasilan program ini juga didukung oleh metode komunikasi yang digunakan, baik secara langsung melalui sosialisasi maupun melalui media publikasi yang menarik perhatian masyarakat. Dengan adanya program seperti ini diharapkan generasi muda semakin sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR lingkungan yang dilakukan PT. Bridgestone telah memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait pengelolaan sampah. Namun masih terdapat ruang untuk perbaikan seperti memperluas jangkauan

sosialisasi melalui media digital dan meningkatkan sinergi dengan pemerintah daerah untuk mendukung infrastruktur pengelolaan sampah yang lebih baik.

Dengan adanya program seperti ini diharapkan generasi muda semakin sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. PT. Bridgestone sebagai perusahaan juga dapat terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif guna memastikan bahwa pesan mengenai pengelolaan sampah dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat luas.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) lingkungan yang dilakukan oleh PT. Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pengelolaan sampah di Kabupaten Simalungun. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap lima narasumber, disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. Bridgestone berhasil mendorong peningkatan pengetahuan, kesadaran, serta perubahan perilaku generasi muda dalam pengelolaan sampah.

Strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan bersifat partisipatif dan adaptif terhadap kondisi lokal. Perusahaan memanfaatkan berbagai media komunikasi seperti spanduk, media sosial, ceramah di masjid, serta praktik langsung dalam pelatihan. Dengan pendekatan komunikasi yang bersifat edukatif dan dua arah, generasi muda tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam kegiatan CSR dan mulai menginternalisasi kebiasaan pengelolaan sampah dalam kehidupan sehari-hari.

Program ini juga didukung oleh pemerintah desa yang memfasilitasi kegiatan dan mendorong partisipasi masyarakat. Kombinasi strategi komunikasi yang efektif, keterlibatan komunitas, serta dukungan kelembagaan lokal membuktikan bahwa komunikasi CSR dapat menjadi sarana transformasi sosial yang nyata.

Secara keseluruhan program CSR PT. Bridgestone memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perilaku generasi muda dalam mendukung keberlanjutan lingkungan, khususnya melalui praktik pengelolaan sampah yang lebih bertanggung jawab.

## **5.2 Saran**

Menanggapi temuan dan simpulan dalam penelitian ini, beberapa saran konstruktif diajukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak terkait.

### **5.2.1 Secara Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Theory of Planned Behavior* dalam memahami bagaimana perubahan perilaku dapat dibentuk melalui pendekatan komunikasi yang efektif. Program CSR PT. Bridgestone menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dapat ditingkatkan secara signifikan melalui strategi komunikasi yang tepat sasaran.

### **5.2.2 Secara Akademis**

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian komunikasi CSR, khususnya dalam konteks perubahan perilaku sosial di bidang lingkungan. Penelitian ini membuka peluang bagi studi lanjutan yang mengeksplorasi strategi komunikasi CSR pada sektor industri lain maupun konteks geografis berbeda, untuk memperoleh perspektif yang lebih luas dalam pengembangan praktik komunikasi CSR yang efektif.

### **5.2.3 Secara Praktis**

1. PT. Bridgestone disarankan untuk memperluas jangkauan program CSR ke wilayah-wilayah lain di sekitar area operasional perusahaan.
2. Strategi komunikasi dapat ditingkatkan dengan penggunaan media digital secara lebih intensif, seperti konten edukasi berbentuk video kreatif dan infografis.
3. Perlu adanya kolaborasi yang lebih kuat dengan pemerintah daerah dalam membangun infrastruktur seperti bank sampah atau kompos komunitas.
4. Kegiatan edukatif seperti pelatihan dan penyuluhan hendaknya dilakukan secara berkala dan terstruktur.
5. PT. Bridgestone dapat membentuk kelompok pemuda peduli lingkungan untuk mendukung keberlanjutan program.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2013). *Teori komunikasi media massa*.
- Agsutina, D. P., Kartikakirana, R. A., Maulita, S., Najam, M. M., Sagita, S. Della, Khoirunnisa, F., Gusti, A., Ulmnur, L., Adisya, R., Anggara, P., Devi, S., Jordan, W., Rino, F., & Lestari, S. (2023). Strategi Komunikasi Penyuluhan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat RW 13 Terhadap Peran Bank Sampah Apel. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin Adab Dan Dakwah*, 3, 70–87.
- Annisa Siregar, N., Purba, R., Maysarah, S., & Nanda Rayani Sinuhaji, T. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2623–2630. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Budianto, R. O., & Ghanistyana, L. P. (2024). *Peran Komunikasi Politik dalam Kampanye Isu Lingkungan: Studi Kasus pada Kebijakan Pengelolaan Sampah di Indonesia*. 2(1), 1–11.
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share Social Work Journal*, 4, 29.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Khansa, N., & Widiarti, P. W. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PT ANGKASA PURA I YOGYAKARTA (Studi Kasus CSR Public Restroom Hutan Pinus Pengger). *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3). <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i3.18536>
- Laksono, P. (2023). *RISALAH TEORI-TEORI KOMUNIKASI MASSA*. 8(1), 1–12.
- Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 23. <https://doi.org/https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Manik, P. J., Lubis, H. B., Sarumaha, A., & Permatasari, E. (2020). *Laporan Praktek Kerja Lapangan Di PT Perkebunan Bridgestone Sumatera Rbber Estate Kabupaten Simalungun*.

