

**POLA KOMUNIKASI SGC PT. INALUM DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BINA UMKM
PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI BATUBARA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**DINA S
2130110197**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



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

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : DINA S
NPM : 2103110197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos MSP (.....)
PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. H Mujahiddin, S.Sos., MSP (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

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

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

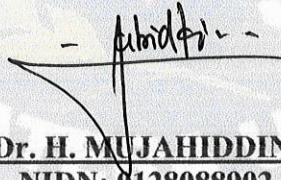
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : DINA S
NPM : 2103110197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pola Komunikasi SGC PT. INALUM Dalam Mensosialisasikan Program Bina UMKM Pertumbuhan Ekonomi Lokal Di Batubara

Medan, 12 April 2025

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP
NIDN: 0128088902

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


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


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

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **DINA S**, NPM **2103110197**, 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.

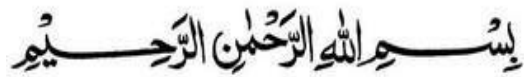
Medan, 08 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



DINA S

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala karena Rahmat dan karunia-Nya penulis mampu dan diberikan keberkahan juga kesehatan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa dihadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan, sehingga dapat menjadi petunjuk bagi kehidupan umat islam baik di dunia maupun di akhirat.

Merupakan suatu kebanggaan dan juga kebahagiaan bagi penulis atas terselesaikannya penulisan tugas akhir akademik ini. Pada skripsi ini yang berjudul **“ Pola Komunikasi SGC PT. Inalum Dalam Mensosialisasikan Program Bina UMKM Pertumbuhan Ekonomi Lokal Di Batubara ”**. Penulis sadar banyak sekali tantangan serta rintangan yang dihadapi selama proses penyelesaian penulisan penelitian skripsi ini, sehingga dibutuhkan keseriusan juga kesabaran serta ketekunan dalam penyusunan hingga penyelesaiannya.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada cinta pertama dan panutanku, ayahanda **Syahtendra** dan pintu surgaku ibunda **Juliana**. Penulis menyadarrin bahwa tiada kata yang mampu sepenuhnya menggambarkan rasa syukur ini. Namun dengan penuh cinta dan ketulusan izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian. Terima kasih menjadi rumah pertama dalam

hidupku. Terima kasih untuk cinta yang tidak pernah habis, untuk pelukan yang menguatkan saat dunia terasa berat dan untuk setiap doa yang selalu menjadi Cahaya di setiap langkahku. Serta dukungan, perhatian, pujian, bimbingan, dan cinta kasih sayang tiada hentinya sehingga penulis selalu merasa termotivasi, dan bahagia dalam perjuangan di bangku kuliah, mama dan ayah memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sampai meraih gelar sarjana. Penulis juga berterima kasih kepada cinta kasih saudara kandung kedua adik penulis, **Hadhiba Syahtendra** dan **Muhammad Rafsanjani** yang selalu menjadi sumber penyemangat penulis dalam mengejar cita – cita agar bisa membahagiakan dan menjadi panutan untuk adik adikku tersayang.

Dalam kesempatan ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan selesai, tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, 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 Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP, selaku Wakil Dekan III

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah, S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Mujahiddin., MSP. selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dengan sangat baik dan penuh kesabaran mulai dari penyusunan proposal skripsi hingga tuntas menjadi skripsi yang in syaa Allah akan bermanfaat bagi pembaca.
8. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan dan mengurus berkas-berkas perkuliahan.
9. Kepada PT.Inalum, Kepala kantor medan, Staf Divisi SGC dan para pelaku UMKM yang tergabung pada program Bina UMKM telah terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini.
10. Kepada sahabat penulis Adinda Rizqia Pertiwi yang tidak sedarah namun searah yang menjadi peneduh dikala derita tumbuh yang sama-sama berlari dalam perjuangan yang saling memberi semangat walau hidup masing-masing berat. Terima kasih sudah menjadi sahabat dalam keadaan apapun, selalu ada ketika penulis membutuhkan seseorang untuk diajak bicara dan mendengarkan segala cerita, sudah banyak waktu dan momen yang dijalannin bersama, walau ada

kata setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya tapi penulis berharap mau dalam keadaan masa apa kita tetap menjadi sahabat. On my silent day, I wish we're always together forever and just 'haha hihi' for any situation and If u need me, i'm always here for u, I would choose you to be my bestfriend in every lifetime again and again

11. Kepada 'Girlies', iffat Yoshyfani Ardhia Putri, Tyara Nabila, Monalisa Mela Syntia Siahana, Nurhaliza dan Syarifah Kesyha Mazaya, yang telah memberikan dukungan serta semangat dan menemani dari masa sekolah hingga perkuliahan saat ini. Terima kasih Girlies.
12. Kepada Rekan Seperjuangan, Ananda Bintang Deily, Dony Azhari Daulay, Arvin Yogi Siregar dan Ahmad Sajili Anhar yang senantiasa memberikan dukungan, kebersamaan dalam setiap langkah, menghibur dengan canda tawa dan memberikan motivasi dalam meningkatkan semangat serta kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
13. Kepada Sobat Evaluasi, Nadhila Khairina, Chalisa Audia Lubis dan Rehana Salsabila Dalimunthe yang telah memberikan dukungan dalam kebaikan, menghibur dalam tawa serta saling memotivasi sehingga penulis semangat menyelesaikan studinya.
14. Kepada Saudara 010, Adik - adik Anggota Inti dan Khusus HMJ IKO FISIP UMSU yang telah kebersamaan penulis dalam beberapa tahun ini, selalu menjadi penghibur dan penyemangat dikala sedih. Penulis bangga bergabung dalam himpunan ini, HMJ IKO tidak hanya menjadi himpunan saja tapi juga menjadi rumah kedua bagi penulis, rumah tempat pulang hanya untuk sekedar

bercanda tawa, berkeluh kesah dan menghilangkan beban perkuliahan sejenak. terimakasih sudah menjadi tempat penulis untuk terus berproses dan sudah membantu penulis semangat dalam mengejar gelar sarjana. Tetapla menjadi HMJ IKO yang SOLID dan KREATIF.

15. Kepada sahabat penulis, Zahwa salsa nabila yang telah kebersamai penulis selama masa penulisan skripsi ini, selalu menjadi tempat berkeluh kesah ketika kurang semangat dalam penulisan dan selalu menjadi orang yang memberi motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini serta selalu mendoakan setiap langkah penulis agar dipermudah. terima kasih atas ajakan bermain agar penulis terhibur dan positif tidak menyerah dalam mengejar gelar sarjana.

16. Kepada Sahabat terakhir penulis, Dea Putri Andiny yang telah kebersamai dari semester 1 hingga masa skripsi ini. Selalu banyak momen yang sudah dilewatkan bersama dari suka maupun duka sehingga bisa mengejar gelar sarjana ini bersama, terima kasih atas support nyaa, kebaikannya dan kebahagiaan selama berteman serta sudah setia bertahan menjadi sahabat hingga akhir studi ini, biarla studi ini berakhir tapi tidak dengan persahabatannya.

17. Kepada sosok yang belum diketahui namanya dan keberadaannya entah di bumi bagian mana, namun sudah tertulis jelas di lauhul mahfuz. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai upaya memantaskan diri. Seperti kata Bj Habibie “ kalau memang dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balikpun saya yang dapat”, sampai bertemu di versi terbaik kita masing - masing.

18. Last but not least, teruntuk perempuan yang memiliki harapan harapan kecil,

sosok perempuan yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, penulis karya tulis ini, yaitu diri saya sendiri, Dina Syahtendra. Anak perempuan pertama dan harapan orang tuanya, terima kasih telah hadir didunia ini dan bertahan dengan rintangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap menjadi diri sendiri, selalu bangga atas pencapaian kecil yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Walau terkadang harapan tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan menyukurrin apapun yang telah diberikan. Jangan lelah untuk tetap berusaha dan berbahagialah dimanapun berada. Selamat merayakan kecemasan kecemasan ditangga berikutnya. Selamat bertualang dilevel kehidupan selanjutnya. Semoga hidup selalu membawamj ke dunia yang tidak perna kamu sangka akan merasakannya. Semoga semesta selalu menuntun dan melindungimu serta menjadi penguat ketika kamu merasa bumi dan isinya melukaimu semoga hatimu selalu diberikan kekuatan, ketenangan dan kebahagiaan yang tidak ada habisnya. Semoga hal hal baik akan selalu menjadi sahabat dalam seharianmu.. Aamiin

Demikianlah penulis mengucapkan syukur dan terimakasih, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam penambahan khazanah ilmu pengetahuan bagi semua pihak yang membacanya khususnya penulis dan dapat memajukan perkembangan kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang. Mohon maaf atas segala kekurangan, karena kesempurnaan hanya milik Allah yang Maha Kuasa.

Wassalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 28 Agustus 2025
Penulis,

Dina S

**POLA KOMUNIKASI SGC PT. INALUM DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BINA UMKM PERTUMBUHAN
EKONOMI LOKAL DI BATUBARA**

**Dina S
2103110197**

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pola komunikasi yang dilakukan SGC PT.Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM kepada masyarakat Kab. Batubara dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif . Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah triple bottom line Elkington J. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa SGC PT.Inalum menggunakan media atau komunikasi seperti kerjasama dengan pemerintah daerah dan survey langsung untuk menyebarkan informasi program Bina UMKM. SGC PT.Inalum juga memberikan dukungan promosi kepada UMKM dengan cara mengikutsertakan mereka dalam pameran atau bazaar, baik tingkat lokal maupun nasional, serta berkolaborasi dengan Rumah BUMN untuk mengembangkan produk kreatif berbahan baku lokal.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, SGC PT.Inalum, UMKM, Ekonomi

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Komunikasi.....	9
2.1.1.1 Pola Komunikasi.....	10
2.1.1.2 Teori Corporate Social Responsibility (CSR).....	13
2.1.2 CSR dan SGC PT.Inalum.....	16
2.1.3 Hambatan Komunikasi.....	18
2.2 Anggapan Dasar.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Kerangka Konsep.....	21
3.3 Definisi Konsep.....	22
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	24
3.5 Informan atau Narasumber.....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	26
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil penelitian.....	30
4.1.1 Data informan.....	30

4.1.2 Hasil Wawancara Informan	31
4.2 Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian	22
Tabel 3.7 Prosedur dan tahapan penelitian.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	22
Gambar 4.1 Data Informan.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari hubungan dekatnya dengan konsumen serta kondisi lingkungan di wilayah dan negara tempatnya berada. Oleh karena itu, semakin baik layanan dan hubungan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya, semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut akan terus tumbuh menjadi perusahaan besar.

Ketika banyak konsumen dan mitra kerjasama yang menaruh kepercayaan pada suatu perusahaan tertentu, maka tanggungjawab perusahaan tersebut terhadap konsumen pun bertambah. Hal ini terutama berlaku jika menyangkut tanggung jawab untuk berkontribusi terhadap kesehatan lingkungan tempat perusahaan berada (Ramadhan, 2015).

