KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATUBARA PT TATA BARA UTAMA

TUGAS AKHIR

Oleh:

CAESAR NIBROOS ARKAN
2103110138

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat

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

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ 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	:	Caesar Nibroos Arkan
NPM	:	2103110138
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal	:	Kamis, 17 April 2025
Waktu	:	Pukul 8.30 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, MAP (.....)

PENGUJI II : Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Drs. Zulfahmi, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

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

UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ 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	:	Caesar Nibroos Arkan
NPM	:	2103110138
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATUBARA PT TATA BARA UTAMA

Medan, 12 April 2025

Pembimbing

Drs. Zulfahmi, M.I.Kom
NIDN: 0118056301

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

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

Dekan

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

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Caesar Nibroos Arkan**, NPM **2103110138**, 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 kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 29 April 2025

Yang Menyatakan,

Caesar Nibroos Arkan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Lokal Dalam Mendukung Kegiatan Operasional Tambang Batubara PT. Tata Bara Utama.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S.I.Kom di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Ucapan terima kasih mendalam kepada Ibu Kartika Sari Br Kaban dan Bapak Nurdianto, orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, serta doa yang tak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc.Prof.Dr. Arifin Saleh, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial 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.L.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 Universitah Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
8. Kepada PT. Tata Bara Utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis, Ridho, Radha, Riani, Jiyad, dan Sahrul atas dukungan, semangat, dan kebersamaan selama masa perkuliahan.

10. Diri sendiri, Caesar Nibroos Arkan, atas segala usaha, kerja keras, dan ketekunan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi para pembaca.

Akhir kata, Penulis memohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap saran dan kritik yang membangun sangat di harapkan, Terima kasih.

Medan, Maret 2025

Penulis

Caesar Nibroos Arkan

2103110138

KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATUBARA PT TATA BARA UTAMA

CAESAR NIBROOS ARKAN
2103110138

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal yang diterapkan oleh PT Tata Bara Utama dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara. Industri pertambangan sering kali menjadi sumber kontroversi akibat dampak lingkungan yang ditimbulkan, meskipun juga memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang efektif diperlukan untuk menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat lokal. Penelitian ini mengkaji strategi pemberdayaan melalui program pengembangan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta mengurangi dampak negatif dari kegiatan tambang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemberdayaan yang partisipastif dan berkelanjutan mampu meningkatkan dukungan masyarakat terhadap operasional perusahaan serta memperkuat kemandirian komunitas lokal dalam menghadapi tantangan pembangunan berkelanjutan

Kata Kunci: Komunikasi pemberdayaan, Masyarakat lokal, Tambang batubara

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
BAB II URAIAN TEORITIS **7**
2.1 Komunikasi 7
2.2 Pemberdayaan Masyarakat 9
2.3 Corporate Social Responsibility (CSR) 12
BAB III METODE PENELITIAN **15**
3.1 Jenis Penelitian 15
3.2 Kerangka Konsep 15
3.3 Definisi Konsep 16
3.4 Kategorisasi Penelitian 18
3.5 Narasumber 18
3.6 Teknik Pengumpulan Data 19
3.7 Teknik Analisis Data 20
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian 22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **23**
4.1 Hasil Penelitian 23
4.1.1 Data Narasumber 23
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian 26
4.2 Pembahasan 39
BAB V PENUTUP **43**
5.1 Simpulan 43

5.2 Saran..... 45
DAFTAR PUSTAKA..... 47
LAMPIRAN..... 50
..... Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep 16
Gambar 4.1 Narasumber Heri Fahrizal..... 23
Gambar 4.2 Narasumber Hafidz Alfarizi 24
Gambar 4.3 Narasumber Rahmat Efendi..... 25
Gambar 4.4 Narasumber Sayuti..... 25

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategoriasi Penelitian 18

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengelolaan sumber daya alam adalah salah satu langkah penting dalam upaya mencapai kesejahteraan masyarakat. Hal ini tercermin dalam pasal 3 ayat (3) Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) yang menyatakan "Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung didalam nya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat." Selain itu, pengelolaan ini juga diatur melalui berbagai sektor.

Pemanfaatan sumber daya alam untuk meningkatkan kesejahteraan sosial di indonesia secara mutlak tercermin dalam tujuan bernegara yang dinyatakan dalam alinea keempat pembukaan undang-undang dasar negara republik indonesia tahun 1945. Tujuan tersebut mencakup perlindungan terhadap seluruh rakyat indonesia dan seluruh wilayah tanah air, serta upaya untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan berkontribusi pada terciptanya ketertiban dunia yang berdasarkan pada kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial (Astuti & Simandjuntak, 2018).

Industri pertambangan memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, khususnya komunitas lokal disekitaran operasinya. Selain itu, industri ini juga berperan dalam menciptakan pembangunan berkelanjutan yang ramah lingkungan. Program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (PPM) bisa diartikan sebagai suatu cara atau teknik

dalam proses pengkomunikasian pesan berupa kegiatan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat sekitar pertambangan (arifin saleh et al., 2020). Melalui program ini, diharapkan masyarakat, baik secara individual mau pun kolektif, dapat mencapai standard hidup yang lebih baik dan mandiri (Sari, n.d.).

Keberadaan tambang batubara seringkali menjadi sumber kontroversi ditengah masyarakat dan pemerintah. Hal ini disebabkan oleh dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas pertambangan batubara terhadap lingkungan, yang di rasakan langsung oleh masyarakat lokal. Akibatnya, muncul berbagai stigma negatif terhadap perusahaan-perusahaan tambang di kalangan masyarakat (Suciadi et al., 2020). Kegiatan penambangan batubara juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar tambang. Dari prespektif ekonomi, keberadaan industri pertambangan di suatu wilayah seharusnya dapat mendorong perkembangan kawasan tersebut, membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menciptakan kesempatan berusaha. Selain itu, industri ini juga diharapkan dapat meningkatkan kapasitas ekonomi daerah yang terkait (Wahyudin, 2020). Salah satu indikator keberhasilan penambangan, terletak pada kualitas kinerja masyarakat lokal. Peningkatan kualitas manusia tidak akan terwujud tanpa adanya jaminan hidup yang pasti, serta peningkatan kualitas tenaga kerja yang harus diimbangi dengan perlindungan sesuai dengan harkat martabat manusia. Saat ini, persaingan di dunia kerja menjadi tantangan yang signifikan, terutama dalam upaya mengurangi angka pengangguran didaerah (Susmiyati & Susanti, 2019). Kontribusi perusahaan terhadap pendapatan dan

penyerapan tenaga kerja dimasyarakat lokal dalam sektor pertambangan akan menggali pengaruh keberadaan perusahaan tambang di sekitar masyarakat. Hal ini akan ditinjau dari sumbangsih perusahaan terhadap sektor perekonomian dan sosial yang ada disekitarnya (Sukarno, 2017).

Peran tenaga kerja lokal sebagai salah satu faktor produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan nasional. Kualitas tenaga kerja lokal menjadi faktor yang lebih penting dibandingkan dengan kuantitasnya. Jika kualitas tenaga kerja lokal meningkat maka produksi juga akan mengalami peningkatan. Oleh karena itu, perencanaan tenaga kerja lokal sangat penting untuk mendukung pembangunan sosial. Masyarakat lokal berhak mendapatkan akses kesempatan kerja yang layak sesuai dengan kemampuan mereka, mereka juga dapat bersaing dengan masyarakat luar untuk mempertahankan posisi mereka dalam dunia kerja, sehingga angka pengangguran berkurang. Penurunan tingkat pengangguran ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengangguran kemiskinan secara bertahap dalam masyarakat lokal (Sagala & Nababan, 2025).

Dengan demikian, pentingnya komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT Tata Bara Utama tidak dapat diabaikan. Diperlukan sinergi antara perusahaan dan masyarakat untuk menciptakan kondisi yang saling menguntungkan. Melalui program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang efektif, diharapkan dapat terjalin hubungan harmonis, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, serta meminimalkan dampak negatif dari industri pertambangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola komunikasi yang efektif dan

strategi pemberdayaan yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan bersama dalam pembangun berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah bagaimana komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal yang diterapkan oleh PT Tata Bara Utama berkontribusi dalam dukungan masyarakat terhadap kegiatan operasional tambang batu bara?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional di PT Tata Bara Utama.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

a.) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemampuan penulis dengan mengetahui kajian-kajian teori yang menyangkut dengan komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT Tata Bara Utama

b.) Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah penelitian dibidang komunikasi, khususnya tentang komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT Tata Bara Utama. Disamping itu juga dapat menjadi salah satu rujukan akademis bagi peneliti lain maupun penelitian lanjutan

yang meneliti tentang komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT Tata Bara Utama Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sekaligus memberikan informasi terbaru tentang komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT Tata Bara Utama.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisi tentnag uraian teori-teori, yang terdiri dari komunikasi, strategi komunikasi, *Public Relations* (PR), *Corpo*rate *Social Responsibility* (CSR), strategi omunikasi CSR, dan citra perusahaan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang uraian kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi dari satu pihak (komunikator) kepada pihak lain (komunikan), baik secara verbal (lisan atau tulisan) maupun nonverbal (bahasa tubuh, simbol, dll.), dengan tujuan tertentu. Para ahli telah memberikan beragam definisi untuk menjelaskan arti komunikasi dengan sudut pandang yang berbeda. Berikut ini adalah dua definisi komunikasi yang diungkapkan oleh beberapa pakar. Menurut Harold lasswell, seorang ilmuwan politik dan komunikasi, merumuskan model komunikasi yang sederhana namun berpengaruh, yang dikenal dengan formula "*who says what in wich channel to whom with what effect*" (siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa). Model ini menekan kan pada lima unsur penting dalam komunikasi: komunikator (siapa yang menyampaikan pesan), pesan (apa yang disampaikan), saluran/media (bagaimana pesan disampaikan), komunikan (siapa menerima pesan), dan efek (dampak atau hasil komunikasi). Teori lasswell membantu menganalisis proses komunikasi secara sistematis dan mengidentifikasi potensi masalah di setiap tahapannya (Kustiawan et al., 2022).