- Nasas, F. S., & Dirgantara, P. (2024). *Strategi Komunikasi Lingkungan Pandawara Group Dalam Menyebarkan Kesadaran Ekologis di Kota Bandung*. 12(1), 52–72.
- Noviana, I., & Listyawati, I. (2019). ANALISIS PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ( CSR ) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN ( STUDI KASUS PADA PT SEMEN GRESIK ) Ita noviana 1. *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(1), 35.
- Nugroho, A. W. (2019). KOMUNIKASI CSR PERUSAHAAN-PERUSAHAAN DI INDONESIA TAHUN 2017. *JURNAL SCRIPTURA*, 9(2), 51–58. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.51-58>
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). *Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. IV, 21–33.
- Pangestika, S., & Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di Dki Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a), 249–255. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Pasaribu, S., & Radikun, T. B. S. (2021). *Penerapan Teori Perilaku Terencana dalam Intensi Pengambilan Keputusan Etis*. 62(58). <https://doi.org/10.26539/pcr.32640>
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Book Detail Preview Buku THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Literasi Nusantara Abadi.
- Putri, & Ghanistyana, L. P. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI KELURAHAN KARANG TIMUR DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PROGRAM PENGELOLAAN BANK SAMPAH*. 5(3).
- Putri, V. M., Endrawati, & Santi, E. (2023). *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2021*. 2(2), 1–10.
- Saleh, A. (2020). *Optimization of Corporate Social Responsibility in Maintaining the Existence of Malay Culture in Medan City , Indonesia*. 9(January), 446–449.
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>

- Shahreza, M. (2019). *KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA GERAKAN BANK SAMPAH SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI TANGERANG SELATAN*. 1–47.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/ra25s>
- Silviani, R., & Panggabean, R. R. (2015). Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Binus Business Review*, 6(2), 241. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.973>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RAD*. Alfabeta Bandung.
- Wahyuningsih, I. (2018). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia : Pendekatan Theory of PLANNED BEHAVIOR. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 3(1).

## LAMPIRAN



5/6 Informm terdapat dari  
1. Pihak Briston.  
2. Pihak Pemirs.  
3/4 org Benera kmf.

## DRAFT PEDOMAN WAWANCARA

### STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN

11/3/25  
ACC Laporan

Assalamualaikum Wr Wb

Perkenalkan nama saya Ali Abrar Alvanza, Saya merupakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan Nomor Pokok Mahasiswa 2103110025. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir (Skripsi) untuk dapat memperoleh gelar S.I.Kom. Dengan tidak mengurangi rasa hormat saya, saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdra/I untuk dapat memberikan jawaban atas tiap pertanyaan yang saya ajukan. Semua identitas dan jawaban dari Bapak/Ibu/Sdra/I akan sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya dan akan menjadi rahasia sesuai dengan kode etik penelitian.

Atas bantuan dan Kerjasama Bapak/Ibu/Sdra/I, saya mengucapkan banyak terima kasih. Tanpa bantuan Bapak/Ibu/Sdra/I, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan sesuai dengan rencana waktu yang telah saya tetapkan.