Tanggungjawab Sosial Perusahaan atau biasa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tentang perusahaan yang menangani pembangunan sosial dan ekonomi lokal secara holistik, sistemik dan berkelanjutan, lebih dari sekedar meningkatkan keuntungan finansial. Dalam praktiknya, CSR sering dianggap sebagai pemberian kepada perusahaan, filantropi perusahaan, dan hubungan perusahaan dengan masyarakat (A. Saleh & Sihite, 2020).

Awalnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang menjadi paradigma filantropis yang fokus pada penanganan permasalahan terkini. Selanjutnya paradigma ini berubah menjadi paradigma amal yang lebih

menekankan pada upaya menolong sesama. Paradigma terbaru saat ini adalah kewarganegaraan, yaitu tentang menemukan akar permasalahan masyarakat dan cara mengatasinya. Pendekatan ini memastikan bahwa CSR tertanam dalam kebijakan perusahaan dan tidak hanya dikelola dalam jangka pendek. Kebijakan ini penting untuk memperkuat komitmen perusahaan dalam memperkuat masyarakat secara *structural* (Khoirulika, 2025). Dengan demikian, keberadaan CSR merupakan salah satu hasil dari upaya melihat bisnis bukan hanya sebagai sumber konflik tetapi juga sebagai sumber pemberdayaan masyarakat.

Di Indonesia, upaya untuk mencapai keseimbangan masyarakat sipil mendapatkan momentum melalui Program Penilaian Kinerja Lingkungan Perusahaan (PROPER) dengan dukungan dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Alasannya, keberadaan PROPER akan memperkuat regulasi pemerintah untuk meningkatkan upaya CSR di Indonesia (Bahrudin, 2021).

Salah satu perusahaan yang konsisten menjadi peserta PROPER adalah PT Indonesia Asahan Alumunium (INALUM). PT.Inalum sendiri merupakan BUMN pertama dan terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang peleburan alumunium (Inalum.id). PT.Inalum merupakan perusahaan yang memiliki komitmen CSR yang tinggi. Hal ini terlihat dari visi dan misi perusahaan.

Sejak berdirinya PT.Inalum pada tahun 1976, kehidupan penduduk berubah warna. Beberapa penduduk memiliki kesempatan untuk bekerja sebagai karyawan perusaha ini. Selain itu, perusahaan juga menyediakan sejumlah fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh penghuninya. Misalnya saja dalam hal pengelolaan kesehatan warga sekitar lingkungan perusahaan, memberikan program Corporate Social

Responsibility (CSR) dan dukungan kepada area lain di luar area PT. Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Inalum biasa terhadap sektor pendidikan di bidang pemberdayaan masyarakat, bidang olahraga dan budaya. Masalah keagamaan dan lembaga public (Maulania, 2019).

Selain itu, bantuan material berupa 4.444 unit becak dan mesin penggilingan padi keliling akan diberikan kepada daerah sekitar kawasan PT Inalum, serta pelatihan khusus akan diberikan kepada daerah sekitar untuk melatih dan meningkatkan keterampilan serta tenaga kerjanya. nantinya akan memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar (Siregar, 2021).

Maka dalam hal ini PT. Inalum yang merupakan salah satu BUMN dan sebagai satu satunya perusahaan berperan serta dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan melalui program program perkembangan masyarakat yang bersumber dari dana tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR) yang dikelola langsung oleh SGC (Sasmita, 2024).

Seksi government and community relation (SGC) tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan. Beragam kegiatan dilakukan untuk menunjang aktivitas perusahaan sehari-hari, khususnya dalam bagian penataan publik internal dan eksternal perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan dari PR yakni membina hubungan dengan publik perusahaan dengan melaksanakan program CSR (Mukkarom & Laksmana, 2015)

Dalam hal ini PT.Inalum memberikan program CSR nya melalui bantuan terhadap UMKM di kab. Batubara. PT Inalum sebagai perusahaan telah mendorong lebih dari 200 entitas UMKM yang tersebar di seluruh Sumatera Utara sekitar kawasan operasional perusahaan. Bantuan terdiri dari bantuan modal, bantuan alat usaha, pelatihan, pendampingan, hingga promosi produk (Inalum.id).

Usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) telah berkontribusi terhadap perekonomian dunia sebesar 90%. UMKM juga dipandang telah berkontribusi sebesar 99,99% terhadap perekonomian Indonesia. UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja (Abdullah, 2023).

Dengan kemampuan UMKM memberikan kontribusi bagi penguatan ekonomi di Indonesia membuktikan bahwa UMKM sangat memiliki potensi untuk di tumbuhkan sehingga besar kemungkinan dapat meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian Indonesia (Marpaung, 2024).

Peranan sentra industri strategis yang sudah *go internasional* seperti pengembangan PT.Inalum lokasi industri Kuala Tanjung yang telah ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus yang terhubung dengan KEK adalah pengembangan kawasan industri KIM (Kawasan Industri Medan). Letak daerah yang strategis membuat Kab.Batubara ber- Ibukota Limapuluh, berada di jalur

pesisir pantai dan mempunyai potensi daerah pada sektor industri, pertanian, perikanan dan perkebunan.

Kemampuan daerah yang menjual potensi suatu daerah merupakan faktor penting dalam keberhasilan pemasaran daerah. Kemampuan mempublikasikan hal ini juga harus didukung dengan terciptanya iklim yang kondusif dan mendukung investasi di daerah, seperti memberikan jaminan keamanan dan kepastian hukum bagi investasi di daerah. Pemerintah daerah harus mampu menghasilkan peraturan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menarik investor Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) sekaligus memberdayakan investor lokal. Keberhasilan pemerintah daerah dalam mengelola faktor-faktor tersebut akan mampu mendorong peningkatan daya saing daerah dalam menarik investor. Perbaikan iklim investasi juga akan berdampak pada UMKM (Simatupang, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maghfirah Inzani Maulania di Desa Sei Suka Deras Kabupaten Batubara terdapat hasil dampak berdirinya PT.Inalum terhadap masyarakat dalam bidang ekonomi di desa Sei Suka Deras antara lain adalah membuka lapangan pekerjaan terhadap masyarakat di Desa Sei Suka Deras yang dulunya hanya daerah biasa yang kurang berkembang maka menjadi lebih berkembang dan maju dengan menjadi daerah kawasan industri dengan banyaknya yang menggantungkan pekerjaan atau usaha dari PT.Inalum. menjadi perusahaan yang besar namun tidak pula melupakan keadaan masyarakat sekitar perusahaan.

Berdasarkan Pemaparan diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana Pola Komunikasi SGC PT. Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM pertumbuhan ekonomi lokal di batubara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pola komunikasi SGC PT. Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM pertumbuhan ekonomi lokal di batubara.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang mengungkapkan mengapa penelitian ini harus dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pola komunikasi SGC dalam mensosialisasikan program Bina UMKM pada pertumbuhan ekonomi lokal batubara.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Penelitian ini sebagai tugas akhir studi dalam menyelesaikan Sarjana (S1), berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi dan dapat menjadi tambahan referensi karya ilmiah,.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan pemahaman tentang pola komunikasi yang efektif dalam mensosialisasikan

program bina UMKM.pada pemerintah dan lembaga lain yang terkait dengan pengembangan UMKM di Batubara untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pengembangan UMKM.

c. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam studi ilmu komunikasi, khususnya menganalisis pola komunikasi SGC PT. Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bagian ini berisi tentang uraian yang relevan dengan pola komunikasi SGC PT.INALUM dalam mensosialisasikan bina umkm pada pertumbuhan ekonomi lokal Pada bab II ini juga akan disajikan anggapan dasar penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini mengungkapkan dan menguraikan bagaimana metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini, seperti jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik

analisis data, lokasi dan waktu penelitian, serta deskripsi singkat mengenai objek penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi uraian dan penjabaran analisis hasil data riset penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi tentang simpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Komunikasi

Ketika membahas tentang pengertian komunikasi, tidak ada definisi yang universal atau hanya satu definisi komunikasi yang tepat. Masing-masing ahli memberikan penjelasan yang berbeda sesuai dengan bidang keahlian mereka, sehingga pengertian komunikasi sangat bervariasi dan beraneka ragam (Hariyanto, 2021).

Komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia dan interaksi sehari-hari. Secara khusus, komunikasi terjadi dalam masyarakat terkecil - keluarga. Dalam komunikasi, umpan balik diharapkan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan (Fitria & Pohan, 2021).

Komunikasi dalam pengertian terminologis mengacu pada proses di mana seorang individu menyampaikan sebuah pernyataan kepada individu lainnya. Dalam hal ini, yang terlibat dalam komunikasi adalah orang. Oleh karena itu, merujuk pada pandangan Ruben dan Steward (1998:16) tentang komunikasi, yaitu: Human communication is the process through which individuals –in relationships, group, organizations and societies— respond to and create messages to adapt to the environment and one another (Handayani, 2011).

Dalam (Umiyati, 2022) juga mengemukakan bahwa komunikasi dapat didefinisikan oleh beberapa ahli yaitu:

- a. Theodore M. Newomb : komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima
- b. Gerald R. Miller : komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima
- c. Everett M. Roger : komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka

DeVito dalam (Mucharam, 2022) mengatakan komunikasi merujuk pada proses di mana satu atau lebih individu mengirimkan dan menerima pesan yang dipengaruhi oleh gangguan, berlangsung dalam konteks tertentu, memiliki dampak tertentu, dan memberikan kemungkinan untuk memberikan umpan balik.

Pandangan ini menganggap komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan sebab dan akibat atau aksi dan reaksi yang bersifat timbal balik. Seseorang menyampaikan informasi, baik dalam bentuk lisan maupun non-lisan, kemudian pihak penerima memberikan reaksi dengan tanggapan, baik secara lisan atau non-lisan. Setelah itu, orang pertama memberikan reaksi kembali setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan proses ini terus berlanjut.

2.1.1.1 Pola Komunikasi

Pola komunikasi sering disebut sebagai model, yaitu suatu sistem yang terdiri dari berbagai elemen yang saling terhubung dalam rangka mencapai tujuan pendidikan masyarakat. Proses pola komunikasi dirancang untuk menggambarkan

realitas keterhubungan antara elemen-elemen yang terlibat serta kesinambungan, agar memudahkan pemikiran dengan cara yang sistematis dan logis (Ummah, 2019).

Syaiful Bahri Djamarah dalam (Zefanya, 2024) mengatakan pola komunikasi yang efektif terdapat pola – pola yang dapat dilihat pola komunikasi diartikan sebagai interaksi antara dua orang atau lebih yang terlibat dalam proses mengirim dan menerima informasi dengan akurat, sehingga terjadi pemahaman dan penerimaan terhadap informasi tersebut.