Ada juga defenisi dari forsdale yang mengatakan "*communication is the process by which a system is established maintained. And altered by mean of shared signals that operate according to rules*". Komunikasi adalah suatu proses memberikan sinyal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Dari kedua definisi diatas, dapat disimpulkan

bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah proses. Namun, mengenai jenis proses yang dimaksud, masih terdapat perbedaan pandangan. Beberapa orang berpendapat bahwa komunikasi adalah proses pengiriman stimulus, sementara yang lain menganggapnya sebagai pemberian sinyal. Ada juga yang berfokus pada pengiriman informasi dan simbol (Pohan, 2019).

a. Ciri-ciri komunikasi

Komunikasi memilik beberapa ciri khas yang membedakannya dari sekadar pertukaran informasi. (1) komunikasi melibatkan simbol, baik verbal maupun nonverbal, yang mewakili makna tertentu. (2) komunikasi merupakan proses yang dinamis dan berkelanjutan, bukan peristiwa sekali jadi. (3) komunikasi bersifat transaksional, dimana komunikator dan komunikan saling memengaruhi. (4) komunikasi memiliki dimensi isi (apa yang dikatakan) dan dimensi hubungan (bagaimana cara mengatakannya dan bagaimana hubungan antar pihak). (5) komunikasi berlangsung dalam konteks tertentu yang memengaruhi interpretasi pesan. (6) komunikasi bersifat irreversible atau tidak dapat ditarik kembali, sekali pesan terkirim, ia akan meninggalkan kesan. (7) Komunikasi bersifat kompleks, karena melibatkan berbagai faktor seperti persepsi, budaya, dan emosi. Dan juga ciriciri komunikasi yang efektif meliputi kemampuan pesan yang disampaikan untuk dipahami dengan baik. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa pembelajaran yang efektif berakar pada komunikasi yang efektif (Inah, 2015).

b. Manfaat dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki beragam manfaat dan tujuan yang penting dalam kehidupan individu, organisasi, dan masyarakat. Secara umum, komunikasi

bertujuan untuk: (1) menyampaikan informasi, berbagi pengetahuan, dan memberikan pemahaman. (2) membujuk atau memengaruhi sikap dan perilaku orang lain. (3) membangun dan memelihara hubungan sosial. (4) menyelesaikan konflik dan mencapai kesepakatan. (5) mengekspresikan emosi dan perasaan. (6) menghibur. Memanfaatkan komunikasi antara lain meningkatkan afisiensi kerja, memperkuat kerja sama tim, membangun cita positif, meningkatkan partisipasi publik, dan memfasilitasi perubahan sosial.

Dalam konteks organisasi, komunikasi yang efektif meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kepuasan kerja. Dalam konteks sosial, komunikasi yang baik dapat mempererat hubungan antar individu dan kelompok, serta mempromosikan perdamaian dan toleransi. Artinya dengan cara-cara yang semakin mendekatkan kita dengan lawan komunikasi kita dan menjadikan komunikasi kita itu semakin tumbuh dan berkembang. Kemampuan ini sangat penting untuk mengembangkan dan menjaga kelangsungan komunikasinya (Triningtyas Ariswanti Diana, 2016).

2.2 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam berbagai aspek kahidupan. Proses ini berfokus dalam penguatan kemampuan individu dan kelompok mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan secara kolektif untuk mencapai perubahan yang di inginkan. Menurut jim Ife pemberdayaan masyarakat adalah kapasitas pelaku masyarakat sehingga mampu mengorganisir dan menentukan sendiri upaya-upaya

yang diperlukan dalam memperbaiki kehidupan usaha mereka. Pemberdayaan masyarakat dikelompokkan dalam empat golongan, yaitu peran fasilitatif, peran edukasi, peran representasional dan peran teknis (Baturangka et al., 2019).

Pemberdayaan bukan hanya memberikan bantuan atau fasilitas, tetapi lebih menekankan pada penumbuhan kesadaran, motivasi, dan kemampuan internal masyarakat agar mereka mampu mengelola potensi dan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam pembangunan dan peningkatan kualitas hidup mereka sendiri. Lebih lanjut, pemberdayaan masyarakat melibatkan serangkaian kegiatan yang terencana dan sistematis, meliputi penguatan kapasitas individu (seperti pengetahuan, keterampilan, dan sikap), pengorganisasian masyarakat (pembentukan kelompok atau lembaga yang solid), pengembangan jaringan kerjasama (dengan pihak lain yang relevan), dan advokasi kebijakan (untuk menciptakan lingkungan yang mendukung). Maka dari itu pemberdayaan masyarakat sebuah solusi dalam gerakan sosial dibidang yang dapat berkontribusi pada peningkatan perekonomian sosial (Tanjung et al., 2021).

a. Prinsip-prinsip Pemberdayaan masyarakat

Pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam mengatasi berbagai permasalahan yang di hadapi. Agar proses pemberdayaan berjalan efektif dan berkelanjutan, diperlukan prinsip-prinsip yang menjadi landasan pelaksanaannya. Beberapa prinsip utama yang sering diacu antara lain, kesetaraan, partisipasi, keswadayaan/kemandirian dan keberlanjutan. Prinsip kesetaraan menekankan

adanya kedudukan yang sama antara masyarakat dengan pihak yang memfasilitasi pemberdayaan, menghilangkan hierarki dan membangun relasi yang setara dengan kata lain memberdayakan masyarakat merupakan memampukan dan memandirikan masyarakat (Sururi, 2017).

b. Pemberdayaan Masyarakt dalam Konteks Pertambangan

Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi. Agar proses pemberdayaan berjalan efektif dan berkelanjutan, diperlukan prinsip-prinsip yang menjadi landasan pelaksanaannya, adapun prinsip utama yang sering diacu antara lain kesetaraan, partisipasi, kemandirian, dan keberlanjutan. Pinsip kesetaraan menekankan adanya kedudukan yang sama antara masyarakat dengan pihak yang memfasilitasi pemberdayaan, menghilangkan hierarki dan membangun relasi yang setara, partisipasi memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program (Abubakar et al., 2024).

Pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan tambang masih dilihat sebagai suatu bagian yang terpisah dari seluruh proses kegiatan pertambangan. Kemandirian mendorong pemanfaatan sumber daya dan potensi yang dimiliki masyarakat secara optimal, meminimalisir ketergantungan pada pihak luar dan berlanjut memastikan bahwa program pemberdayaan tidak hanya bersifat sementara tetapi mampu memberikan dampak jangka panjang dan berkelanjutan bagi masyarakat. Selain prinsip prinsip inti tersebut, terdapat pula prinsip lain yang memperkuat efektifitas pemberdayaan. Prinsip pemberdayaan

penting untuk menumbuhkan pemahaman masyarakat akan potensi, masalah, tujuan yang ingin dicapai, selain itu pelatihan dan pengorganisasian diperlukan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya dan melaksanakan kegiatan secara efektif (Astuti et al., 2019). Meskipun demikian yang diharapkan, tetap saja sebagian besar penduduk sekitar wilayah pertambangan masih terkena dampak dari pertambangan batu bara.

Penting juga untuk memperhatikan konteks sosial dan budaya masyarakat dalam penerapan prinsip-prinsip pemberdayaan. Prinsip keragaman budaya menekankan pentingnya menghormati dan mengakomodasi nilai-nilai, norma, dan adat istiadat yang berlaku dimasyarakat. Prinsip kesukarelaan memastikan bahwa partisipasi masyarakat dalam program pemberdayaan di dasari oleh kesadaran dan motivasi pribadi, bukan paksaan. Selain itu menerapkan prinsipprinsip ini secara komprehensif, diharapkan proses pemberdayaan masyarakat dapat berjalan efektif, berkelanjutan, dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi kesejahteraan dan kemandirian masyarakat (Rahayu & Yetniwati, 2021).

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan konsep yang penting dalam dunia bisnis modern, dimana perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah menjadi konsep yang semakin penting dalam dunia bisnis modern. Secara teoritis, CSR mencerminkan komitmen perusahaan untuk tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi

juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Konsep ini melibatkan berbagi dimensi, termasuk etika bisnis, keberlanjutan, dan dampak sosial. Perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif berupaya untuk mengintegrasikan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam setiap aspek kegiatan bisnis mereka.

Sejak diperkenalkan, CSR telah berkembang menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang mencakup berbagi dimensi, seperti kedermawanan, kepedulian terhadap lingkungan, dan hubungan yang baik dengan semua pemangku kepentingan *(stakeholder*).

Implementasi CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri. Melalui program-program CSR yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasi merek di mata publik, serta membangun kepercayaan dengan konsumen dan komunitas. Selain itu, CSR juga dapat berfungsi sebagai alat untuk mengurangi risiko hukum dan sosial yang mungkin dihadapi perusahaan dalam operasional mereka. Dengan demikian, CSR bukan hanya sekedar kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

Manfaat *corpotrate social responsibility* bagi perusahaan diantara:

a. Meningkatkan reputasi.
b. Meningkatkan antar perusahaan.
c. Memperkuat “brand” perusahaan
d. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan.
e. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya.

f. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan.

g. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan.