Hormat saya,

Ali Abrar Alvanza

#### Identitas Narasumber

Nama Lengkap : ERWIN HADI PURBA  
Jenis Kelamin : LK  
Usia : 45 TAHUN  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : KEPALA DESA  
Latar Belakang Pendidikan : SMA

#### A. Pertanyaan untuk Pihak PT. Bridgestone Simalungun

##### 1. Perencanaan dan Implementasi Program CSR

- Apa latar belakang PT. Bridgestone dalam menginisiasi program CSR yang berfokus pada pengelolaan sampah di Simalungun?
- Bagaimana proses perencanaan dan penentuan sasaran dalam program CSR ini?
- Apa saja tujuan utama yang ingin dicapai melalui program pengelolaan sampah ini?

## 2. Strategi Komunikasi

- Saluran komunikasi apa saja yang digunakan untuk menyampaikan pesan CSR kepada generasi muda?
- Bagaimana PT. Bridgestone memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh generasi muda?
- Apakah ada kolaborasi dengan media lokal, sekolah, atau komunitas dalam menyebarkan informasi terkait program ini?

## 3. Evaluasi dan Tantangan

- Metode apa yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas program CSR dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi generasi muda dalam pengelolaan sampah?
- Apa saja tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program ini, dan bagaimana PT. Bridgestone mengatasinya?
- Apakah ada rencana untuk mengembangkan atau memperluas program ini di masa mendatang?

## **B. Pertanyaan untuk Generasi Muda di Simalungun**

### 1. Kesadaran dan Partisipasi

- Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang program CSR pengelolaan sampah yang diselenggarakan oleh PT. Bridgestone?
- Apa motivasi Anda untuk berpartisipasi dalam program ini?
- Sebelum mengikuti program, bagaimana pandangan Anda tentang pentingnya pengelolaan sampah?
- 

### 2. Dampak Program

- Pengetahuan atau keterampilan apa yang Anda peroleh setelah mengikuti program ini?
- Apakah ada perubahan dalam kebiasaan Anda terkait pengelolaan sampah, seperti pemilahan sampah atau pengurangan penggunaan plastik?
- Bagaimana program ini mempengaruhi pandangan Anda terhadap peran generasi muda dalam menjaga lingkungan?

### 3. Saran dan Masukan

- Menurut Anda, apa yang sudah berjalan baik dalam program ini?
- Apa saran Anda untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang?
- Bagaimana cara terbaik untuk mengajak lebih banyak generasi muda terlibat dalam program seperti ini?

### **C. Pertanyaan untuk Pihak Pemerintah atau Komunitas Lingkungan**

#### 1. Kolaborasi dan Dukungan

- Apakah Anda mengetahui tentang program CSR pengelolaan sampah yang dilakukan oleh PT. Bridgestone di Simalungun?
- Bagaimana bentuk kerjasama antara pemerintah/komunitas Anda dengan PT. Bridgestone dalam program ini?
- Dukungan apa saja yang diberikan oleh pemerintah/komunitas untuk mendukung keberhasilan program ini?

#### 2. Pengaruh Terhadap Masyarakat

- Bagaimana Anda menilai respons masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap program ini?
- Apakah Anda melihat adanya perubahan signifikan dalam perilaku masyarakat terkait pengelolaan sampah setelah pelaksanaan program?
- Apa dampak jangka panjang yang diharapkan dari program ini terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat setempat?

#### 3. Evaluasi dan Rekomendasi

- Menurut Anda, apa saja kekuatan dan kelemahan dari program CSR ini?
- Bagaimana cara meningkatkan kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, dan komunitas dalam upaya pengelolaan sampah?
- Apa rekomendasi Anda untuk program serupa di masa mendatang agar lebih efektif dan berkelanjutan?



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Kami menjabar 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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

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](mailto:fisip@umsu.ac.id)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 623/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 13 Ramadhan 1446 H  
13 Maret 2025 M

Kepada Yth : HRD PT. Bridgestone Sumatera Rubber Estate  
Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara  
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 Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di PT. Bridgestone Sumatera Rubber Estate, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara, atas nama:

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Nama mahasiswa              | : ALI ABRAR ALVANZA  |
| N P M                       | : 2103110025   |
| Program Studi               | : Ilmu Komunikasi  |
| Semester                    | : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025   |
| Judul Tugas Akhir Mahasiswa | : STRATEGI KOMUNIKASI CSR<br>LINGKUNGAN PT. BRIDGESTONE DALAM<br>MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI<br>MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH<br>DI SIMALUNGUN |

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



Cc : File.