Pace & Faules dalam (Thabroni, 2022) mengemukakan pola komunikasi dapat dipahami sebagai metode seseorang atau sekelompok individu dalam berinteraksi dengan memanfaatkan simbol-simbol yang telah disetujui. Dari penjelasan tersebut, bisa disimpulkan bahwa pola komunikasi merupakan suatu bentuk yang relatif tetap, yang dibangun dari kebiasaan suatu kelompok saat berinteraksi, berbagi informasi, pendapat, dan pesan lainnya, yang digambarkan dalam suatu struktur yang sederhana dan teratur.

Effendy dalam (Yohanah & Setyawan, 2017) menguraikan pola komunikasi memiliki beberapa jenis terdiri atas 3 macam yaitu :

- a. Pola komunikasi linear merujuk pada cara penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan, baik dengan bantuan media maupun tanpa, tanpa terdapat respons dari penerima.
- b. Pola komunikasi timbal balik atau dua arah adalah ketika kedua pihak, yaitu komunikator dan komunikan, saling bertukar peran dalam menjalankan tugas mereka. Di tahap awal, komunikator berperan sebagai komunikan, dan di tahap selanjutnya, mereka bergantian peran satu sama lain.

- c. Pola komunikasi interaksional adalah suatu proses di mana komunikasi berlangsung dalam kelompok yang lebih besar, di mana pengirim dan penerima pesan akan saling berbagi ide melalui dialog.

Saefullah (2005) dalam (Riadi, 2023) mengatakan terdapat lima bentuk pola komunikasi yang sering digunakan untuk berkomunikasi dalam kelompok kerja, yaitu sebagai berikut

- a. Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak, informasi dan memecahkan masalah dengan sasaran/persetujuan anggota lainnya. Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lainnya, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.
- b. Pola Bersambung atau rantai adalah pola yang menawarkan aliran informasi yang lebih seimbang antar anggota meski dua individu (yang berada di kedua ujung rantai) hanya berinteraksi dengan satu orang lain. Pola ini menganut model hubungan komunikasi garis langsung (komando) tanpa terjadi suatu penyimpangan. Pola rantai terjadi jika seseorang berkomunikasi kepada seseorang yang lain, dan seterusnya. Pola komunikasi bersambung ini biasanya berlaku ketika sebuah pekerjaan dalam kelompok lebih bersifat berkelanjutan.
- c. Pada pola huruf Y, sekalipun sumber informasi berasal dari satu sumber (nomor 1), tetapi dalam proses penyebarannya kepada seluruh anggota tidak selalu harus melalui dirinya. Informasi tersebut dapat disebarkan melalui dirinya (nomor 2, 4, dan 5) maupun melalui anggota yang lain (nomor 3 mendapatkan informasi dari nomor 2). Pola komunikasi yang dilakukan dalam sebuah kelompok dimana pemimpin

melakukan delegasi atau pelimpahan wewenang atau kepercayaan kepada sebagian dari anggota kelompoknya.

Dengan kata lain pola komunikasi dapat disimpulkan merupakan sebuah sistem yang terdiri dari beragam elemen yang saling terhubung untuk meraih tujuan pendidikan masyarakat. Pola komunikasi yang efektif mencakup interaksi antara dua individu atau lebih yang terlibat dalam proses pengiriman dan penerimaan informasi dengan tepat. Ada tiga tipe pola komunikasi, yaitu: pola komunikasi satu arah, timbal balik (dua arah), dan banyak arah. Pola komunikasi satu arah tidak melibatkan tanggapan dari penerima, sedangkan pola komunikasi timbal balik dan banyak arah melibatkan interaksi yang lebih dinamis dan saling bertukar ide.

2.1.1.2 Teori Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility secara umum bias didefinisikan dengan seperti yang dijelaskan oleh Widjaja dan Yeremia dalam (Baden & Wilkinson, 2021) dinyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu kolaborasi antara eksekutif perusahaan dan semua pihak penting yang memiliki keterkaitan, baik secara langsung maupun tidak, dengan perusahaan. Tujuan dari kerjasama ini adalah untuk menjamin kelangsungan aktivitas dan eksistensi *sustainability* perusahaan. Pemahaman ini sejalan dengan prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang mencerminkan dedikasi perusahaan dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, memperbaiki kualitas hidup dan lingkungan demi kepentingan bisnis, masyarakat setempat, serta masyarakat luas.

Menurut pendapat beberapa ahli dalam (Wicaksana, 2024) *Corporate Social Responsibility* (CSR) biasa didefinisikan secara umum dengan :

- a. Menurut Hendrik (2008:1), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan dedikasi perusahaan atau sektor usaha untuk ikut serta dalam meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan dengan mengutamakan tanggung jawab sosial dan fokus pada keseimbangan antara perhatian terhadap elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan.
- b. Menurut Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto (2017), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah suatu ide yang menyatakan bahwa organisasi, khususnya perusahaan, memiliki kewajiban kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam semua aspek kegiatan bisnis mereka. CSR adalah suatu bentuk komitmen dari perusahaan untuk mempertanggungjawabkan hasil-hasil dari kegiatan operasional mereka dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan serta berupaya terus-menerus untuk memastikan bahwa hasil tersebut memberikan keuntungan bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
- c. Menurut Totok Mardikanto (2018:92), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah suatu ide di mana perusahaan menyatukan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnis serta dalam hubungan dengan para pemangku kepentingan secara sukarela, yang memungkinkan keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Dengan ini dapat disimpulkan definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pandangan dari para ahli adalah bahwa Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan (CSR) adalah sebuah konsep yang menekankan perlunya bisnis untuk memperjelas tindakan mereka kepada masyarakat, lingkungan, dan pihak berkepentingan lainnya. CSR lebih dari sekedar kewajiban; ini mewakili dedikasi organisasi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan alam sekitarnya. Dalam kerangka ini, CSR dipandang sebagai sebuah pendekatan yang menggabungkan fokus pada masalah sosial dan lingkungan dengan operasi bisnis, serta keterlibatan sukarela dengan para pemangku kepentingan. Tujuan utama CSR adalah untuk mencapai kemakmuran bisnis yang langgeng sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan dibahas di banyak forum dengan cara yang sangat aktif. Arti, cara pendekatan, dan bahkan istilah yang dipakai selalu menjadi subjek perdebatan. Terdapat istilah yang digunakan secara bertukar untuk menjelaskan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu *Teori Triple Bottom Line* (Kholis, 2020).

Teori Triple Bottom Line memiliki konsep pembangunan keuntungan, masyarakat, dan lingkungan. Keuntungan mengacu pada pendapatan yang akan diraih oleh perusahaan, masyarakat berarti tanggung jawab terhadap aspek sosial, dan lingkungan menunjukkan tanggung jawab terhadap alam. Dengan memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, pencapaian pembangunan yang berkelanjutan akan menjadi lebih mudah (Michael et al., 2019).

Triple bottom line (TBL) pertama kali dipopulerkan oleh Elkington J. (1994) dalam bukunya *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. *Triple bottom line* dikembangkan oleh Elkington menjadi tiga

istilah yaitu *economy prosperity* (nilai harta kekayaan ekonomi), *environmental quality* (kualitas lingkungan hidup), dan *social justice* (keadaan sosial), atau biasa dikenal dengan istilah *people*, profil dan planet (Lumi et al., 2023).

Konsep TBL menegaskan bahwa kinerja sebuah perusahaan tidak hanya bergantung pada keuntungan finansial, tetapi juga pada efek serta upaya perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan (Mushowirotnun, 2020). Penelitian ini menggunakan teori triple bottom line untuk mengetahui pola komunikasi SGC PT.Inalum dalam mensosialisasikan bina UMKM pada pertumbuhan ekonomilokal dibatubara melalui tiga dimensi kerja yaitu sosial, lingkungan dan keuangan.

2.1.2 CSR dan SGC PT.Inalum

PT Indonesia Asahan Aluminium didirikan dengan status awal sebagai Perusahaan Modal Asing. Sebagai PMA, kepemilikan INALUM berada dalam dua entitas besar yaitu Pemerintah Indonesia dan Nippon Asahan Co.Ltd. Pemutusan kontrak dilakukan oleh Pemerintah Indonesia terhadap Konsorsium Perusahaan asal Jepang berlangsung pada 9 Desember 2013, dan secara de jure INALUM resmi menjadi BUMN pada 19 Desember 2013 setelah Pemerintah Indonesia mengambil alih saham yang dimiliki pihak konsorsium. PT INALUM (Persero) resmi menjadi BUMN ke-141 pada tanggal 21 April 2014 sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 2014 (inalum.id).

PT Indonesia Asahan Aluminium (INALUM) merupakan badan usaha milik pemerintah yang bergerak di bidang produksi aluminium, yang berkantor pusat di Sumatera Utara. Sebagai organisasi bisnis, Inalum bertanggung jawab tidak hanya sekedar mencari keuntungan, namun juga memberikan kontribusi positif kepada

masyarakat setempat. Oleh karena itu, program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dipandang sebagai komponen penting dalam strategi perusahaan untuk mendorong pembangunan ekonomi di wilayah tersebut (Maulania, 2019).

PT Indonesia Asahan Aluminium (INALUM) adalah perusahaan milik negara yang berperan sebagai agen pengembangan dan pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan ini tidak hanya dirasakan di tingkat nasional, tetapi juga telah memberikan perubahan ekonomi yang signifikan di daerah-daerah, seperti di kawasan pabrik peleburan perusahaan yang terletak di Kabupaten Batubara.

Citra sebuah perusahaan juga menjadi titik awal dari keberhasilan, kestabilan dalam aspek keuangan, hubungan yang kuat dengan industri, reputasi sebagai penyedia lapangan kerja, serta kesediaan untuk mengambil tanggung jawab sosial dan komitmen kepada komunitas. Citra perusahaan dapat dibangun berdasarkan empat aspek, yaitu mutu, hasil, tanggung jawab, dan daya Tarik (Febyola, 2023).

Seksi government and community relation (SGC) tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan. Beragam kegiatan dilakukan untuk menunjang aktivitas perusahaan sehari-hari, khususnya dalam bagian penataan publik internal dan eksternal perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan dari PR yakni membina hubungan dengan publik perusahaan dengan melaksanakan program CSR (Inalum.id)

Pengelolaan divisi SGC dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan sangat penting bagi perusahaan dimana divisi SGC membuat program TJSL (TJSL). Program TJSL merupakan komitmen perusahaan terhadap

pembangunan berkelanjutan di antara nya pendidikan, lingkungan dan ekonomi (Inalum.id).

Maka dalam hal ini PT. Inalum yang merupakan salah satu BUMN dan sebagai satu satunya perusahaan berperan serta dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan melalui program program perkembangan masyarakat yang bersumber dari dana tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR) yang dikelola langsung oleh SGC (Sasmita, 2024)

Implementasi tanggung jawab sosial yang baik oleh perusahaan akan memberikan keuntungan positif untuk perusahaan, termasuk citra yang baik di masyarakat. Melalui beragam program CSR yang dijalankan oleh PT. INALUM, perusahaan dapat berkontribusi dalam mewujudkan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat, terutama untuk masyarakat lokal batubara (Sasmita, 2024).