h. Meningkatkan harga saham

BAB III
METODE PENELITIAN

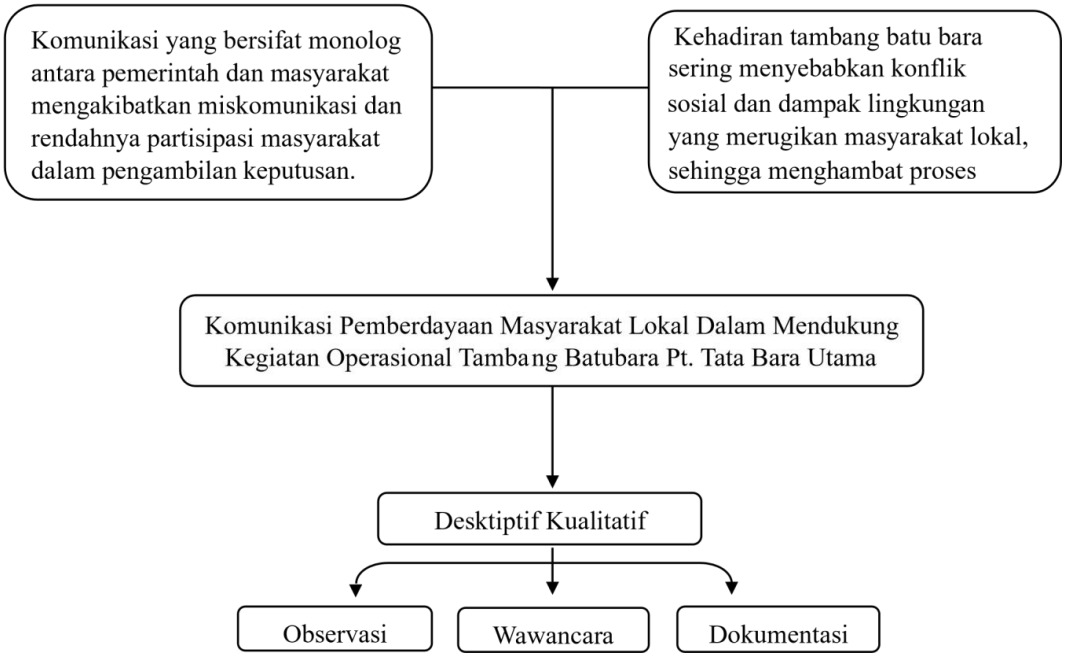
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yakni suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu priode tertentu. Penelitian ini berfokus pada pemahaman makna dan konteks dari data tersebut, bukan pada pengukuran atau pengujian hipotesis secara statistik. Prosesnya melibatkan pengumpulan data melalui berbagai teknik seperti wawancara mendalam, observasi, studi dokumen, dan diskusi kelompok terfokus (FGD), yang kemudian dianalisis secara interpretatif untuk menghasilkan deskripsi yang kaya dan detail mengenai fenomena yang diteliti. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang dilengkapi dengan kutipan-kutipan data untuk memperkuat temuan, dengan tujuan utama untuk memahami "bagaimana" dan "mengapa" suatu fenomena terjadi dalam konteksnya (Masrifah Cahyani, 2020).

3.2 Kerangka Konsep

Adapun beberapa konsep yang perlu didefinisikan pada penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

a. Komunikasi Definisikan sebagai proses penyampaian pesan dari suatu pihak ke pihak lain, baik secara verbal maupun non verbal dengan tujuan untuk berbagi informasi, ide, gagasan, atau perasaan, sehingga tercipta pemahaman bersama.

b. Dalam konteks penelitian merujuk pada proses interaksi dan pertukaran informasi antara perusahaan tambang dengan masyarakat lokal disekitar area operasional tambang.

c. Pemberdayaan masyarakat lokal merupakan proses memberi kekuatan, kemampuan, dan akses kepada masyarakat untuk mengendalikan kehidupan mereka sendiri, meningkatkan kesejahteraan, dan berpartisipasi aktif dalam pembangunan.

d. Dalam konteks penelitian Pemberdayaan masyarakat lokal dalam penelitian ini merujuk pada upaya perusahaan tambang untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat disekitar operasional tambang melalui berbagai program dan kegiatan.

e. Kegiatan operaional tambang dalam penelitian ini menjadi onteks di mana komunikasi dan pemberdayaan masyarakat terjadi. Penelitian akan mempertimbangkan dampak operasional tambang terhadap masyarakat dan bagaimana komunikasi dapat meminimalkan dampak negatif serta memaksimalkan manfaat positif.

f. Dukungan masyarakat lokal merupakan indikator keberhasilan komunikasi dan pemberdayaan. Dukungan ini dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti partisipasi aktif, penerimaan terhadap operasional tambang, dan minimnya konflik.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategoriasi Penelitian

No	Kategoriasi	Indikator
1.	Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Mendukung Kegiatan Operasional Tambang Batubara PT Tata Bara Utama	a. Komunikator b. Pesan c. Saluran d. Audiens e. dampak

Sumber: Hasil Olahan, 2025

3.5 Narasumber

Narasumber adalah individu yang berperan sebagai subjek dalam penelitian sebagai pemberi informasi terkait fenomena atau permasalahan yang sedang diteliti. Narasumber menjadi salah satu sumber utama yang memberikan informasi atau fenomena lengkap mengenai isu yang diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian, narasumber umumnya dipilih untuk memberikan data atau wawasan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Firdaus et al., 2023). Pemilihan narasumber biasanya dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, sebagai berikut:

1. Departemen Head HRGA PT Tata Bara Utama, terdiri dari 1 orang
2. Staff General Affair PT Tata Bara Utama, terdiri dari 1 orang
3. Pekerja dari pemberdayaan masyarakat lokal, terdiri dari 2 orang

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mengutamakan tiga cara, yaitu:

A. Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung kepada objek-objek dalam lingkungan, baik yang sedang terjadi maupun yang masih dalam tahap berlangsung, dengan cara melibatkan berbagai kegiatan dan pengamatan. Dalam konteks ini, peneliti mendalami dan mengamati isu-isu yang ada dilapangan yang erat kaitan nya dengan objek yang di teliti, alasan peneliti menggunakan metode observasi karena dapat mengamati secara jelas, teliti dan mencatat kejadian yang sebenarnya terjadi berkaitan kuat dengan objek penelitian tentang. Komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT

Tata Bara Utama

B. Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang dilakukan secara terstruktur dan terorganisasi antara peneliti sebagai pewawancara (interview) dan beberapa individu sebagai responden atau pihak yang diwawancarai. Tujuan nya untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian (Trivaika & Senubekti, 2022).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur. Maksudnya adalah peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh, oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah

menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

C. Dokumentasi dan Kepustakaan

Dokumentasi adalah metode pencarian dan menyatukan data yang diperlukan melalui sumber-sumber yang sudah ada. Data dalam bentuk tulisan maupun gambar yang diperoleh kemudian disusun dalam bentuk penjelasan yang lengkap dan terperinci. Merangkum atau memilih infornasi yang utama, fokus pada hal-hal penting, serta mencari tema dan pola yang muncul. Dengan demikian, data yang telah dirangkum akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data.

Penelitian dilakukan oleh penulis dengan mengumpulkan data, membaca dan mengolah bahan penelitian yang berasal dari buku dan jurnal. Metode studi pustaka ini bertujuan untuk mengaitkan serta menyampaikan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dibahas (Apriyanti et al., 2019).

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk memperoleh hasil atau berbentuk dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Menurut sugiyono analisis data merupakan mengidentifikasi dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat membedakan mana yang penting dan mana yang dipelajari dan mengambil kesimpulan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data selama proses berlangsung. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dan informan dan dapat di informasikan ke orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Miles dan Huberman yang menyatakan bahwa, aktivitas dalam analisis dala kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data model Miles dan Huberman:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan yang tidak terpisahkan dari analisis data. Peneliti memilih data mana akan diberi kode, mana yang diatarik keluar, dan pola rangkuman sejumlah potongan atau apa pengembangan ceritanya merupakan pilihan analitis, reduksi data merupakan suatu bentuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam suatu cara, diamana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data "mentah" yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yan penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan

2. Data Display

Kegiatan utama kedua dalam tata alir kegiatan analisis data adalah display data. Display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah

data direduksi, maka langkah selanjutnya menganalisis data adalah model reduksi. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Kesimpulan/Verifikasi

Kegiatan utama ketiga dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan/verifikasi. Sejak awal peneliti harus mengambil inisiatif, bukan membiarkan data menjadi rongsokan yang tidak bermakna. Reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi harus dimulai sejak awal, inisiatif berada ditangan peneliti, tahap demi tahap kesimpulan sudah dimulai sejak awal. Ini berarti apabila proses sudah benar data yang dianalisis telah memenuhi standar kelayakan dan konformitas, maka kesimpulan awal yang diambil akan dipercayai.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT Tata Bara Utama, yang berlokasi di Blang Murong, Kuta Aceh, Kabupaten Nagan Raya, Aceh 23671. Pemilihan lokasi ini didasrkan pada fokus penelitian yang mengkaji tentang komunikasi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan oleh perusahaan tersebut. Waktu yang dibutuhkan pada penelitian ini mulai dari Januari sampai dengan April 2025.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

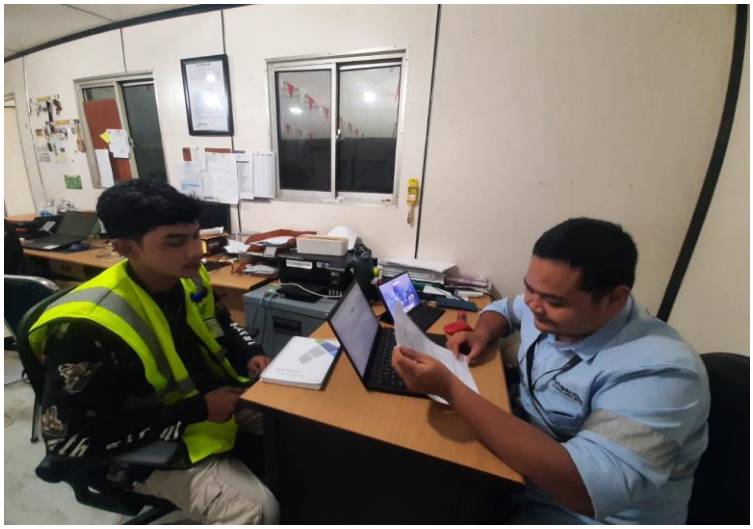
4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data Narasumber

Data dari hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Pada bagian tahap wawancara ini dilakukan dengan 4 narasumber yaitu Head HRGA PT Tata Bara Utama, Blang Murong, Kuta Aceh, Kabupaten Nagan Raya.