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





## PT. BRIDGESTONE SUMATRA RUBBER ESTATE

Dolok Merangir, Pos Serbalawan 21155, North Sumatra, Indonesia

Tel. +62-622 64098, 64286, Fax. +62-622 64094

Dolok Merangir. 18 Maret 2025

Kepada Yth : Ref : HR/0646/2025 Bapak. Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan III-nu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jl. Mukhtar Basri No. 3  
Medan. 20238

Hal : Izin Pengambilan Sempel Data.  
Dengan Hormat,

Sehubungan dengan Surat dari Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik No. 623/KET//II.3.AU/UMSU-03/F/2025 perihal tersebut diatas dengan ini disampaikan bahwa Perusahaan kami dapat memberikan izin kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai mana yang disebutkan di bawah ini untuk dapat melakukan Izin Pengambilan Sempel Data di Processing Section Dolok Merangir PT. Bridgestone Sumatra Rubber Estate mulai tanggal 17 Maret 2025 s/d 18 Maret 2025.

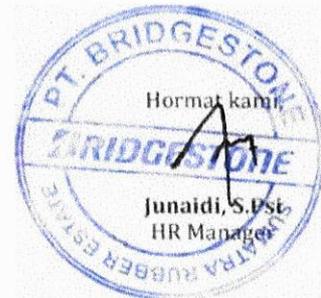
Adapun Mahasiswa yang dimaksud sbb ;

| NO | NAMA MAHASISWA    | NPM        | PROGRAM STUDI   | SEMESTER    |
|----|-------------------|------------|-----------------|-------------|
| 1  | Ali Abrar Alyanza | 2103110025 | Ilmu Komunikasi | VII (Tujuh) |

Dengan ketentuan harus memenuhi syarat dan peraturan Yang tersebut di bawah ini sebagai berikut :

1. Perusahaan tidak menyediakan akomodasi dan uang saku.
2. Perusahaan tidak menyediakan fasilitas dan biaya perobatan apabila terjadi kecelakaan pada saat melakukan Izin Pengambilan Sempel Data.
3. Mahasiswa wajib mematuhi semua peraturan K3 yang berlaku di PT. Bridgestone Sumatra Rubber Estate.
4. Mahasiswa diharapkan agar menjaga ketertiban dan kesopanan selama melakukan Izin Sempel Data serta tidak dibenarkan melakukan pengambilan photo di lingkungan areal Pabrik Bridgestone Sumatra Rubber Estate.
5. Perusahaan tidak dapat memberikan Data atau Dokumen yang bersifat seperti laporan keuangan Perusahaan maupun laporan- laporan Iainnya Yang merupakan rahasia Perusahaan.
6. Mahasiswa harus mengikutj Jam Kena yang ditentukan Oleh Perusahaan.
7. Bagi Mahasiswa yang tidak mengikuti ketentuan sebagaimana disebutkan diatas akan diberikan sanksi administrasi berupa pembatalan Izin Pengambilan Sempel Data.

Demikian disampaikan. Terimakasih.



cc : Plant Manager  
HR Manager  
Factory Manager  
HR Asstant  
Assistant SHE



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KPI/PT/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20215, Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
E-mail: [https://fisisip.umu.ac.id](mailto:https://fisisip.umu.ac.id) | [fisisip@umu.ac.id](mailto:fisisip@umu.ac.id) | [www.umu.ac.id](http://www.umu.ac.id) | @umsumedan | #umsumedan

Sk-1

PERMCHONAN PERSetujuan  
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu  
Program Studi ILMU KOMUNIKASI  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 17 Januari 2025

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Ali Abrar Alvanza  
NPM : 2103110025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
SKS diperoleh : 119,0SKS, IP Kumulatif 3,45

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan  | Persetujuan  |
|----|---|--|
| 1  | Strategi Komunikasi CSR Lingkungan PT Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait Pengelolaan Sampah di SIMALUNGUN | <input checked="" type="checkbox"/><br>17 Jan 2025 |
| 2  | Analisis Persepsi Siswa dan orangtua terhadap Program makan gratis di SD 067246 Medan.  |  |
| 3  | Pengaruh Komunikasi Pimpinan terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT CANTIKA DYANDRA   |  |

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.