Saat ini PT. Inalum berfokus memberikan kontribusinya pada bidang sosial kepada masyarakat. Salah satu inisiatif sosial ini terwujud dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat melalui penyelenggaraan pelatihan untuk UMKM dan penyediaan modal usaha bagi warga batubara. Melalui pojok UMKM dikelola oleh KMBI atau Keluarga Mitra Binaan Inalum sendiri bukanlah program wajib yang dibebankan oleh pemerintah kepada BUMN. Ini merupakan inisiatif dari Inalum untuk memberikan kontribusi dan bantuannya kepada masyarakat (Susilo, 2025).

2.1.3 Hambatan Komunikasi

Segala sesuatu yang menghambat kelancaran komunikasi disebut sebagai gangguan atau noise. Istilah "noise" diambil dari dunia kelistrikan, yang merujuk

pada kondisi tertentu dalam sistem yang menyebabkan gangguan atau pengurangan akurasi fungsi. Misalnya, pencetakan huruf yang tumpang tindih dalam sebuah surat kabar atau majalah dapat mengganggu pembaca.

Demikian pula, jika seorang penyiar mengucapkan kata-kata dengan cara yang tidak tepat, hal ini dapat mengganggu pemahaman pendengarnya. Selain itu, penggunaan kosa kata atau kalimat yang tidak familiar bagi audiens juga dapat menjadi gangguan. Terlebih lagi, penggunaan istilah asing yang sulit dipahami dapat berfungsi sebagai noise yang sebaiknya dihindari oleh perusahaan (Nurdianti, 2014).

Wursanto (2005) dalam (Damayanti & Purnamasari, 2019) meringkas hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu:

- a. Hambatan teknis muncul akibat kurangnya fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan untuk komunikasi yang efisien, kurangnya pengetahuan mengenai metode dan taktik komunikasi, serta kondisi fisik yang mengganggu proses komunikasi. Kondisi fisik ini dapat diklasifikasikan dalam masalah yang berkaitan dengan keadaan fisik individu, faktor situasional yang menyangkut waktu, dan keadaan peralatan yang digunakan.
- b. Hambatan semantik muncul dari kesalahan dalam interpretasi dan salah paham yang berkaitan dengan bahasa (termasuk kata-kata, kalimat, dan kode) yang dipakai saat proses pertukaran komunikasi.
- c. Hambatan perilaku atau kemanusiaan disebabkan oleh berbagai sikap atau tindakan yang ditunjukkan baik oleh pengirim maupun penerima pesan. Hambatan perilaku ini dapat tampak dalam berbagai bentuk, termasuk:

prasangka, bias emosional, lingkungan yang bersikap otoriter, penolakan untuk berubah, dan kecenderungan untuk mementingkan diri sendiri.

Selain itu, ada beberapa hambatan komunikasi CSR yang menghambat berjalannya program CSR :

- a. Kurangnya kesadaran tentang CSR (Kotler dan Lee, 2005) Jika masyarakat tidak menyadari tentang program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan, maka komunikasi tentang program tersebut tidak akan efektif.
- b. Keterbatasan sumber daya (Waddock, 2004) Keterbatasan sumber daya, seperti biaya, waktu, dan tenaga, dapat menghambat komunikasi tentang program CSR.
- c. Perbedaan bahasa dan budaya (Hofstede, 2001): Perbedaan bahasa dan budaya antara perusahaan dan masyarakat dapat menghambat komunikasi tentang program CSR.

2.2 Anggapan Dasar

Pola komunikasi yang digunakan oleh SGC PT. Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM memiliki pengaruh signifikan terhadap UMKM yang ikut dalam program tersebut. Selain itu, diasumsikan bahwa program bina UMKM yang diselenggarakan oleh SGC PT. Inalum dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal di Batubara, dan pola komunikasi yang efektif dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat meningkat, kurangnya pengangguran, dan menjadi contoh untuk daerah – daerah lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif. Pilihan pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari secara mendalam proses fenomena dan ilmu – ilmu sosial dalam mensosialisasikan bina UMKM SGC PT.Inalum. Dalam penelitian ini, istilah yang digunakan untuk subjek penelitian informan atau narasumber (A. Saleh & Hardiyanto, 2023).

Singarimbun dan Effendi dalam (Hasibuan, 2022) mengatakan penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang menggunakan berbagai metode dengan fokus khusus, yang melibatkan penafsiran dan berlandaskan situasi alami dari subjek yang diteliti. Ini menunjukkan bahwa penelitian kualitatif mengeksplorasi hal-hal dalam konteks kehidupan nyata mereka, berupaya untuk memahami dan menjelaskan fenomena sesuai dengan makna yang diberikan oleh masyarakat. Penelitian ini mencakup pengumpulan dan analisis berbagai jenis materi empiris, termasuk studi kasus, pengalaman pribadi, analisis introspektif, biografi, wawancara, pengamatan, kajian sejarah, interaksi, serta teks visual yang menggambarkan rutinitas, tantangan, serta makna kehidupan individu.

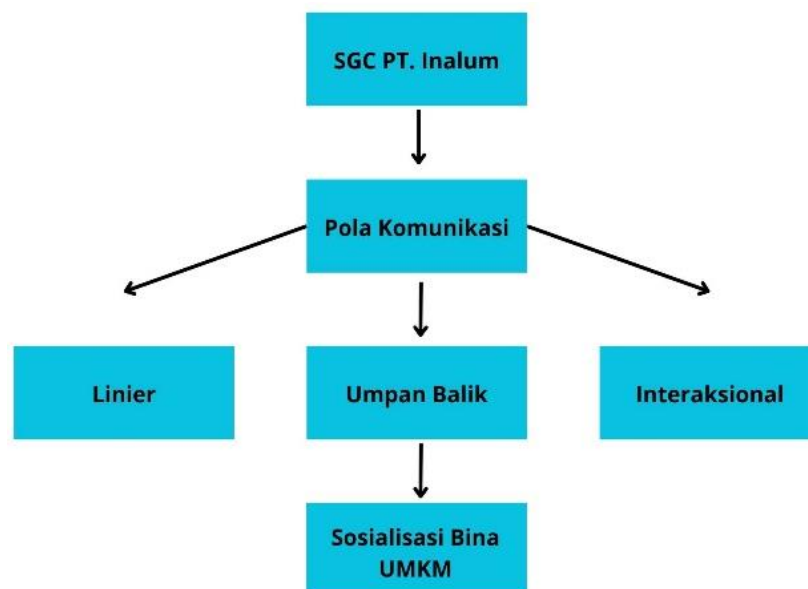
3.2 Kerangka Konsep

Sugiyono (2014) dalam (Academia, 2023) mengungkapkan kerangka konsep merupakan hubungan teoritis antara variabel-variabel dalam penelitian, yaitu antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diamati atau diukur. Dalam

penelitian ini, kerangka konsep berfungsi sebagai alat untuk menjelaskan dan menguraikan fenomena yang terjadi dengan memanfaatkan konsep pengurangan penawaran dan permintaan serta konsep kejahatan transnasional.

Dengan menggunakan pola komunikasi yang efektif, SGC PT.Inalum dapat mencapai tujuan sosialisasi bina UMKM, yaitu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program tersebut. Melalui pola komunikasi dalam sosialisasi bina UMKM dapat diwujudkan secara efektif dan efisien. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan Peneliti 2025

3.3 Definisi Konsep

Singarimbun dan Effendi dalam (Akhmaddhian & Yuhandra, 2018) menjelaskan bahwa konsep merupakan istilah dan definisi yang digunakan untuk secara abstrak menggambarkan suatu kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi fokus dalam ilmu sosial.

Dengan menggunakan konsep, peneliti diharapkan dapat menyederhanakan pemikirannya dengan satu istilah yang mencakup beberapa kejadian yang saling terkait. Istilah ini berfungsi untuk mewakili realitas yang kompleks. Adapun yang menjadi definisi konsep di kerangka konsep yang diuraikan di atas adalah:

a. SGC PT.Inalum

Seksi government and community relation (SGC) merupakan Humas PT.Inalum yang bertugas mengelola program CSR. SGC PT. Inalum harus merencanakan strategi komunikasi yang efektif, mengembangkan konten komunikasi yang menarik dan informatif, mengelola media komunikasi yang efektif, melaksanakan acara - acara komunikasi mengumpulkan umpan balik dari masyarakat, mengembangkan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, mengelola citra PT. Inalum, dan mengukur efektifitas program bina UMKM dan komunikasi yang dilakukan. Dengan demikian, SGC PT. Inalum dapat membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program bina UMKM, serta meningkatkan citra PT. Inalum sebagai perusahaan yang peduli terhadap pengembangan UMKM dan masyarakat.

b. Pola komunikasi

Pola komunikasi yang digunakan adalah komunikasi linier, komunikasi umpan balik, dan interaksional. Komunikasi linier digunakan untuk menyampaikan informasi tentang program bina UMKM kepada masyarakat, sedangkan komunikasi umpan balik digunakan untuk memperoleh tanggapan dan umpan balik dari masyarakat tentang program tersebut. Sementara itu, komunikasi

interaksional digunakan untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran tentang program bina UMKM.

c. Sosialisasi Bina UMKM

PT. Inalum sebagai perusahaan yang peduli terhadap pengembangan UMKM dan masyarakat. Tujuan lainnya adalah untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap PT. Inalum, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian lokal. Dengan demikian, SGC atau Humas PT. Inalum dapat membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program bina UMKM, serta meningkatkan citra PT. Inalum sebagai perusahaan yang peduli terhadap pengembangan UMKM dan masyarakat.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian diartikan sebagai proses mengelompokkan data ke dalam kategori yang relevan berdasarkan karakteristik bersama.