Narasumber yang pertama bernama Heri Fahrizal yang merupakan *Head HRGA* PT Tata Bara Utama, Laki-laki berusia 31 tahun, yang sudah lama bekerja selama 6 tahun

Gambar 4.1 Narasumber Heri Fahrizal



Narasumber kedua bernama hafidz alfarizi yang merupakan *Staff General Affair* PT Tata Bara Utama, laki-laki berusia 32 tahun, yang sudah lama bekerja selama 3 tahun

Gambar 4.2 Narasumber Hafidz Alfarizi

Narasumber yang ketiga bernama Rahmat Efendi yang merupakan pekerja pemberdayaan masyarakat PT Tata Bara Utama, laki laki berusia 29 tahun yang sudah lama bekerja selama 3 bulan

Gambar 4.3 Narasumber Rahmat Efendi

Narasumber yang keempat bernama Sayuti yang merupakan pekerja pemberdayaan masyarakat lokal PT Tata Bara Utama, laki laki berusia 24 tahun yang sudah lama bekerja selama 4 bulan

Gambar 4.4 Narasumber Sayuti

4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah Proses wawancara yang dilakukan melalui sesi tanya jawab secara langsung, dimana satu pewawancara bertemu dengan satu responden. Untuk proses wawancara tersebut, peneliti telah membuatkan daftar pertanyaan-pertanyaan untuk masing-masing narasumber. Peneliti menanyakan kepada Head HRGA, Staff General Affair dan dua orang pekerja yang berpartisipasi dalam program pemberdayaan masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, narasumber diminta untuk memberikan tanggapan terkait pertanyaan yang sudah di buat oleh peneliti yang berkaitan dengan program pemberdayaan masyarakat lokal dalam menunjang kegiatan operasional PT Tata Bara Utama.

Dari Narasumber pertama yang berprofesi sebagai Head HRGA PT Tata Bara Utama, mengatakan bahwa PT Tata Bara Utama sebagai kontraktor pertambangan memiliki kewajiban untuk melaporkan dan bekerja sama dengan PT Bara Energi Lestari dalam menyampaikan informasi terkait program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di area konsesi pertambangan dengan melibatkan tim eksternal relations dari PT Bara Energi Lestari dan didampingi oleh perwakilan dari PT Tata Bara Utama. Pelaporan tersebut bertujuan untuk menyampaikan maksud dan tujuan PT Tata Bara Utama melaksanakan program pemberdayaan masyarakat dengan harapan dapat bersinergi dengan tujuan dalam kewajiban Corporate Social Responsibility dari PT Bara Energi Lestari selaku pemilik konsesi pertambanan kepada Masyarakat lingkar tambang.

Penyampaian informasi lalu dilanjutkan oleh perwakilan PT Tata Bara Utama dengan didampingi oleh bagian eksternal relations PT Bara Energi Lestari kepada masyarakat melalui kepala desa (keuchik) dari masing-masing desa (Gampong) yang ada di sekitar area konsesi pertambangan.

> "PT Tata Bara Utama menjalin kerja sama dengan PT Bara Energi Lestari (BEL) dalam program pemberdayaan masyarakat, dalam proses penyampaian informasi, perwakilan PT Tata Bara Utama adalah pak Hafidz yang berperan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan didampingi oleh tim eksternal relations dari PT Bara Energi Lestari" (Heri Fahrizal)

> "program pemberdayaan ini diharapkan selaras dengan tujuan dari CSR dari PT BEL untuk mengurangi tingkat pengangguran di sekitar lokasi tambang. Jadi biasanya kami mengukurnya menyesuaikan dengan kebutuhan tenaga kerja yang dapat diisi oleh masyarakat. Contohnya, cleaning service atau laundry, dan itu akan kami sampaikan kepada tim eksternal, tim eksternal dan perwakilan dari kami menyampaikan ke kepala desa sesuai dengan kualifikasi yang kami berikan" (Heri Fahrizal)

Program pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan tujuan yang selaras dengan program CSR dari PT Bara Energi Lestari , yaitu berupaya untuk mengurangi tingkat pengangguran disekitar lokasi tambang. Proses identifikasi kebutuhan tenaga kerja dilakukan dengan mempertimbangkan kualifikasi yang diperlukan untuk berbagai posisi, seperti *cleaning service* dan *laundry.* Informasi mengenai kualifikasi tersebut disampaikan kepada tim eksternal, yang selanjutnya menyebarkan informasi kepada masyarakat melalui keuchik/kepala desa setempat.

> "kalau komunikasi itu, karena kami berada di wilayah Aceh terutama Nagan Raya dan disini mayoritasnya menggunakan bahasa daerah. Jadi dari pihak kami akan mengutuskan orang yang juga bisa menggunakan bahasa lokal. Agar apa yang disampaikan ataupun apa yang di inginkan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar itu tersampaikan dengan seutuhnya, karena dari yang kami lihat di Nagan Raya ini memang untuk

> penggunaan bahasa indonesia itu masih sangat minim, jadi mereka banyak menggunakan bahasa lokal. Jadi kami mengutuskan karyawan yang bisa berbahasa lokal untuk menterjemahkan apa yang di inginkan perusahaan" (Heri Fahrizal)

Untuk mengantisipasi terjadinya perbedaan pengertian dan atau kesalahfahaman terhadap informasi yang disampaikan, penggunaan bahasa daerah menjadi opsi penting dalam penyebaran informasi di daerah Nagan Raya. Untuk itu PT Tata Bara Utama menunjuk dan memilih perwakilan mereka sebagai komunikator, harus dapat menguasai bahasa daerah dengan baik. Langkah ini diambil agar pesan pesan perusahaan dapat diterima dan dipahami sepenuhnya oleh masyarakat setempat. Selain itu PT Tata Bara utama juga aktif berpartisipasi dalam kegiatan budaya lokal seperti acara *meugang, maulid* dan kegiatan kearifan lokal lainnya sebagai upaya untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat. Usaha ini sejalan dengan praktik pemberdayaan masyarakat yang diterapkan oleh perusahaan tambang lainnya, yang menekankan pentingnya adaptasi budaya dalam komunikasi perusahaan.

> "Dalam program pemberdayaan masyarakat ini, penyampaian informasi banyak kita lakukan secara tatap muka langsung. Karena di desa ini jika melakukan interaksi tatap muka mereka itu merasa lebih dihargai atau dihormati. Jadi karena mereka sangat erat dengan namanya bersilaturahmi langsung, maka kami lebih sering melakukan komunikasi tatap muka dua arah secara langsung" (Heri Fahrizal)
>
> "Jika dilihat dari kefektifannya dengan bertatap muka lebih efektif daripada berkomunikasi melalui media-media lainnya, mereka itu lebih senang apabila informasi itu bertatap langsung untuk komunikasi hal yang dibutuhkan oleh perusahaan" (Heri Fahrizal)

Komunikasi utama dilaksanakan secara tatap muka, sejalan dengan budaya masyarakat Aceh yang sangat menghargai silaturahmi dan interaksi antar

manusia. Meskipun ada media lain seperti media sosial dan brosur yang digunakan, namun efektivitasnya cenderung terbatas karena informasi dan pesan sering sulit dipahami dan diterima dengan baik oleh sebagian besar masyarakat, sehingga masyarakat lebih memilih komunikasi dilakukan secara tatap muka dengan pihak perusahaan.

> “Jadi perusahaan sebelumnya sudah mengidentifikasi terlebih dulu kebutuhan dari masyarakat desa, dimana harapan dari mereka yang terbesar adalah bagaimana mendapatkan peluang kerja di perusahaan yang ada di sekitar wilayah desa mereka. Untuk itu perusahaan melakukan identifikasi di internal perusahaan peluang apa yang dapat diberikan melalui program pemberdayaan masyarakat ini. Maka disusun rencana kerja dan anggaran biaya dari perusahaann, sehingga dapat diketahui berapa banyak kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkann berapa lama pekerjaan tersebut akan dilakukan, serta kualifikasi umum apa yang harus terpenuhi yang meliputi jenis kelamin, rentang usia, serta persyaratan kesehatan.” (Heri Fahrizal)

> “ setelah rencana dan anggaran biaya di setujui oleh manajemen perusahaan, baru informasi terkait dengan program pemberdayaan masyarakat ini disampaikan kepada masing-masing kepala desa (keuchik). Informasi diberikan secara detil mengenai kebutuhan tenaga kerja, jenis kegiatan pekerjaan, jam kerja, hingga uang saku atau honor yang diberikan kepada masyarakat” (Heri Fahrizal)

> “Kalau saat ini kita itu karena sifatnya Tata Bara Utama ini kontraktor ya, jadi kita itu hanya ikut programnya dari PT BEL sebagai pemilik IUP. Jadi, kalau untuk mengomunikasikan secara menyeluruh kita tidak sampai ke bagian limit bawah. Kita hanya komunikasi itu hanya sampai di batas kepala desa. Tetapi segala program yang disusun oleh PT BEL selaku IUP itu Tata Bara Utama akan selalu ikut berpartisipasi di dalamnya” (Heri Fahrizal)

Sebelum menyusun strategi komunikasi, PT Tata Bara Utama terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan dan harapan masyarakat melalui koordinasi dengan kepala desa dan tim eksternal PT BEL. Informasi mengenai kualifikasi

tenaga kerja yang dibutuhkan disampaikan kepada kepala desa, yang selanjutnya menyebarkan kepada masyarakat. Selain itu perusahaan juga mempertimbangkan anggaran yang tersedia dalam merancang program pemberdayaan, sehingga jumlah tenaga kerja yang direkrut dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial perusahaan

> "mengukur keberhasilannya itu ya seperti yang saya sampaikan tadi bahwasanya kalau apa yang kita inginkan itu sesuai dengan kualifikasi yang kita butuhkan. terus juga secara attitude dan etikanya juga kan nanti itu akan dinilai oleh usernya masing-masing, karena pemberdayaan ini kan bukan hanya nanti di departemen HRD. Memang selaku komunikasi keluar, itu dari HRD, tetapi kan nanti akan dititipkan ke departemen-departemen lain. secara attitude dan lain-lain itu juga tiap bulannya akan kita sampaikan. Dan juga tenaga pemberdayaan ini kan kita lakukan kontrak ya selama tiga bulan sekali. itu juga apapun informasi yang didapat dari usernya misalnya secara attitude absensinya juga bermasalah itu akan kita sampaikan. kalau dia attitude dan absensinya bermasalah itu biasanya akan kita minta penggantian dari kepala desanya. Tetapi jika itu dinyatakan masih dalam batas wajar, itu akan kita lanjut, seperti itu. Tapi batasnya itu rata-rata untuk pemberdayaan itu dua tahun. Karena tidak boleh lebih dari dua tahun. Karena kan pemberdayaan ini dihitung tenaga harian. Tenaga harian itu kan tidak boleh dilakukan untuk pekerjaan yang rutin.jadi harus ada replacement orang" (Heri Fahrizal)

Untuk mengukur keberhasilan komunikasi dalam program pemberdayaan, PT Tata Bara Utama menerapkan beberapa indikator. Salah satunya adalah kesesuaian antara kualifikasi yang dibutuhkan dengan kandidat yang direkrut. Selain itu PT Tata Bara Utama juga melakukan evaluasi terhadap sikap dan etika kerja tenaga kerja dari program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan. Evaluasi ini dilakukan setiap bulan. Apabila ditemukan masalah, seperti absensi atau sikap kerja yang tidak memuaskan, perusahaan akan berkoordinasi dengan

kepala desa untuk mencari solusi, termasuk pertimbangan mengenai penggantian orang.