162.21.311

Medan, tanggal 20 Januari 2025

Ketua  
Program Studi ILMU KOMUNIKASI

(AKHYAR ANSORI S.SOS.M.I.KOM)  
NIDN: 0127048401

Pemohon,

(ALI ABRAR ALVANZA)  
Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi ILMU KOMUNIKASI

(Asoc. Prof. Dr. H. Mujahiddin)  
NIDN: 01280889021





**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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

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](mailto:fisip@umsu.ac.id)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**  
**TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**  
**Nomor : 214/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **20 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ALI ABRAR ALVANZA**  
N P M : 2103110025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT. BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN**  
(Skripsi dan Jurnal Ilmiah)

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN., MSP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 162.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 20 Juli 2025.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 20 Rajab 1446 H  
20 Januari 2025 M



**Tembusan :**

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

Dekan,  
**Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.**  
NIDN. 0030017402





**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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PTXU/2022

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

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

Sk-3

**PERMOHONAN**  
**SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.  
**Bapak Dekan FISIP UMSU**  
di  
Medan.

Medan, ...13... Februari 2025

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Ali Abrar Awanza  
NPM : 2031100215  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 214.../SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 13 Februari 2025 dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi CSR Lingkungan PT. Bridgestone  
dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait  
Pengelolaan sampah di Simalungun.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua  
Program Studi

Menyetujui

Pembimbing

Pemohon

(Achyar Arisori S. Sasmita, M. ASSOC. Prof. Dr. H. Mubiddin) (Ali Abrar Awanza)

NIDN: 0127040401

NIDN: 028088902



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysian Qualifications Agency



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 458/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

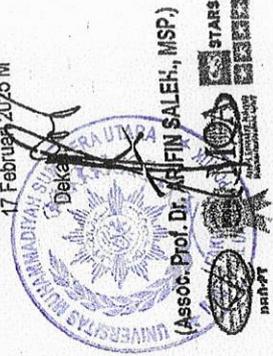
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025  
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai  
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Berprestasi

| No. | NAMA MAHASISWA           | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP   | PENBIMBING                            | JUJUL PROPOSAL SKRIPSI   |
|-----|--------------------------|-----------------------|---|---------------------------------------|--|
| 76  | RESTY DHIVA LARASATI     | 2103110167            | Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.                          | H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.         | ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YOLANDAA MAKEUP DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DI KOTA MEDAN                                      |
| 77  | M. BAGAS HARDIANSYAH HRP | 2103110069            | Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN AKREDITASI SEKOLAH DAN KAPABILITAS GURU DI SMP MUHAMMADIYAH 07 MEDAN                            |
| 78  | ATSILAH NASYWA           | 2103110161            | CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.            | Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | GAYA KOMUNIKASI SELF-DISCLOSURE PENGEMAR K-POP KOMUNITAS ARMY; UMMY KOTA MEDAN UNTUK MEMBANGUN SOLIDARITAS KELOMPOK                    |
| 79  | GETSHA YUSRI             | 2103110122            | Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, MSP.              | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.   | KOMUNIKASI PEMBERDAYAN DINAS KETENAGAKERJAAN KOTA MEDAN MELALUI PROGRAM KETERAMPILAN MERAJUT BAGI MASYARAKAT                           |
| 80  | ALI ABFAP ALVANZA        | 2103110025            | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.             | Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, MSP.  | STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT. BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGUN |

Medan, 18 Syaban 1446 H  
17 Februari 2025 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Untuk 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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri IIo, 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

Website: <https://fisip.umsu.ac.id> Email: [ffisip@umsu.ac.id](mailto:ffisip@umsu.ac.id) Instagram: @umsumedan Facebook: umsumedan Twitter: umsumedan YouTube: umsumedan

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA**

Nama lengkap

Ali Abrar Aivanza

N.P.M

2103110025

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa  
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