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Pola Komunikasi	Komunikasi linear Komunikasi umpan balik Komunikasi interaksional
2.	SGC PT.Inalum	Corporate social responsibility (CSR)
3.	Bina UMKM	Bantuan Modal Bantuan Promosi Produk Bantuan Alat Usaha Bantuan Pelatihan

Sumber : Olahan Peneliti 2025

3.5 Informan atau Narasumber

Informan adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan atau pengalaman khusus dapat memberikan wawasan atau informasi yang mendalam (Leda, 2024). Adapun informan dari penelitian ini merupakan pegawai SGC PT.Inalum yang memiliki pengetahuan sehingga dapat memberikan informasi mengenai bina UMKM di PT.Inalum.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, cara pengumpulan data umumnya melibatkan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Selain itu, tidak kalah pentingnya adalah pemanfaatan sumber informasi non-manusia, seperti dokumen dan rekaman yang ada. Proses pengumpulan data ini juga mencakup berbagai aktivitas tambahan lainnya, seperti membangun hubungan, pemilihan narasumber, serta pencatatan data atau informasi yang diperoleh (Kawasati, 2015).

a. Wawancara

Wawancara digunakan baik dalam penelitian. Metode ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan data berupa pandangan, pengalaman, dan persepsi mereka (Ardiansyah et al., 2023). Pengumpulan data penelitian ini akan menggunakan wawancara terstruktur agar mendapatkan data yang akurat dari informan terkait.

b. Observasi

Observasi merupakan proses pemilihan dan pencatatan tindakan individu dalam lingkungan mereka. Pendekatan ini bermanfaat untuk menciptakan deskripsi yang komprehensif mengenai organisasi atau kejadian, untuk mendapatkan data

yang tidak dapat dicapai, serta untuk melakukan studi ketika metode lain tidak mencukupi. Observasi mengembangkan pemahaman yang mendalam dan kaya mengenai fenomena, keadaan, dan perilaku subjek yang diteliti. Penelitian ini akan menggunakan teknik observasi berupa melakukan pengamatan secara langsung di Kantor PT.Inalum yang berlokasi di Jalan Kuala Tanjung, Kec. Sei Suka, Kab Batubara, Sumatera Utara

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian berupa analisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diteliti (Prasetia, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti juga akan mengumpulkan informasi melalui dokumentasi, yaitu dengan mencari data yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dilaksanakan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, di mana analisis dilakukan berdasarkan data yang telah diperoleh. Dari data tersebut, peneliti kemudian mengembangkan dugaan atau kesimpulan sementara. Berdasarkan kesimpulan awal ini, proses pencarian data dilakukan secara berulang agar dapat diketahui apakah dugaan tersebut dapat diterima atau ditolak, berdasarkan data yang terkumpul. Selain itu, peneliti juga mensintesis data, mencari pola-pola, serta menemukan elemen-elemen yang penting dan relevansi pembelajaran yang didapat, sehingga dapat menentukan informasi apa yang layak untuk disampaikan kepada orang lain (S. Saleh, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yaitu dengan:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan saat melakukan pengumpulan data awal atau pengumpulan data. Data yang terkumpul melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian diolah dan analisis secara sistematis (Prasetia, 2022).

b. Reduksi data

Mereduksi data berarti mengambil inti informasi, memilih aspek-aspek yang dianggap krusial, dan memusatkan perhatian pada elemen-elemen yang paling signifikan, serta mengeksplorasi tema dan pola. Data yang telah dirangkum akan memberikan pemahaman yang lebih baik dan membantu dalam pengumpulan data selanjutnya (Sasmita et al., 2024).

c. Penyajian Data

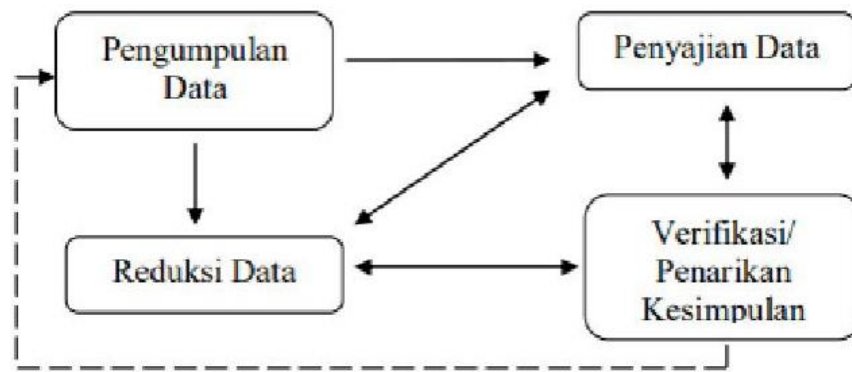
Penyampaian data adalah mempresentasikan sekumpulan informasi yang terstruktur yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan dan mengambil langkah. Penyampaian data yang dimaksudkan dapat dalam bentuk teks naratif, serta dapat disajikan dalam format tabel, grafik, dan lainnya. Dengan menyajikan data dalam format tampilan, data dapat teratur dan disusun dalam pola yang saling berhubungan, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami (Prasetia, 2022).

d. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan yang terakhir dalam analisis data adalah mengambil kesimpulan. Kesimpulan ini dihasilkan dari pengurangan data dan penyajian data. Oleh

karena itu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat saja menjawab pertanyaan yang telah ditetapkan sejak awal (Firdausi, 2020).

Tabel 3.2 Prosedur Dan Tahapan Penelitian Kualitatif



3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi yang akan digunakan pada pelaksanaan penelitian ini bertempat di Bagian Seksi Goverment & Community Relation PT.Inalum yang berlokasi di Jalan Kuala Tanjung, Kec. Sei Suka, Kab Batubara, Sumatera Utara 21258. Kegiatan penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2025 hingga Selesai.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Data informan

Berdasarkan teknik pengumpulan data yang terdapat pada bagian metode penelitian, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Pada tahap wawancara dilakukan dengan 6 orang informan yang dianggap memiliki pengalaman dan kompetensi terhadap objek penelitian. Informan yang diwawancarai tersebut merupakan pimpinan kepala kantor medan, tim pelaksana program Bina UMKM dan pelaku UMKM yg menerima bantuan.

Adapun data informan dari hasil penelitian ini, yaitu :

Gambar 4.1 Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Jabatan
1.	Julian Faisal Armisal	Pria	47	Pimpin Kantor Perhubung Medan
2.	Thaofan Dinar	Pria	32	Community Development Officer
3.	Eka Aulia Nasution	Pria	42	Pemilik Usaha Roti Kacang Hj. Eliya Lubis
4.	Helika Yanti	Wanita	40	Pemilik Usaha Dapoer Fayzha
5.	Devi Syarianum	Wanita	31	Pemilik Usaha Dagang Endes
6.	Usleni	Wanita	43	Pemilik Usaha Turunan Cabe

Sumber : Olahan Peneliti 2025

4.1.2 Hasil Wawancara Informan

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan proses tanya jawab secara tatap muka pertemuan antara peneliti dengan narasumber. Untuk melengkapi proses wawancara mendalam ini, peneliti mempersiapkan 18 pertanyaan untuk narasumber terkait. Dalam wawancara ini peneliti memilih pimpinan kepala kantor SGC medan, tim pelaksana program Bina UMKM dan pelaku UMKM yang menerima langsung bantuan. Kegiatan wawancara dimulai dengan perkenalan terlebih dahulu dan menyampaikan maksud dan fokus dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam wawancara ini, narasumber diminta menjawab dengan persepsi mereka dan keadaan sesungguhnya tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada kepala pimpinan kantor medan bapak Julian dan tim pelaksana program, apakah visi utama dari program Bina UMKM, Narasumber mengatakan :

Bapak Julian mengatakan :

“ Visi utamanya yaitu melalui program Bina UMKM termasuk dalam program CSR program kemitraan dan pengembangan masyarakat yang sejalan dengan visi misi perusahaan memberikan subangsi untuk pertumbuhan ekonomi daerah ”

Bapak Thoufan mengatakan :

“ Visi utama inalum dalam program ini berpartisipasi dalam memberdayakan masyarakat sekitar melalui Corporate Social Responsibility (CSR) yang tepat, dan Program Kemitraan dan Pengembangan Masyarakat ”

Bapak Julian yang menjabat sebagai kepala pimpinan kantor dan Bapak Thaofan sebagai tim pelaksana program membenarkan bahwa visi utamanya program ini sejalan dengan visi perusahaan yaitu melakukan program CSR melalui pertumbuhan ekonomi batubara dengan program Bina UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara, Inalum menggunakan media atau komunikasi seperti apa dalam menyebarkan informasi program Bina UMKM ini,

Bapak Julian mengatakan :

“ Awalnya sih biasanya dengan survey Artinya dari Inalum terjun langsung ataupun ada informasi dari pemerintah desa atau pemerintah kabupaten, pokoknya pemerintah yang paham. Kalau memang ada yang gak harus dari surat mereka sih, artinya Inalum juga terjun langsung secara sendiri mencari pelaku UMKM yang memang dapat kita support dan bantu. Inalum melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk memudahkan informasi tersebar ke masyarakat dan sejauh ini kendalanya tidak ada karna tujuan pemerintah daerah dan inalum sama ingin mengembangkan UMKM ”

Bapak Thaofan mengatakan :

“ Informasi ini biasanya disebarkan dengan media sosial, rapat koordinasi dan sosialisasi dengan pemerintah desa. Inalum melakukan kerjasama dengan pemerintah desa agar mempermudah informasi tersebar setelah itu tim pelaksana melakukan survey untuk menganalisis layak atau tidak UMKM diberikan bantuan ”

Menurut bapak Julian dan bapak Thaofan mengatakan bahwa Inalum telah melakukan penyebaran informasi program Bina UMKM melalui kerjasama dengan pemerintah kabupaten sehingga dalam penyebaran informasi tidak terdapat kendala, hal ini dilakukan karena visi pemerintah daerah dengan Inalum untuk mensejahterakan masyarakat dengan adanya program ini.

Berdasarkan hasil wawancara, apakah inalum dan pemerintah daerah melakukan evaluasi dalam menjalankan program ini.

Bapak Julian mengatakan :

“ Setiap kegiatan program bina UMKM pasti dilakukan evaluasi. Ada pembuatan laporan baik dihitung mingguan, bulanan, tahunan. Biasanya disesuaikan dengan programnya ada seperti monitoring. Lapornya juga biasanya diupload di website inalum sebagai laporan berkelanjutan setiap tahunnya ”

Bapak Thaofan mengatakan :

“ Inalum mengadakan pertemuan langsung dengan para UMKM yang bergabung dalam sesi diskusi terbuka antara perusahaan dengan pemerintah desa dalam rangka evaluasi program. Inalum membuat laporan hasil evaluasi dan diupload di website inalum setiap tahunnya. ”

Menurut bapak Julian dan bapak Thaofan, inalum dan pemerintah daerah selalu melakukan evaluasi dengan pembuatan laporan dan inalum membuat laporan berkelanjutan setiap tahunnya yang akan di upload di website inalum sehingga masyarakat bisa melihat perkembangan dari program bina UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara, adakah tantangan yang dihadapi oleh SGC PT.Inalum dalam menjalankan program ini.

Bapak Thaofan mengatakan:

“ Tantanganya adalah sebagian besar UMKM belum memiliki jaringan pemasaran yang cukup luas, terkendala modal untuk pengembangan, dan pengetahuan packaging serta pengurusan ijin seperti PIRT, sertifikasi halal dan lain-lain, pengetahuan tersebut masih sangat terbatas. ”

Menurut bapak Thaofan, tantangannya yang dihadapi adalah dalam pemasaran modal, serta kurangnya pelatihan dan pengetahuan dalam mengurus perizinan seperti serifikasi halal dan lain lain. Sehingga inalum harus mengadakan pelatihan lebih detail untuk para UMKM agar bisa berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara, kolaborasi seperti apa yang dilakukan SGC PT.Inalum dan pemerintah daerah dalam mendukung UMKM lokal. Bapak Thaofan mengatakan

“ PT.Inalum melibatkan Dinas koperasi dan UKM dalam pemberdayaan UKM, seperti kerjasama pelatihan pengurusan PIRT, sertifikasi halal, dan BPOM.”