> “indikatornya keberhasilannya yaitu. Apa yang perusahaan harapkan itu sesuai dengan yang diberikan oleh kepala desa. Contohnya, kita memang kebutuhannya tenaga laundry memang yang spesifikasi punya keahlian di sana, atau carpenter, tukang-tukang itu kan juga kita pakai tenaga pemberdayaan. apa yang kita minta sesuai dengan skillnya seperti itu kita rasa udah cukup untuk indikatornya. Apalagi pemberdayaan ini sebenarnya di Tata Bara Utama sendiri hanya sebagai program untuk salah satu CSR bahwasanya kita untuk mengurangi angka pengangguran di masyarakat di daerah sekitar. Yang kedua juga dapat berpartisipasi aktif kepada masyarakat bahwasanya kita itu dalam pemberdayaan ini kita juga memberikan peluang untuk teman-teman itu mendapatkan fasilitas ataupun Pendapatan yang dimana bisa menghidupi keluarganya” (Heri Fahrizal)

Indikator utama untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dalam hal pemahaman dan pasrtisipasi masyarakat meliputi kesesuaian antara kebutuhan perusahaan dan kualifikasi tenaga kerja yang disediakan dari pihak desa (Gampong), serta keterlibatan aktif masyarakat dalam program pemberdayaan. Perusahaan berpendapat bahwasannya komunikasi dianggap efektif apabila kualifikasi yang dibutuhkan sejalan dengan kandidat yang direkrut, dan masyarakat berpartisipasi secara aktif dalam program-program tersebut.

Narasumber kedua, yang merupakan Staff General Affair PT Tata Bara Utama menyatakan :

> “biasanya kita selalu melakukan koordinasi kepada pihak owner terlebih dahulu. Kita berkomunikasi melalui email. Setelah itu baru kita berkomunikasi melalui WhatsApp dan kita tentukan untuk dapat meeting, menetukan bagaimana strategi menyampaikan informasinya. Setelah itu, baru kita menjalankan rencananya itu ke pihak desa-desa terkait yang

> seperti kepala desa. Kepala desanya itu yang bertanggung jawab nanti untuk meneruskan informasi ke para warganya" (Hafidz Alfarizi)

Proses koordinasi dimulai dengan komunikasi antara pihak PT Tata Bara Utama selaku kontraktor dengan PT Bara Energi Lestari selaku pemilik konsesi pertambangan melalui email dan WhatsApp. Setelah itu, diadakan pertemuan tatap muka untuk mengatur strategi dan menentukan rencana implementasi yang akan dijalankan. Komunikasi digital, seperti email dan WhatsApp, digunakan sebagai sarana untuk menyusun strategi awal, sedangkan pertemuan langsung lebih difokuskan pada penerapan dan implementasi di tingkat desa. Hal ini mencerminkan adanya pemisahan antara perencanaan strategis yang bersifat formal dan implementasi yang bersentuhan langsung dengan masyarakat

> "Kalau secara pelatihan khusus kita belum ada. Karena memang kontraktor itu dia fokusnya pada usaha jasa pertambangan. Di mana-mana yang namanya perusahaan itu pasti yang mengurusi CSR dan *external relationship* itu ownernya, karena kita bekerja di dalam wilayah izin mereka. Namun, kita hanya bisa meneruskan informasi yang kita temukan ke pihak owner untuk dapat ditindaklanjuti sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang ada pada mereka, sehingga kita berkoordinasi dan menjalankan strateginya itu berdasarkan arahan dari mereka" (Hafidz Alfarizi)

Pihak PT Tata Bara Utama selaku kontraktor cenderung lebih memusatkan perhatian pada pekerjaan inti yang berkaitan dengan layanan jasa pertambangan, sementara tanggung jawab terkait program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi tanggung jawab PT Bara Energi Lestari selaku pemilik wilayah konsesi pertambangan. Situasi ini menunjukkan bahwa komunikasi dengan masyarakat bukanlah prioritas utama dalam struktur kerja mereka, yang

mengakibatkan tidak adanya pengembangan keterampilan khusus dibidang komunikasi eksternal dan media digital yang mungkin dibutuhkan.

> “biasanya kita agar mudah dipahami kita lebih menggunakan bahasa daerah. karena habitnya di sini itu untuk bisa memahami bahasa Indonesia itu banyak yang masih belum merata, terkadang ada yang mereka tidak pahami. Namun lebih efektif menurut saya itu apapun medianya kita menggunakan bahasa daerah” (Hafidz Alfarizi)

Untuk memastikan pesan dapat dipahami dengan baik, pihak yang diwawancarai memanfaatkan bahasa daerah. Mengingat bahwa pemahaman terhadap bahasa indonesia belum merata di kalangan masyarakat disekitar tambang, langkah ini menjadi sangat strategis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan PT Tata Bara Utama berupaya untuk menjangkau lebih banyak orang dengan mempertimbangkan keberagaman tingkat pendidikan dan literasi di masyarakat setempat.

> “Pesan utama yang perlu kita sampaikan adalah bahwa program ini dapat membangun dan menyerap tenaga kerja pemuda-pemuda desa yang yang lumayan banyak populasinya. Sehingga dapat meningkatkan skill dan kemampuan mereka terhadap pekerjaan-pekerjaan pemberdayaan yang terlaksana” (Hafidz Alfarizi)

Penekanan pada pengembangan keterampilan kerja ini sangat penting mengingat tantangan ketenagakerjaan yang sering dihadapi di daerah pedesaan. Dengan meningkatkan keterampilan, masyarakat dapat membuka akses ke lebih banyak peluang kerja, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada perbaikan perekonomian lokal.

> “Ya kalau menurut saya yang lebih bagus dalam membangun keterlibatan dan hubungan sosial itu di masyarakat kita memang harus secara tatap muka. Karena memang budayanya di sini itu memang lebih baik harusnya tatap muka. Setelah kita tatap muka baru kita sosialisasikan kembali

> melalui aplikasi WhatsApp, sehingga pemahaman mereka lebih, lebih maksimal" (Hafidz Alfarizi)

Pertemuan tatap muka yang dilakukan oleh PT Tata Bara Utama kepada masyrakat tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat hubungan sosial, menunjukkan empati, dan mengekspresikan komitmen terhadap masyarakat. Dalam berbagai masyarakat tradisional, interaksi langsung tetap sangat penting untuk membangun kepercayaan dan memahami dinamika sosial yang berlaku. Walaupun media digital seperti WhatsApp digunakan, melalui wawancara ini terungkap bahwa pada budaya lokal, komunikasi tatap muka lebih dihargai dan terbukti lebih efektif dalam membangun koneksi sosial dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

> "biasanya kalau saluran komunikasi kita hanya menggunakan media WhatsApp atau secara personal melalui telepon. Itu saat ini yang masih kita gunakan" (Hafidz Alfarizi)

Saluran komunikasi yang digunakan, seperti WhatsApp dan telepon pribadi, menandakan adanya ketergantungan pada alat yang sudah cukup familiar dan mudah diakses oleh banyak orang. Penggunaan telepon pribadi juga mencerminkan pendekatan komunikasi yang lebih personal dan terbuka. Hal ini berpotensi meningkatkan kepercayaan antara pihak penyampaian pesan dan masyarakat penerima informasi

> "Mengenali kebutuhannya itu kita memang harus lebih rutin saling bersosialisasi. Dalam arti kata kita bersama pihak owner itu dalam satu bulan sekali ada temu ramah kepada seluruh kepala desa. di situ kita duduk sharing membahas hal-hal apa yang kedepannya dapat membangun dan hal-hal apa yang perlu kita perbaiki dari segi perusahaan dalam penyerapan tingkat tenaga kerja, terus perbaikan-perbaikan dari desanya, seperti apa, dan habit-habit para pekerja lokal yang, yang harus diubah.

> jadi sehingga kita bisa nih dapat menentukan hal-hal yang yang dapat kita perbaiki" (Hafidz Alfarizi)

Mengundang kepala desa untuk berdiskusi dan memberikan masukan merupakan strategi yang sangat efektif. Sebagai perwakilan masyarakat yang memiliki pengaruh besar di komunitas lokal, kepala desa berperan penting dalam menjembatani komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Mereka dapat memberikan informasi berharga mengenai aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. Dengan cara ini, perusahaan dapat mendengar langsung suara masyarakat dan menyesuaikan strategi mereka agar selaras dengan kebutuhan serta kebiasaan yang ada di daerah tersebut.

> "tantangannya. Yang pertama kondisi jaringan juga di sini belum terlalu merata. Yang kedua, mereka itu kurangnya pemahaman terhadap teknologi itu juga menjadi tantangan, sehingga kita harus memulai dari nol. Bahkan kita harus menyampaikan dulu, kita sosialisasikan dengan bahasa daerah, terus kemudian kita praktekkan. Namun setelah hal itu kita laksanakan, untuk memaksimalkannya kembali itu pasti mereka seiring berjalan akan terus bertanya melalui pesan WhatsApp sampai mereka paham. Sehingga itu menyebar kepada orang-orang dan seluruh karyawan. ketika tidak timbul pertanyaan, di situlah mereka sudah paham" (Hafidz Alfarizi)

Narasumber kedua memahami tantangan yang ada dan berupaya mengatasinya melalui pendekatan yang lebih bertahap. Mereka melakukan sosialisasi dengan guna memastikan pemahaman yang mendalam. Strategi ini menekankan pentingnya pengulangan dan penjelasan secara bertahap, sehingga masyarakat dapat memahami dan memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif.