Strategi Komunikasi CSR Lingkungan PT. Bridgestone dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terkait pengelolaan sampah di Simalungun

| No. | Tanggal    | Kegiatan Advis/Bimbingan                      | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|---|------------------|
| 1   | 05/02/25   | Bimbingan konsep PRO POSAL SKRIPSI            |                  |
| 2   | 07/02/25   | Bimbingan dan perbaikan isi skripsi           |                  |
| 3   | 09/02/25   | Bimbingan dan perbaikan sistematika penulisan |                  |
| 4   | 10/02/25   | ACC seminar proposal                          |                  |
| 5   | 01/03/25   | Bimbingan pedoman wawancara                   |                  |
| 6   | 07/03/25   | Bimbingan dan perbaikan pedoman wawancara     |                  |
| 7   | 11/03/2025 | ACC pedoman wawancara                         |                  |
| 8   | 12/04/25   | Bimbingan dan perbaikan bab 3 dan bab 4       |                  |
| 9   | 14/04/25   | Revisi bab 3 dan bab 4                        |                  |
| 10  | 16/04/25   | ACC sidang skripsi                            |                  |

Medan, 16 April 2025



Ketua Program Studi,

*[Signature]*

Asst. Prof. Dr. Arifin Saleh S.Sos  
NIDN: 0120080017402

Akhyar Akhori S.Sos M.I. Kom  
NIDN: 0127048431

Pembimbing

*[Signature]*

Dr. H. Musa Niddin, S.Sos, MSP  
NIDN: 0129080302



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malay. Qualifications Agency

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 727/UND/III.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 23 April 2025  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

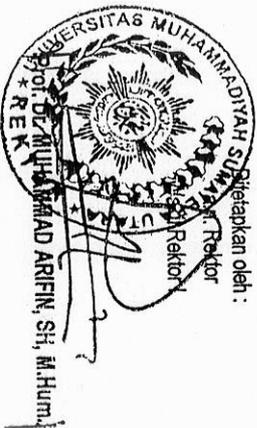


| No. | Nama Mahasiswa       | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENGLUJI                            |   |                                     | Judul Ujian Tugas Akhir  |
|-----|----------------------|-----------------------|---|---|-------------------------------------|--|
|     |                      |                       | PENGLUJI I                              | PENGLUJI II                                 | PENGLUJI III                        |  |
| 21  | ALI ABRAR ALVANZA    | 2103110025            | Drs. ZULFAHMI, M.Likom                  | FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.Likom         | MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP             | STRATEGI KOMUNIKASI CSR LINGKUNGAN PT. BRIDGESTONE DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA TERKAIT PENGELOLAAN SAMPAH DI SIMALUNGIN |
| 22  | GETSHA YUSRI         | 2103110122            | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Likom. | Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP. | KOMUNIKASI PEMBERDAYAN DINAS KETENAGAKERJAAN KOTA MEDAN MELALUI PROGRAM KETERAMPILAN MEKAJUT BAGI MASYARAKAT                           |
| 23  | NASHIHA AMANDA       | 2103110216            | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP      | FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.Likom         | Drs. ZULFAHMI, M.Likom              | STRATEGI KOMUNIKASI SEKRETARIAT DPRD KOTA MEDAN DALAM MENANGANI KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK   |
| 24  | KHARUNNISA           | 2103110139            | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Likom. | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.Likom             | Drs. ZULFAHMI, M.Likom              | PENERAPAN ACTION ASSESSMENT THEORY DALAM PROSES PEMBELAJARAN ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI YPD HARAPAN BARU                              |
| 25  | RESTY DHIVA LARASATI | 2103110167            | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Likom. | AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.Likom             | H. TENERMAN, S.Sos., M.Likom        | ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YOLANDAA MAKEUP DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DI KOTA MEDAN                                      |

Menulis Sidang:

Medan, 22 Syawal 1446 H

21 April 2025 M



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Likom

Sekretaris



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

Nama : Ali Abrar Alvanza  
Tempat/Tgl Lahir : Medan, 17 Januari 2004  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. AR. Hakim Gg. Delapan No. 4, Kel. Sukaramai I,  
Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara  
Anak Ke : 2 dari 3 Bersaudara

### Data Orang Tua

Nama Ayah : Ali Azril, S.P  
Nama Ibu : Cut Asriza, S.E  
Pekerjaan Ayah : ASN  
Pekerjaan Ibu : IRT  
Alamat : Jl. AR. Hakim Gg. Delapan No. 4, Kel. Sukaramai I,  
Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara

### Pendidikan Formal

TK : TK Hikmatul Fadhillah  
SD : SDIT Hikmatul Fadhillah  
SMP : SMP Negeri 3 Medan  
SMA : SMA Harapan 1 Medan  
S1 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera  
Utara