Menurut bapak Thaofan, inalum tidak hanya melibatkan pemerintah desan tapi juga dinas koperasi dan UKM dalam pengurusan izin, sehingga dapat mempermudah program ini berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara, apakah SGC PT.Inalum bahwa program bina UMKM yang diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dilakukan pertemuan langsung untuk membahas kebutuhan UMKM. Bapak Thaofan mengatakan :

“ SGC PT.Inalum melakukan Social Mapping/pemetaan sosial sebelum penyusunan perencanaan program dan setelah itu, mengadakan pertemuan langsung dengan pelaku UMKM untuk membahas kebutuhan mereka”

Menurut bapak Thaofan, inalum melakukan penyusunan rancangan program terlebih dahulu lalu mengadakan pertemuan untuk membahas kebutuhan

para UMKM agar mempermudah mereka mendata setiap kebutuhan yang diperlukan.

Berdasarkan hasil wawancara, apa indikator keberhasilan SGC PT.Inalum dalam meningkatkan perekonomian lokal melalui program ini. Bapak Thaofan mengatakan :

Bapak Julian mengatakan :

“ kalau ukuran keberhasilannya itu sih sebenarnya kan bisa kita lihat sih memang ada laporan berkelanjutan. Laporrannya merangkum semua kegiatan-kegiatan yang keterlibatan dari masyarakat sekitar dan memang contohnya ya ada peningkatan pendapatan masyarakat gitu. Seperti contohnya kan yang di Lubu Cui itu ada petanian cabe yang tadinya berapa kilo jadi berapa kilo gitu lah pendapatannya. Ya otomatis juga penciptaan lapangan kerja baru, terus ya peningkatan keterampilan pelaku UMKM, kemandirian usaha. Pastinya peningkatan kesejahteraan sosial lah.”

Bapak Thaofan mengatakan :

“Diukur dengan pendekatan metode Social Return On Investment (SROI), khususnya bagaimana UMKM tersebut berkembang meliputi : penambahan kapasitas produksi, meluasnya jaringan pemasaran, omset yang meningkat, serta penambahan tenaga kerja.”

Menurut Bapak Julian dan Bapak Thaofan, program ini berhasil atau tidak diukur melalui metode social return on invesment (SROI), sehingga mempermudah mengetahui perkembangan UMKM dalam kualitas produk, penambahan produksi, memasarkan produk ke jaringan yang lebih luas cangkupannya, mendata omset meningkat sehingga jika terjadi keberhasilan terdapat penambahan tenaga kerja dan membantu meningkatnya perekonomian

daerah. Tidak hanya itu, PT.Inalum membuat laporan berkelanjutan yang bisa dilihat peningkatan dalam proses program ini berhasil dijalankan.

Kemudian penulis bertanya dengan para pelaku UMKM yang terlibat langsung dalam program ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM yang terlibat dalam program Bina UMKM. Ada 4 narasumber yang di wawancarain mengenai adakah syarat khusus yang harus dipenuhi untuk mendapatkan bantuan modal, narasumber mengatakan :

Narsum 1, Bapak Eka mengatakan :

“ Ya syarat yang harus dipenuhi paling basic, seperti harus merupakan WNI, tidak memiliki akses dalam lembaga pendanaan atau perbankan, harus yang berlokasi yang dekat dengan perusahaan, merupakan usaha yang tidak berafiliasi dengan udaha menengah maupun besar, memiliki potensi prospek usaha untuk dikembangkan.”

Narsum 2, Ibu helika mengatakan :

“ Tidak ada syarat khusus sih, kalo mau ikut program ini hanya harus ikut anggota KMBI”

Narsum 3, Ibu Devi mengatakan :

“ Program ini syarat khususnya tidak ada ya, karna kita dapat informasi untuk bergabung dan memiliki produk serta terdaftar dalam anggota KMBI nanti dari tim programnya yang meninjau layak tidaknya UMKM menerima bantuan dalam bentuk apa”

Narsum 4, ibu Usleni mengatakan :

“Tidak ada syarat khusus, kita hanya perlu membuat surat dan bekerja sama dengan pemerintah daerah sehingga dapat bergabung dalam program ini serta mendapatkan bantuan.”

Menurut ke empat narasumber bahwa inalum tidak memberikan syarat khusus untuk UMKM agar bisa bergabung dengan program ini karna tujuan

utamanya adalah membantu UMKM agar bisa mendapatkan bantuan sehingga bisa mengembangkan usaha dan membuat pertumbuhan ekonomi daerah meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara, bentuk dukungan promosi apa yang diberikan inalum kepada UMKM. Narasumber mengatakan :

Narsum 1, Bapak Eka mengatakan :

“ pastinya inalum memberikan dukungan promosi binaan UMKM nya untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk contohnya seperti partisipasi dalam pameran atau bazaar baik itu tingkat lokal ataupun nasional, berkolaborasi dengan rumah BUMN untuk mengembangkan kreatif berbahan baku lokal agar dikenal oleh masyarakat luas, mengikutin workshop yang digelar rumah BUMN diikutin oleh puluhan mitra binaan BUMN, eksposur di media dan publikasi mendorong peran media dalam mempromosikan produk UMKM binaannya. Melalui silaturahmi dengan wartawan, INALUM berharap produk-produk UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Serta dukungan masyarakat ditingkat internasional inalum mendukung UMKM binaannya untuk menembus pasar internasional dengan berpartisipasi dalam expo di luar negeri. Misalnya, bersama Rumah BUMN Batam, INALUM mendukung UMKM go global di Malaysia International Tourism Expo 2024.”

Narsum 2, Ibu helika mengatakan :

“ Produk UMKM selalu di ikut sertakan di event - event inalum diluar provinsi agar produknya dikenal oleh masyarakat luas”

Narsum 3, Ibu Devi mengatakan :

“ Dukungan yang diberi biasanya dengan cara mengikut sertakan UMKM dalam setiap event agar dikenal oleh masyarakat dalam kota maupun luar kota”

Narsum 4, Ibu usleni mengatakan :

“ Dukungan yang diberi yaitu dengan cara mengikuti beberapa pameran daerah, dan Nasional, di sediakan tempat promosi dan tempat penjualan dalam wadah pojok inalum (KMBI)”

Menurut keempat narasumber inalum telah memberikan banyak dukungan kepada setiap UMKM yang bergabung pada program binaan UMKM. Sehingga di setiap event yang dijalankan UMKM diikut sertakan agar tidak hanya menembus pasar nasional tetapi hingga pasar internasional dan tidak sedikit inalum memberikan dampak dari peningkatan penjualan produk UMKM. Inalum membuat wadah penjualan UMKM di pojok inalum agar karyawan atau masyarakat yang berkunjung dapat melihat atau membeli produk- produk binaan UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara, Inalum melakukan evaluasi keberhasilan usaha hingga dapat menembus pasar nasional atau internasional, narasumber mengatakan :

Narsum 1, Bapak Eka mengatakan :

“ evaluasi yang dilakukan seperti Bandingkan data penjualan sebelum dan sesudah kegiatan promosi serta apakah kenaikan penjualan bersifat sementara atau berkelanjutan. Apakah produk mulai masuk ke daerah baru (misalnya dari lokal ke nasional, atau dari nasional ke ekspor), Bertambahnya mitra distributor atau platform e-commerce yang menjual produk tersebut. Jumlah eksposur di media lokal, nasional, atau internasional. Lonjakan interaksi di akun media sosial UMKM pasca-promosi. Apakah UMKM hanya hadir atau berhasil mendapatkan buyer/kontak bisnis potensial. Apakah keikutsertaan menghasilkan kerjasama atau kontrak penjualan. Mengukur kepuasan pelanggan baru terhadap kualitas produk.

Penilaian yang diberikan di marketplace atau media sosial. Peningkatan kesiapan ekspor misalnya, UMKM mulai mengurus sertifikasi halal, BPOM, ISO, atau izin edar.”

Narsum 2, Ibu Helika mengatakan :

“ UMKM yang bergabung pastinya selalu melakukan evaluasi dalam menjaga kualitas produk, kemasan kreatif sehingga masyarakat dapat tertarik, dan dampak yang terjadi hingga menembus pasar nasional ataupun internasional mendapatkan peningkatan dalam penjualan. Sehingga harus konsisten dalam menjaga kualitas produk.”

Narsum 3. Ibu Devi mengatakan :

“ evaluasi yang dilakukan yaitu seperti meninjau kualitas produk tetap terjaga terdapat kenaikan penjualan sehingga dapat berkelanjutan, memberikan dukungan produk dapat berkembang dan menabuh naik level kelas. Melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap produk sehingga bisa melakukan inovasi agar menjaga kepuasan pelanggan.”

Narsum 4, Ibu Usleni mengatakan :

“ Melakukan evaluasi penjualan dan peningkatan produk agar penjualan tidak menurun dan tetap stabil atau meningkat, produk UMKM sering dijadikan sebagai hampers sehingga memperluas minat pasar serta meningkatnya penjualan sehingga pendapatan semakin banyak.”

Menurut Keempat narasumber, inalum melakukan evaluasi dalam keberhasilan secara menyeluruh dari mulai melakukan perbandingan data penjualan, Ekspansi Wilayah Pemasaran, meningkatkan branding dan kesadaran merk, partisipasi dalam setiap event, survey kepuasan pelanggan terhadap produk serta menjaga legalitas dan sertifikasi produk. Inalum telah membantu UMKM agar tetap meningkat kualitasnya dengan cara evaluasi dan

membuat laporan berkelanjutan sehingga bisa terlihat grafik penjualan dan kualitas produk setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil wawancara, pelatihan seperti apa yang dilakukan inalum dan seberapa sering pelatihan diadakan dalam setahun serta berapa lama durasinya. Narasumber mengatakan :

Narsum 1, Bapak Eka mengatakan :

“ Inalum mengadakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan kapasitas umkm dan masyarakat sekitar, termasuk pelatihan produksi produk berbasis sumber daya lokal, manajemen bisnis, keterampilan dan sertifikasi kompetensi, pengembangan produk kreatif, dan pembuatan batik mangrove. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan umkm dalam mengelola usaha, mengembangkan produk unggulan, dan menciptakan lapangan kerja, serta mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, inalum berperan aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Pelatihan dilaksanakan 3-4 kali dalam setahun durasi setiap sesi pelatihan 1-2 jam.”

Narsum 2, Ibu Helika mengatakan :

“ inalum memberikan pelatihan dalam bentuk legalitas produk, digital marketing dan disesuaikan dengan penjualan. Biasanya pelatihan diadakan dalam setahun 2-4 kali dan setiap durasinya berbeda.”