> "Sejauh ini setiap komunikasi yang dilakukan antara perusahaan dengan pihak desa sudah cukup efektif, ini ditandai dengan tingkat pemahaman

> masyarakat yang semakin membaik terhadap pesan yang disampaikan melalui aparat desa" (Hafidz Alfarizi)

> "kalau indikatornya diterima di masyarakat itu ketika memang kepala desanya itu menyetujui program pemberdayaan ini dan setelah kita jalankan itu kita evaluasi per tiga bulan, bagaimana tingkat efektivitasnya. di situ ketika memang banyak yang terserap dan itu baik hasilnya dan memang tingkat programnya itu dapat mengurangi angka kriminal, terus pengangguran di desa-desa tersebut, maka itu adalah indikator tingkat keberhasilan dari pada program itu" (Hafidz Alfarizi)

Keberhasilan program dapat diukur melalui tingkat penerimaan masyarakat, yang sangat dipengaruhi oleh dukungan kepala desa. Selain itu, evaluasi dilakukan setiap tiga bulan untuk menilai pengurangan angka kriminalitas serta penurunan tingkat pengangguran. Ini menunjukkan bahwa pengukuran dampak sosial dari program merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan komunikasi dan implementasi program tersebut.

Narasumber ketiga yang merupakan pekerja pemberdayaan masyarakat dari Desa (gampong) Paya Udeung menyatakan

> "tidak ada perwakilan dari perusahaan memberi tahukan tentang program ini secara langsung kepada kami, kami mendapatkan informasi dari grup pemuda atau kepala desa" (Rahmat Efendi)

Dalam hal ini dijelaskan bahwa perwakilan perusahaan dalam menyampaikan informasi tidak langsung melakukan kontak dengan masyrarakat secara keseluruhan, namun masyarakat mendapatkan informasi mengenai program pemberdayaan masyarakat melalui Komunitas organisasi pemuda dan kepala desa.

> "informasi yang saya dapat dari grup, habis itu diadakan rapat, nanti divoting, ambil undian gitu setelah itu voting yang pilihan terbanyak yang akan mengikuti program pemberdayaan masyarakat" (Rahmat Efendi)

Setelah mendapatkan informasi terkait pemberdayaan masyarakat yang disampaikan melalui komunitas pemuda maupun kepala desa, dilingkungan masyarakat akan dilakukan pertemuan untuk menentukan siapa yang berhak dan diprioritaskan untuk mengikuti program pemberdayaan masyarakat yang dicanangkan oleh perusahaan.melalui proses pemungutan suara atau undian. Hal ini memberikan kesan bahwa akses terhadap program ini cukup terbuka, namun tetap bergantung pada keputusan bersama.

> “sebelum masuk nya kerja itu, kami di beritahu sama kepala desa dan ketua pemuda, apa tujuan dan pekerjaan kami ketika disini, dan juga akan ada perputaran peserta setiap tiga bulan yang dikelola oleh organisasi pemuda” (Rahmat Efendi)

Narasumber mengungkapkan bahwa mereka merasa telah menerima informasi yang memadai mengenai program pemberdayaan masyarakat tersebut. Dan juga disampaikan bahwa pengawasan perputaran peserta tiap tiga bulan ditangani oleh organisasi pemuda agar masing-masing masyarakat dapat secara bergantian mendapatkan kesempatan yang sama untuk mengikuti program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan

> “kami tidak pernah memberi saran kepada perusahaan, karena kami bekerja bukan dari perusahaan melainkan dari desa” (Rahmat Efendi)

Meskipun narasumber merasa bahwa informasi yang diberikan sudah cukup, mereka tidak pernah memberikan masukan atau saran kepada perusahaan mengenai cara penyampaian informasi tersebut, karena mereka beranggapan bahwa kegiatan yang mereka lakukan dibawah program desa.

Narasumber keempat yang merupakan pekerja pemberdayaan masyarakat dari Desa (Gampong) Kuta Aceh menyatakan bahwa

> “program pemberdayaan ini disampaikan oleh pihak eksternal yaitu pak hafidz, dari pak hafidz yang menyampaikan ke desa lalu pihak desa yang akan menyampaikan ke kami melalui grup WhatsApp. Proses nya, kami dipanggil oleh kepala desa karena sudah ada nama-nama yang sudah di list dan kami langsung ditunjukkan langsung oleh kepala desa untuk bekerja sebagai program pembberdayaan masyarakat, sebelum itu kami juga diberitahukan untuk membuat surat lamaran bekerja” (Sayuti)

Setelah perwakilan dari PT Tata Bara Utama menyampaikan informasi terkait program Pemberdayaan masyrakat kepada Kepala desa (Keuchik),maka selanjutnya diteruskan oleh kepala desa melalui media group WhatsApp, kepala desa juga bertanggung jawab untuk menentukan siapa saja yang akan mengikuti program tersebut. Proses seleksi dilakukan berdasarkan daftar nama yang telah disiapkan, dimana kepala desa secara langsung melakukan penunjukan untuk melakukan kegiatan program pemberdayaan masyarakat.

> “cara mereka menjelaskan mudah dimengerti karena kepala desa hanya menyampaikan untuk menyiapkan lamaran, karena untuk mengikuti program ini kami harus melampirkan surat lamaran juga” (Sayuti)

Narasumber juga menyampaikan bahwa penjelasan mengenai program pemberdayaan masyarakat ini sudah sangat cukup, kepala desa hanya memberikan intruksi secara jelas tentang hal-hal yang harus mereka persiapkan untuk mengikuti program pemberdayaan masyarakat ini.

> “yang saya tahu tentang program ini kami disuruh menjadi helper GA atau *Washpad* dan terkadang juga mencuci mobil” (Sayuti)

Narasumber juga mendaptkan informasi dari perusahaan setelah mengikuti program pemberdayaan masyaraiat tentang ruang lingkup pekerjaan yang akan

dilakukan. Ini menunjukkan bahwa informasi mendalam tentang tugas-tugas dan manfaat program pemberdayaan itu.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan empat narasumber, *yaita Head HRGA, Staff general Affair* dan dua pekerja pemberdayaan masyarakat lokal PT Tata Bara Utama, peneliti tidak menghadapi kendala berarti. Hal ini disebabkan oleh sikap narsumber yang memberikan informasi dengan jelas dan terbuka. Keadaan ini sangat memudahkan peneliti dalam menganalisis jawaban yang diberikan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Dalam konteks PT. Tata Bara Utama, komunikator utama dalam program pemberdayaan masyarakat melibatkan beberapa pihak. Pertama, manajemen perusahaan, termasuk Head HRGA, yang berperan dalam merencanakan dan mengawasi program. Kedua, tim eksternal relations, yang bertugas menyampaikan informasi kepada masyarakat. Ketiga, perwakilan perusahaan yang ditunjuk khusus untuk berkomunikasi dengan masyarakat, terutama yang menguasai bahasa daerah untuk memastikan pesan tersampaikan dengan baik. Keempat, kepala desa (keuchik), yang menjadi perantara penting dalam menyampaikan informasi kepada warga desa. Keberagaman komunikator ini menunjukkan upaya PT. Tata Bara Utama untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan memastikan informasi disampaikan secara efektif.

Pesan-pesan yang disampaikan dalam program pemberdayaan masyarakat oleh PT. Tata Bara Utama berfokus pada beberapa hal utama. Pertama, informasi

mengenai program-program pemberdayaan yang tersedia, termasuk jenis kegiatan, kualifikasi yang dibutuhkan, dan manfaat yang akan diperoleh. Kedua, penekanan pada tujuan program yang selaras dengan program CSR PT Bara Energi Lestari, yaitu mengurangi tingkat pengangguran di sekitar lokasi tambang. Ketiga, pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam program dan bagaimana program ini dapat meningkatkan keterampilan dan taraf hidup masyarakat. Keempat, informasi mengenai peluang kerja dan pengembangan karir melalui program pemberdayaan. Pesan-pesan ini dirancang untuk membangun pemahaman, meningkatkan keterlibatan, dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat.

PT. Tata Bara Utama menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan pemberdayaan kepada masyarakat. Komunikasi tatap muka menjadi pilihan utama, mengingat budaya masyarakat setempat yang menghargai silaturahmi dan interaksi langsung. Pertemuan dengan kepala desa, diskusi kelompok, dan sosialisasi langsung adalah beberapa contohnya. Selain itu, media lain seperti WhatsApp dan telepon pribadi juga digunakan, terutama untuk koordinasi dan penyampaian informasi tambahan. Penggunaan bahasa daerah dalam komunikasi juga menjadi strategi penting untuk memastikan pesan dipahami dengan baik oleh masyarakat yang mungkin memiliki keterbatasan dalam pemahaman bahasa Indonesia. Kombinasi berbagai saluran ini menunjukkan upaya PT. Tata Bara Utama untuk menjangkau masyarakat secara komprehensif dan efektif.

Audiens utama dari program pemberdayaan masyarakat PT. Tata Bara Utama adalah masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan, termasuk

pemuda desa, tokoh masyarakat, dan kepala desa. Perusahaan berupaya untuk melibatkan berbagai kelompok masyarakat dalam program pemberdayaan, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik masing-masing kelompok. Misalnya, program-program pelatihan dan pengembangan keterampilan ditujukan untuk pemuda desa, sementara komunikasi dengan kepala desa bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi aktif dalam program. Dengan memahami audiens yang beragam, PT. Tata Bara Utama dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan.

Dampak dari komunikasi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan PT. Tata Bara Utama dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, peningkatan pemahaman masyarakat terhadap program-program pemberdayaan dan tujuan perusahaan. Kedua, peningkatan partisipasi aktif masyarakat dalam program, yang ditunjukkan dengan antusiasme dan keterlibatan dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan. Ketiga, peningkatan keterampilan dan taraf hidup masyarakat melalui program-program pelatihan dan pengembangan karir. Keempat, terciptanya hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan masyarakat, yang ditandai dengan dukungan dan kerjasama dalam kegiatan operasional tambang batu bara. Dampak-dampak ini menunjukkan bahwa komunikasi pemberdayaan masyarakat yang efektif dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dan masyarakat.

Meski komunikasi dalam program ini telah efektif, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai teknologi komunikasi seperti WhatsApp. Selain itu,

jaringan yang tidak stabil di beberapa daerah juga menjadi hambatan dalam penyebaran informasi secara digital.

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, perusahaan perlu meningkatkan efektivitas strategi komunikasinya. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah dengan mengadakan lebih banyak pertemuan tatap muka yang melibatkan tokoh masyarakat dan pemimpin desa. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat partisipasi masyarakat dalam program pemberdayaan.

Evaluasi program dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan efektivitas komunikasi dan pelaksanaan program. Jika terdapat kendala dalam penyebaran informasi atau pelaksanaan program, perusahaan dan kepala desa akan bekerja sama untuk melibatkan perbaikan, agar program ini tetap berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, komunikasi pemberdayaan masyarakat yang diimplementasikan oleh PT Tata Bara Utama telah terlaksanakan dengan cukup baik. Namun, peningkatan strategi komunikasi yang lebih efektif, pemanfaatan media dan teknologi yang lebih luas, dan penguatan kerja sama dengan masyarakat lokal masih diperlukan untuk mendukung keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat ini.

BAB V
PENUTUP

5.1 Simpulan

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

Komunikator dalam program pemberdayaan masyarakat terdiri dari beberapa pihak utama, yakni PT Tata Bara Utama, PT Bara Energi Lestari sebagai pemilik konsesi tambang, serta kepala desa (keuchik) yang bertindak sebagai penghubung informasi kepada masyarakat. PT Tata Bara Utama bekerja sama dengan tim eksternal relations dari PT Bara Energi Lestari dalam menyampaikan program pemberdayaan kepada kepala desa, yang kemudian meneruskan informasi tersebut kepada warga desa. Selain itu, perwakilan perusahaan yang menguasai bahasa daerah juga ditunjuk agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Pesan yang disampaikan dalam program pemberdayaan masyarakat PT Tata Bara Utama berfokus pada pengurangan tingkat pengangguran, peningkatan keterampilan tenaga kerja, serta kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Informasi yang diberikan mencakup jenis pekerjaan yang tersedia, kualifikasi yang dibutuhkan, serta manfaat ekonomi yang dapat diperoleh masyarakat dari program ini. Selain itu, pesan juga ditekankan pada pentingnya partisipasi masyarakat dalam program pemberdayaan guna menciptakan dampak jangka panjang bagi komunitas sekitar tambang.

Saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi mengenai program pemberdayaan masyarakat bervariasi. Komunikasi tatap muka menjadi metode utama karena masyarakat lebih menghargai interaksi langsung dibandingkan komunikasi digital. Selain itu, perusahaan juga menggunakan WhatsApp, telepon pribadi, serta pertemuan desa sebagai sarana komunikasi tambahan. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penyampaian informasi, perusahaan memastikan bahwa komunikasi dilakukan dalam bahasa daerah agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat setempat.

Audiens utama dari program pemberdayaan masyarakat adalah penduduk desa di sekitar wilayah operasional tambang, terutama pemuda, kepala desa, serta kelompok masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Program ini secara khusus menargetkan pemuda desa yang ingin mengembangkan keterampilan mereka serta mendapatkan peluang kerja dalam proyek-proyek yang ditawarkan perusahaan. Kepala desa berperan penting dalam menentukan siapa yang berhak mengikuti program, yang biasanya dilakukan melalui pemungutan suara atau sistem rotasi setiap tiga bulan sekali untuk memastikan keadilan dalam distribusi kesempatan kerja.

Dampak dari komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT Tata Bara Utama dapat terlihat dalam beberapa aspek. Pertama, peningkatan pemahaman masyarakat terhadap program pemberdayaan, yang membuat mereka lebih menerima keberadaan tambang. Kedua, berkurangnya angka pengangguran di desa sekitar tambang, terutama dengan tersedianya pekerjaan seperti cleaning service, laundry, dan helper GA (General Affair). Ketiga, terciptanya hubungan

yang lebih baik antara perusahaan dan masyarakat, yang ditandai dengan partisipasi aktif masyarakat dalam program dan minimnya konflik sosial akibat operasional tambang.

Meskipun komunikasi dalam program pemberdayaan masyarakat ini telah berjalan cukup efektif, masih terdapat beberapa tantangan, seperti terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap teknologi komunikasi serta jaringan internet yang kurang stabil di beberapa desa. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan strategi komunikasinya dengan memperbanyak pertemuan tatap muka, memperkuat koordinasi dengan kepala desa, serta melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas program pemberdayaan.

Secara keseluruhan, komunikasi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan PT Tata Bara Utama telah memberikan kontribusi positif dalam membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Keberlanjutan program ini dapat semakin ditingkatkan dengan strategi komunikasi yang lebih adaptif, keterlibatan aktif masyarakat, serta penguatan kerja sama antara perusahaan dan pemangku kepentingan lokal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, berikut saran dan masukan dari penulis:

1. Perusahaan perlu memperkuat efektivitas strategi komunikasinya dengan mengadakan lebih banyak pertemuan tatap muka yang belibatkan tokoh

masyarakat dan pemimpin desa. Langkah ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan meningkatkan keterlibatan masyarakat

2. Agar lebih efektif, perusahaan harus mengoptimalkan penggunaan media digital melalui WhatsApp dan platform lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, pentiing untuk memberikan pelatihan kepada warga agar mereka lebih memahami teknologi komunikasi yang digunakan.
3. PT Tata Bara Utama sebaiknya lebih proaktif dalam menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat, tidak hanya melalui kepala desa atau komunitas pemuda. Dengan cara ini, transparasi dapat ditingkatkan dan memastikan bahwa semua pihak mendapatkan informasi yang akurat.
4. Selain menciptakan lapangan kerja, perusahaan seharusnya menyelenggarakan pelatihan keterampilan bagi masyarakat. Hal ini bertujuan agar mereka memiliki kompetensi yang lebih luas dan dapat bersaing di tempat kerja yang semakin kompetitif
5. Penting untuk melakukan evaluasi program secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan masukan dari masyarakat serta para pekerja yang terlibat dalam program pemberdayaan. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk menyempurnakan program sehingga lebih efektif dan memberikan dampak yang lebih signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, E., Histiarini, A. R., Hilmansyah, H., & Marshush, U. H. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Pertambangan Melalui Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *5*(1), 127–134. https://doi.org/10.35870/jpni.v5i1.621

Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *6*(1).

Astuti, S. A., & Simandjuntak, A. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Kegiatan Usaha Pertambangan Batu Bara Berdasarkan Prinsip Keadilan Di Kalimantan Timur. *Journal de Facto*, *5*(2), 162–177.

Astuti, S. A., Simandjuntak, A., Magister, P., Hukum, I., Balikpapan, U., Pupuk, J., Kelurahan, R., & Timur, K. (2019). *Jurnal De Facto Usaha Pertambangan Batu Bara Berdasarkan Prinsip Keadilan Di Kalimantan Timur Community Empowerment In Coal Mining Business Activities Based On Justice Principles In East Kalimantan Jurnal De Facto alinea keempat Pembukaan Undang-Undang Da*. *5*(2), 162–177.

Baturangka, T., Kaawoan, J. ., & Singkoh, F. (2019). Peran Dinas Sosial Kota Manado Dalam Pemberdayaan Masyarakat Penyandang Disabilitas. *Jurnal Eksekutif*, *3*(3), 1–9.

Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Qualitatif Komunikasi: teori dan praktek*. UMSUpress.

Firdaus, I., Hidayati, R., Hamidah, R. S., Rianti, R., & Khotimah, R. C. K. (2023). Model-Model Pengumpulan Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, *1*(2), 105–113.

Inah, E. N. (2015). Peran komunikasi dalam interaksi guru dan siswa. *Al-TA'DIB: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan*, *8*(2), 150–167.

Kustiawan, W., Hidayati, J., Daffa, V., Hamzah, A., Harmain, M., Fadli, A., & Kuswananda, E. (2022). Keberadaan ilmu komunikasi dan perkembangan teori komunikasi dalam peradaban dunia. *Maktabatun Journal*, *1*(2), 73–76.

Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(1), 1–16. https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16

Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, *3*(2), 156–174.

Rahayu, S., & Yetniwati, Y. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan Batubara Melalui Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, *2*(2), 221–230. https://doi.org/10.22437/zaaken.v2i2.12274

Sagala, S., & Nababan, R. (2025). Peran Perusahaan Dalam Upaya Merekrut Tenaga kerja Dari Masyarakat Lokal. *Quantum Juris: Jurnal Hukum Modern*, *7*(1).

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(1), 98–105. https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134

Sari, O. B. (n.d.). *Pola Kebijakan Pertambangan Dalam Penyusunan Program Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM) Provinsi Sumatera Selatan Berdasarkan Multidimesional Scaling*.

Suciadi, M., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Eksternalitas Positif Tambang Batubara Terhadap Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, *4*(2), 267–285.

Sukarno, T. D. (2017). *Kontribusi Perusahaan Terhadap Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja Masyarakat Lokal Di Perkebunan Teh PT Rumpun Sari Medini Kabupaten Kendal*. S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian.

Sururi, A. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pembangunan Infrastruktur Perdesaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Wanasalam Kabupaten Lebak. *Sawala : Jurnal Administrasi Negara*, *3*(2). https://doi.org/10.30656/sawala.v3i2.229

Susmiyati, H. R., & Susanti, E. (2019). Implementasi Kewajiban Mempekerjakan Tenaga Kerja Lokal Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Di Kabupaten Berau Kalimantan Timur. *Risalah Hukum*, 11–31.

Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *5*(6), 3091–3103. http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435%0Ahttps://jour n al.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf

Triningtyas Ariswanti Diana. (2016). *Komunikasi Antar Pribadi* (pertama). CV. AE MEDIA GRAFIKA.

Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, *16*(1), 33–40.

Wahyudin, U. (2020). Analisis Dampak Keberadaan Perusahaan Tambang Batu Bara Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Atsar*, *1*(1), 35–45.

LAMPIRAN

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/Akr.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN 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 : CAESAR NIBROOS ARKAN
N P M : 2103110138
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 119,0 SKS, IP Kumulatif 3,50

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi internal K3 dalam menurunkan tingkat kecelakaan kerja pada divisi Operasional PT. TATA BARA UTAMA	
2	Manajemen Komunikasi internal Humas dalam meningkatkan motivasi karyawan PT. INALUM	
3	Komunikasi Pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan operasional tambang Batu BARA PT. TATA BARA UTAMA	17 Jan 2025

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.

Medan tanggal 17 Januari 2025
Ketua
Program Studi ILMU KOMUNIKASI

(Akhyar anshori, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN: 0127098401

157.21.311

Pemohon,

(CAESAR NIBROOS ARKAN)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi :

(Drs. Zulfahmi)
NIDN:

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 umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 192/SK/II.3.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/II.3.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 **: 17 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	**: CAESAR NIBROOS ARKAN**
N P M	: 2103110138
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATU BARA PT. TATA BARA UTAMA**
Pembimbing	: **Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.**

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: 157.21.311 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: 17 Juli 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tangal, 17 Rajab 1446 H
17 Januari 2025 M

Dekan,

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

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

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/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

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

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 14 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 : CAESAR NIBROOS ARKAN
N P M : 2103110138
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: 192/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 17 JANUARI 2025 dengan judul sebagai berikut :

KOMUNIKASI Pemberdayaan masyarakat lokal Dalam mendukung kegiatan OPERASIONAL TAMBANG BATU BARA PT. TATA BARA UTAMA

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 1 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 dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal 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	Menyetujui	Pemohon,
Program Studi	Pembimbing	
(Akhyar anshori, S.Sos, M.I.Kom)	(DRS. Zulfami, M.I.Kom)	(CAESAR NIBROOS ARKAN)
NIDN: 0127 048401	NIDN: 0118056301	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
56	MUHAMMAD RIDHO	2103110109	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN., MSP.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI BUPATI DALAM MENJALANKAN PROGRAM BUJANG KAMPUNG DI KABUPATEN SIAK
57	CAESAR NIBROOS ARKAN	2103110138	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATU BARA PT. TATA BARA UTAMA
58	MEISYARAH AZZAHRA	2103110223	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	MAKNA PESAN KOMUNIKASI PARENTING PADA AKUN TIKTOK @BABEHEJI EPISODE "ANAK GIMANA NANTI TERGANTUNG ORANG TUANYA"
59	RAFI AIFIA SYAKIR	2103110043	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TIONGHOA DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI KELURAHAN SEI PUTIH TIMUR I
60	VINNY MEILIA SARI	2103110133	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	PERAN IKATAN REMAJA MASJID SILATURAHMI (IKRAMS) SEBAGAI KOMUNIKATOR DALAM MENYAMPAIKAN PESAN KEAGAMAAN PADA GENERASI MUDA DI KOTA MEDAN

Medan, 18 Sya'ban 1446 H
17 Februari 2025 M
Dekan,

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

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/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : CAESAR NIBROOS ARKAN
NPM : 2103110138
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Lokal Dalam Kegiatan Operasional tambang Batu Bara PT. Tata Bara Utama

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
	17/01/2025	ACC Judul Skripsi	
	1/2/2025	Bimbingan Skripsi	
	4/2/2025	Bimbingan skripsi	
	6/2/2025	Bimbingan Skripsi	
	13/2/2025	Bimbingan Skripsi	
	17/2/2025	ACC Seminar Proposal	
	19/2/2025	Bimbingan Draft Wawancara	
	20/2/2025	ACC Draft wawancara	
	20/3/2025	Bimbingan hasil Penelitian	
	22/3/2025	ACC Sidang	

Medan, ...20.....

Dekan,

(Assoc. Prof. Asrin saleh, S.Sos, MSP)
NIDN : 0108017402

Ketua Program Studi,

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

Pembimbing,

(Drs. Zulfahmi, M.I.Kom)
NIDN : 0118056301

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/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 505/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : -.-
Hal : ***Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa***

Medan, 22 Sya'ban 1446 H
21 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Pimpinan PT. Tata Bara Utama**
di-
Tempat.

Bissmillahirahmanirrahim
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. Tata Bara Utama, atas nama :

Nama mahasiswa	:	**CAESAR NIBROOS ARKAN**
N P M	:	2103110139
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Semester	:	VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	:	**KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DALAM MENDUKUNG KEGIATAN OPERASIONAL TAMBANG BATU BARA PT. TATA BARA UTAMA**

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

Dekan

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

Cc : File.

TATA BARA UTAMA
INTEGRATED MINING SERVICES

Nagan Raya, 21 Februari 2025

No : 20/HRGA-TBU-BEL PROJECT/II/2025
Lampiran : -
Hal : Surat Balasan Permohonan Penelitian Tugas Akhir

Kepada Yth,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat permohonan Penelitian Tugas Akhir dengan nomor 505/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 perihal surat permohonan Penelitian Tugas Akhir, dengan ini kami sampaikan :

No	Nama Mahasiswa	Program Studi	NPM
1	CAESAR NIBROOS ARKAN	Ilmu Komunikasi	2103110139

Telah kami setujui untuk melaksanakan Penelitian Tugas Akhir di PT Tata Bara Utama site Bara Energi Lestari (BEL) periode 24 Februari 2025 – 23 April 2025.

Demikianlah surat balasan ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
PT. Tata bara Utama

TATA BARA UTAMA
INTEGRATED MINING SERVICES

Sukram
Project Manager /PJO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Caesar Nibroos Arkan
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan, 12 Oktober 2003
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Status Perkawinan	: Belum Menikah
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Sipare-Pare, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara
Email	: nibroosarkanajja@gmail.com

Data Orang Tua

Nama Ayah	: Nurdianto
Nama Ibu	: Kartika Sari Br Kaban
Pekerjaan Ayah	: Karyawan Swasta
Pekerjaan Ibu	: Penyuluh Pertanian
Alamat	: Sipare-Pare, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara

Pendidikan Formal

2009-2015	: SDS Islam Terpadu Tanjung Gading
2015-2018	: MTS Yapi Sipare-Pare
2018-2021	: SMK T Amir Hamzah
2021-2025	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA PENELITIAN SKRIPSI

Judul Penelitian	: komunikasi pemberdayaan masyarakat lokal dalm mendukung kegiatan operasional tambang batubara PT. Tata Bara Utama
Nama Peneliti	: Caesar Nibroos Arkan
NPM	: 2103110138
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

A. Identitas Narasumber

- Nama:
- Jenis kelasmin:
- Usia:
- Agama:
- Pekerjaan:
- Lama bekerja:

B. Draft Pertanyaan

B.1 Pertanyaan untuk Head HRGA PT. Tata Bara Utama

1. Siapa saja yang bertanggung jawab dalam menyusun dan menyampaikan komunikasi terkait program pemberdayaan masyarakat lokal di perusahaan?

2. Bagaimana perusahaan memastikan bahwa pihak yang berkomunikasi memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan manfaat program ini?

3. Bagaimana perusahaan merancang pesan agar mudah dipahami dan relevan dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat lokal?

4. Apakah ada upaya untuk menyesuaikan pesan dengan bahasa, budaya, atau nilai-nilai lokal agar lebih efektif dan diterima dengan baik?

5. Saluran komunikasi apa saja yang digunakan perusahaan dalam menyampaikan informasi terkait program pemberdayaan masyarakat?

6. Apakah perusahaan menggabungkan komunikasi langsung (tatap muka) dan tidak langsung (media sosial, brosur, dll.) dalam menyampaikan informasi? Jika ya, bagaimana efektivitasnya?

7. Bagaimana perusahaan mengidentifikasi kebutuhan dan harapan masyarakat sebelum menyusun strategi komunikasi?

8. Apakah perusahaan memiliki pendekatan khusus dalam menjangkau kelompok masyarakat yang sulit diakses atau memiliki keterbatasan dalam menerima informasi?

9.Bagaimana perusahaan mengukur keberhasilan komunikasi dalam program pemberdayaan masyarakat lokal?

10. Apa indikator utama yang digunakan untuk menilai efektivitas komunikasi terhadap pemahaman dan partisipasi masyarakat?

B.2 Pertanyaan untuk staff general affair PT. Tata Bara Utama

1. Bagaimana koordinasi yang dilakukan dengan tim atau pihak lain dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik secara langsung maupun digital?

2. Apakah anda mendapatkan pelatihan atau panduan khusus dalam menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat? Jika ya, bagaimana penerapannya?

3. Bagaimana anda menyusun atau menyesuaikan pesan agar mudah dipahami oleh masyarakat lokal, terutama dalam format digital seperti media sosial, website, atau aplikasi komunitas?

4. Apa pesan utama yang perlu disampaikan kepada masyarakat dalam program pemberdayaan ini?

5. Apakah Anda lebih sering menggunakan komunikasi tatap muka atau digital? Bagaimana efektivitas masing-masing metode dalam membangun keterlibatan masyarakat?

6. Saluran komunikasi apa saja yang Anda gunakan dalam menyampaikan informasi terkait program pemberdayaan masyarakat?

7. Bagaimana Anda mengenali kebutuhan dan kebiasaan masyarakat sebelum menyampaikan informasi terkait program?

8. Apakah ada upaya atau tantangan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap teknologi digital agar mereka dapat mengakses informasi program pemberdayaan dengan lebih mudah?

9. Bagaimana Anda menilai efektivitas komunikasi yang dilakukan dalam program pemberdayaan ini?

10. Apa indikator utama yang Anda gunakan untuk melihat sejauh mana pesan yang disampaikan dipahami dan diterima oleh masyarakat?

B.3 Pertanyaan untuk pekerja dari pemberdayaan masyarakat lokal

1. Siapa saja dari perusahaan yang biasanya memberi tahu Anda tentang program ini?

2. Menurut Anda, apakah cara mereka menjelaskan sudah mudah dimengerti? Jika belum, apa yang membuatnya sulit dipahami?

3. Apa yang Anda tahu tentang program ini dari informasi yang diberikan?

4. Menurut Anda, cara mana yang paling mudah bagi Anda untuk mendapatkan informasi? Mengapa?

5. Apakah Anda merasa mendapatkan cukup informasi tentang program ini? Jika tidak, apa yang kurang?

6. Apakah Anda pernah memberi saran atau pendapat kepada perusahaan tentang cara mereka memberi informasi? Jika iya, apakah saran Anda diperhatikan?