Narsum 3, Ibu Devi mengatakan :

“pelatihan yang dilakukan biasanya tentang sertifikat halal, barcode, digital marketing untuk perkembangan umkm semakin naik kelas. Durasi pelatihan biasanya 1-2 jam dan biasanya diadakan 2-4 kali dalam setahun”

Narsum 4, Ibu Usleni mengatakan :

“ pelatihan yang dilakukan biasanya sesuai dengan kebutuhan dari UMKM, seperti

Pelatihan HALAL , pelatihan e-commerce waktu itu di platform tokopedia ,serta mengikuti pelatihan baking di rumah bumn, pelatihan biasanya dilakukan ada yang setahun sekali, ada yg beberapa kali sesuai kebutuhan. ”

Menurut keempat narasumber, pelatihan yang diberikan selama ini sangat efektif dan memberikan banyak dampak terhadap perkembangan UMKM tersebut. Para pelaku UMKM diberikan pelatihan sesuai dengan kebutuhan penjualannya, inalum membantu UMKM untuk dapat mengembangkan produk unggulan sehingga membantu meningkatkan kualitas serta penjualan dari sesi pelatihan dengan orang profesional dibidang tersebut.

Para narasumber menyatakan bahwa inalum telah banyak melakukan dukungan dan bantuan terhadap UMKM melalu program yg telah dibuat oleh SGC PT.Inalum sehingga dengan terlaksananya program ini membangkitkan perekonomian lokal di Batubara. Para UMKM tidak hanya dibantu melakukan pemasaran didalam kota saja tapi hingga tingkat internasional dan terbukti telah mengwujudkan pasar baru melalui program Bina UMKM.

4.2 Pembahasan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau biasa dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tentang perusahaan yang menangani pembangunan sosial dan ekonomi lokal secara holistik, sistemik dan berkelanjutan, lebih dari sekedar meningkatkan keuntungan finansial. Dalam praktiknya, CSR sering dianggap sebagai pemberian kepada perusahaan, filantropi perusahaan, dan hubungan perusahaan dengan masyarakat.

Corporate social responsibility (CSR) adalah konsep perusahaan dalam bertanggung jawab sosial yang diberikan kepada masyarakat. SGC PT.Inalum memberikan tanggung jawab sosial salah satunya melalui program Bina UMKM yang dilakukan di Kab. Batubara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal.

Dalam mewujudkan sebuah tujuan diperlukannya perencanaan dalam segal prosesnya. Hal ini berlandaskan dengan Teori Triple Bottom Line memiliki konsep pembangunan keuntungan, masyarakat, dan lingkungan. SGC PT.Inalum memiliki rancangan dalam membentuk pola komunikasi untuk mencapai minat Pelaku UMKM terhadap program Bina UMKM sehingga perkembangan program ini dapat mensejahterakan masyarakat di Kab. Batubara.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai pola komunikasi SGC PT.Inalum dalam mensosialisasikan program bina UMKM pertumbuhan ekonomi lokal di batubara dari narasumber yang berjumlah 6 (enam) orang, yaitu pimpinan Kantor Medan, Tim pelaksana program dan para pelaku UMKM yg terlibat langsung dalam program Bina UMKM.

SGC PT.Inalum memiliki visi utama pada program ini yaitu melalui CSR dalam program Bina UMKM dan pengembangan masyarakat dengan cara memberikan bantuan pada UMKM di Kab. Batubara. Program ini dilakukan agar masyarakat bisa mengembangkan produk-produk lokal dan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah di Kab. Batubara. SGC PT.Inalum mensosialisasikan program ini dengan terjun langsung ke lapangan melihat UMKM dan mengajak untuk ikut serta dalam memasarkan produk UMKM tersebut.

Hal ini pimpinan kantor medan dan tim pelaksana program PT.Inalum mengatakan program ini disosialisasikan menggunakan media atau komunikasi seperti kerjasama dengan Pemerintah Daerah, Dinas koperasi dan UKM dalam pemberdayaan UKM dan survey langsung untuk menyebarkan informasi program Bina UMKM. Kerjasama dengan pemerintah daerah memudahkan informasi tersebar ke masyarakat tidak hanya itu kolaborasi ini mempermudah pengurusan kerjasama pelatihan PIRT, sertifikasi halal, dan BPOM.

Sebelum program ini berlangsung SGC PT.Inalum melakukan Social Mapping/pemetaan sosial sebelum penyusunan perencanaan program. Setelah itu, SGC PT.Inalum melakukan pertemuan atau forum diskusi untuk membahas kebutuhan dari masing-masing UMKM. Lalu dilakukan survey secara menyeluruh layak atau tidak produknya di edarkan. SGC PT.Inalum akan mengadakan pelatihan sesuai dari kebutuhan pihak UMKM seperti termasuk pelatihan produksi produk berbasis sumber daya lokal, manajemen bisnis, keterampilan dan sertifikasi kompetensi, dan pengembangan produk kreatif.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola usaha, mengembangkan produk unggulan, dan menciptakan lapangan kerja, serta mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, INALUM berperan aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

SGC PT.Inalum melakukan evaluasi program setiap tahunnya dengan cara membuat laporan berkelanjutan agar memudahkan mengidentifikasi keberhasilan pada program ini sehingga dapat diketahui dari pernyataan para pelaku UMKM

bahwa Inalum selalu menjaga kualitas produk, pemasaran yang semakin luas, melakukan survey kepuasan pelanggan dan meningkatkan persiapan eksposur. Evaluasi ini selalu dilakukan agar tidak ada penurunan dari berbagai aspek sehingga produk tidak hanya dipasarkan pada daerah lokal saja tapi hingga nasional ataupun internasional. Hal ini juga bisa dilihat sesuai dengan teori yang dipakai yaitu mendapatkan keuntungan dari perusahaan ke pihak UMKM dan masyarakat.

Program ini berlangsung sehingga menemukan indikator keberhasilan yang bisa dilihat pada laporan berkelanjutan. Laporan berkelanjutan ini merangkum semua kegiatan-kegiatan yang keterlibatan dari masyarakat sekitar dan memang ada peningkatan pendapatan masyarakat serta peningkatan kesejahteraan sosial. Indikator ini bisa diukur melalui pendekatan metode Social Return On Investment (SROI), khususnya bagaimana UKM tersebut berkembang seperti penambahan kapasitas produksi, meluasnya jaringan pemasaran, omset yang meningkat, serta penambahan tenaga kerja. SGC PT. Inalum selalu melibatkan produk UMKM dalam setiap event sehingga menambah cakupan pemasaran yang lebih luas. Pemasaran yang dilakukan tidak hanya di lokal tapi hingga nasional maupun internasional.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasna yang peneliti lakukan pada narasumber terkait. Pola komunikasi SGC PT.Inalum dalam mensosialisasikan menggunakan media social atau komunikasi seperti kerjasama dengan pemerintah daerah dan survey langsung untuk menyebarkan informasi program Bina UMKM.

Program Bina UMKM telah memberikan dampak positif bagi masyarakat, termasuk peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan keterampilan pelaku UMKM, dan kemandirian usaha. Inalum juga memberikan dukungan promosi kepada UMKM dengan cara mengikutsertakan mereka dalam pameran atau bazaar, baik tingkat lokal maupun nasional, serta berkolaborasi dengan Rumah BUMN untuk mengembangkan produk kreatif berbahan baku lokal. Dengan demikian, program Bina UMKM dapat menjadi contoh bagi perusahaan lain untuk mengembangkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan pada narasumber terkait, PT Inalum dapat mempertahankan dan meningkatkan pola

komunikasi yang telah dilakukan dalam mensosialisasikan Program Bina UMKM pertumbuhan Ekonomi Lokal Di Batubara.

PT Inalum dapat mempertahankan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk menyebarkan informasi program Bina UMKM dan meningkatkan efektivitas program serta mengembangkan media komunikasi yang lebih efektif, seperti media sosial, untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program Bina UMKM. SGC PT Inalum dapat meningkatkan dukungan promosi kepada UMKM dengan cara mengikutsertakan mereka dalam pameran atau bazaar tingkat internasional, serta berkolaborasi dengan lebih banyak pihak untuk mengembangkan produk kreatif berbahan baku lokal. Selain itu, SGC PT Inalum dapat mengembangkan program pelatihan yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan UMKM, sehingga dapat meningkatkan keterampilan dan kemandirian usaha mereka. Dengan demikian, PT Inalum dapat meningkatkan efektivitas program Bina UMKM dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat dan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. (2023). *Inalum galakan UP2K di sentra cabai Kabupaten Batu Bara*. Antaranews. <https://sumsel.antaranews.com/berita/721350/inalum-galakan-up2k-di-sentra-cabai-kabupaten-batu-bara>
- Academia, A. (2023). *Kerangka Konseptual dan Teoritis dalam Penelitian*. Ascarya Soluion. https://ascarya.or.id/kerangka-konseptual/?srsId=AfmBOopkbiQf00wQEYUSbMufooQbG_2vvsBy3GZqzqBiNRzIKiziF4qD
- Akhmaddhian, S., & Yuhandra, E. (2018). Bantuan Hukum Bagi Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Di Desa Mancagar Kabupaten Kuningan, Indonesia. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 72–78. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v1i02.1578>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Baden, D., & Wilkinson, S. (2021). Corporate Social Responsibility in Cuba. *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 637–649. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3_30
- Bahrudin. (2021). Kinerja Public Voluntary Regulation (Pvr) Di Indonesia: Kajian Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Lingkungan Hidup (Proper). *Urnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*.
- Damayanti, I., & Purnamasari, S. H. (2019). Hambatan Komunikasi Dan Stres Orangtua Siswa Tunarungu Sekolah Dasar. *Jurnal Psikologi Insight*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.17509/insight.v3i1.22311>
- Febyola, N. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempertahankan Citra Positif Pt . Inalum Melalui Program Corporate Social Responsibility*.
- Firdausi, N. I. (2020). Strategi Komunikasi Csr Pt. Milano Marbau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Marbau Kabupaten Labuhanbatu Utara. In *Kaos GL Dergisi* (Vol. 8, Issue 75). <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Fitria, S. U., & Pohan, D. D. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss/article/view/158/132>
- Handayani, T. (2011). *Membangun Komunikasi Efektif Untuk Meningkatkan Kualitas Dalam Proses Belajar Mengajar*. XVI(02).
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto Diterbitkan oleh Jl . Mojopahit 666 B Sidoarjo ISBN : 978-623-6081-32-7 Copyright © 2021 . Authors All rights reserved. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue

- January). <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Kawasati, R. (2015). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *The Lancet Medical Journal*, 21(58), 99–104. <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>
- Khoirulika, R., Mustafa, D., Ridwan, M. A., Dinar, T., & Saputro, E. (2025). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Program CSR PT INALUM di Wisata Sawah Raja*. 06(01), 1–15.
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi. In *Economic & Business Publishing*.
- Lumi, C. A., Pio, R. J., & Rumawas, W. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line pada PT Bank SulutGo. *Productivity*, 4(4), 444–449.
- Marpaung, D. (2024). *IRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (IRAJPKM) Tiktok dan Shopee Live : Solusi Transformasi Pemasaran dan Peningkatan Daya Saing UMKM Kacang Intip Tiktok and Shopee Live : Marketing Transformation and Improvement Solutions Competitiveness of UMKM Pea*. 1(3), 42–47.
- Maulania, M. I. (2019). *Peran Corporate Social Responsibility (Csr) Pt . Inalum Terhadap Pengembangan*.
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program Csr Yayasan Uni Lever I Ndonesi a Berdasarkan Teori Tri Ple Bottom Li Ne. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23–31.
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82.
- Mukkarom, & Laksmana. (2015). *Manajemen Public Relations*. Pustaka Setia.
- Mushowitrotun, N. H. (2020). *IMPLEMENTASI KONSEP TRIPLE BOTTOM LINE PADA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI RUMAH MAKAN CEPAT SAJI AYAM GEPREK SA'I Triple Bottom Line Implementation at Corporate Social Responsibility of Ayam Geprek Sa'i Fast Food Restaurant*. 1–66.
- Nurdianti, S. R. (2014). Analisis faktor-faktor hambatan komunikasi dalam sosialisasi program keluarga berencana pada masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 149. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahmanew_word\(05-19-14-05-58-25\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahmanew_word(05-19-14-05-58-25).pdf)
- Prasetya, I. (2022). Metodologi Penelitian. In *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Ramadhan, F. (2015). *PROGRAM CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)*.
- Riadi, M. (2023). *Pengertian, Jenis dan Bentuk Pola Komunikasi*. Kajian Pustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2023/01/pengertian-jenis-dan-bentuk-pola-komunikasi.html>
- Saleh, A., & Hardiyanto, S. (2023). Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Pematang Johar dalam Pengelolaan Sampah Plastik Berbasis Ecobrick. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 358–367. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.15449>
- 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>
- Saleh, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (H. Upu (ed.)). Pustaka Ramadhan, Bandung. [https://eprints.unm.ac.id/14856/1/ANALISIS DATA KUALITATIF.pdf](https://eprints.unm.ac.id/14856/1/ANALISIS_DATA_KUALITATIF.pdf)
- Sasmita, E. L. A., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2024). *IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT . INALUM DALAM*.
- Simatupang, pandapotan, Girsang, Manawari Rosita, Saragih, Liharman, Purba, F. (2021). No Title. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/Amal/article/view/571/473>
- Siregar, S., Sedayu, A., Putra, Y. A., & Rangkuti, K. (2021). Persepsi Petani Cabai Merah Terhadap Penerapan Program CSR (Coorporate Social Responbility) PT Inalum di Desa Lubuk Cuik Kecamatan Lima Puluh Kabupaten Batu Bara. *Journal of Agribusiness Sciences*, 04(02), 43–52.
- Susilo, E. (2025). *PT. INALUM 49 Tahun Berdiri Bangkitkan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Batu Bara*. Zonapos. <https://zonapos.co.id/pt-inalum-49-tahun-berdiri-bangkitkan-perekonomian-masyarakat-kabupaten-batu-bara/>
- Thabroni, G. (2022). *Pola Komunikasi – Pengertian & Jenis: Primer, Sekunder, Sirkular, dll*. Serupa.Id. <https://serupa.id/pola-komunikasi-pengertian-jenis-primer-sekunder-sirkular-dll/>
- Umiyati, H. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Musruroh (ed.)). https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=wtudEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA62&dq=komunikasi&ots=h mz2oRTLW9&sig=GzXNOEap9pkC1TBSBCytCceFQyI&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi&f=false
- Ummah, M. S. (2019). Pola Komunikasi Dalam Menjaga Kekompakkan Anggota Group Band Royal Worship Alfaome Gamanado. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wicaksana, A. P., Cahyaningrum, F. C., Kirana, T. A. P., & Maharani, S. (2024). CSR Sebagai Aktivitas Komunikasi Organisasi PT Pos Indonesia Semarang Untuk Mencapai Keberlanjutan. *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 7482, 14–25.
- Yohanah, I. D., & Setyawan, A. (2017). Pola Komunikasi Antara Guru Dengan Anak Didik Pada Sekolah Dasar Model Inklusi. *Jurnal Komunikasi*, 2(September), 2579–329.
- Zefanya, A. N., D, A. G. L., W, A. R., & Amalia, D. (2024). *Pola Komunikasi PT. Doyan Group Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja*. 10(September), 207–214.

LAMPIRAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : DINA S
 Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 25 Juni 2003
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Jl. Budi Luhur No, 144 Kapten Muslim
 Anak ke : 1 Dari 3 Bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Syahtendra
 Nama Ibu : Juliana
 Pekerjaan Ayah : Pegawai BUMN
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
 Alamat : Jl. Budi Luhur No, 144 Kapten Muslim

Pendidikan Formal

TK : TK Ikal Bulog Sumut
 SD : Swasta Hasannuddin
 SMP : Swasta Panca Budi
 SMA : Swasta Panca Budi
 S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



UMSU

Unggul | Cordas | Terpercaya
 (Logo, mark, and surat ini agar disetujui
 nomor dan tanggalnya)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

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

https://islip.umh.ac.id islip@umsu.ac.id umsumedan @umsumedan umsumedan umsumedan

SK-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 14 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 : Dina S
 NPM : 210310197
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3,48

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi CSR PT. INalum dalam pemberdayaan masyarakat batubara melalui program TJSL di bidang Pendidikan	
2	Peran program CSR Bank Indonesia pada bidang pendidikan dalam pengembangan Soft Skill mahasiswa penerima beasiswa Genbi - Sumut	
3	Peran komunikasi STIC PT. INalum dalam mensosialisasikan program bina umkm pertumbuhan ekonomi lokal di batubara	<u>14 Jan 2025</u>

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 15 Januari 2025.

Ketua

Program Studi Ilmu Komunikasi

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

Femohon,

Dina S

(..... Dina S)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi Ilmu Komunikasi

(Asst. Prof. Dr. Muzahiddin)
 NIDN: 0128088902





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

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

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

PERPANJANGAN TERAKHIR
SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 158/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, setelah memperhatikan :

1. Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1964/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M;
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) No. 158/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025 tgl. 15 Januari 2025 yang telah berakhir masa berlakunya tanggal 15 Juli 2025;

Memberikan **Perpanjangan** Masa Berlakunya Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) No. 158/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025 tgl. 15 Januari 2025 untuk Mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DINA S**
NPM : 2103110197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI SGC PT. INALUM DALAM MENSOSIALISAKAN PROGRAM BINA UMKM PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI BATUBARA**

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

Selama 3 (Tiga) Bulan sampai tanggal 15 November 2025 dengan ketentuan :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1964/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M.
2. Surat Perpanjangan Penetapan Judul dan Naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sampai batas tanggal 15 November 2025 dan atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 02 Rabiul Awwal 1447 H
25 Agustus 2025 M

Dekan,


Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh., MSP.
0030017402



Tembusan

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





UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi 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) 6322400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-3

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

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 13 Februari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Dina S
 N P M : 2103110197
 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: 156 /SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025... tanggal 15 Januari 2025 dengan judul sebagai berikut :

Pola Komunikasi SGC PT. Talam Dalam Mensosialisasikan
 Program Bina UMKM Pertumbuhan Ekonomi Lokal Di Batubara

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 dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua
 Program Studi

Menyetujui

Pembimbing

Pemohon,

(Achmad Anshori, S.Sos., M.I.Kom) Assoc. Prof. Dr. H. Mujahiddin, M.P. Dina S

NIDN: 0127048401

NIDN: 0128088902





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 UJIAN TUGAS AKHIR
26	KHAIRUNNISA	2103110139	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PENERAPAN ACTION ASSESSMENT THEORY DALAM PROSES PEMBELAJARAN ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI YPAC KOTA MEDAN
27	ZUL KHAIRIL AKHYAR	2103110010	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI PASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MENINGKATKAN CINTA LINGKUNGAN BEBAS BANJIR DI DESA KLUMPANG, KECAMATAN HAMPARAN PERAK
28	NUR AJLIA SYAHFITRI	2103110285	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENCEGAH PERILAKU MENYIMPANG REMAJA GENG MOTOR DI DESA TANAH MERAH DELI SERDANG
29	NADHILAH KHAIRINA	2103110100	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, MSP.	MENELIK KOMUNIKASI RESTORATIF PADA PEMAHAMAN GENDER PEREMPUAN DALAM KELOMPOK JURNALISTIK TELEVISI DI ERA DIGITAL
30	DINA S	2103110197	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, MSP.	POLA KOMUNIKASI SCC PT. INALUM DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BINA UMMI PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI BATUBARA

Medan, 18 Syaban 1446 H
17 Februari 2025 M

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

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Jabatan :

ACC pelyp
21/03/25

1. Apa visi utama CSR PT INALUM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Batu Bara melalui bina UMKM?
2. Bagaimana PT INALUM menyampaikan informasi tentang program bina UMKM kepada masyarakat Batu Bara secara langsung?
3. Apakah terdapat sesi diskusi terbuka antara pihak perusahaan dan masyarakat dalam rangka evaluasi program?
4. Berapa besar alokasi dana CSR yang diberikan untuk program bina UMKM dibandingkan sektor lainnya?
5. Apa saja indikator keberhasilan CSR dalam meningkatkan perekonomian lokal melalui program ini?
6. Bagaimana kolaborasi antara CSR PT INALUM dan pemerintah daerah dalam mendukung UMKM lokal?

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Jabatan :

1. Bagaimana PT INALUM menyampaikan informasi tentang program bina UMKM kepada masyarakat Batu Bara secara langsung?
2. Apa saja media komunikasi yang digunakan PT INALUM untuk menyosialisasikan program ini
3. Apakah informasi yang disampaikan bersifat seragam untuk semua audiens atau disesuaikan dengan kebutuhan lokal
4. Apakah ada forum khusus bagi pelaku UMKM untuk memberikan masukan kepada PT INALUM
5. Apakah PT INALUM mengadakan pertemuan langsung dengan pelaku UMKM untuk membahas kebutuhan mereka
6. Apakah ada tantangan tertentu yang dihadapi oleh CSR PT INALUM dalam menjalankan program bina UMKM?

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Jabatan :

1. Apa kriteria utama yang digunakan oleh PT INALUM untuk menentukan penerima bantuan modal usaha?
2. Apa bentuk dukungan promosi produk yang diberikan oleh PT INALUM kepada UMKM binaan (misalnya, pameran, pemasaran digital)?
3. Bagaimana evaluasi keberhasilan promosi produk bagi UMKM hingga dapat menembus pasar nasional atau internasional?
4. Apa jenis alat usaha yang biasanya diberikan kepada pelaku UMKM?
5. Apa saja jenis pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM oleh PT INALUM (contoh: manajemen keuangan, pemasaran)?
6. Seberapa sering pelatihan diadakan dalam setahun, dan berapa lama durasinya setiap sesi pelatihan?



UMSU

Unggul | Cordas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

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

<https://fislip.umsu.ac.id> ✉ fislip@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : DINA S
NPM : 2103110197
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Pola Komunikasi SGC PT. Indalum Dalam mensosialisasikan Program Bina UMUKM perimbangan ekonomi lokal di kabupaten

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1		- Bimbingan konsep proposal Skripsi	
2		- Bimbingan dan perbaikan isi proposal	
3		- Bimbingan dan perbaikan sistematika penulisan	
4		- acc Seminar proposal	
5		- Bimbingan pedoman wawancara	
6		- Bimbingan dan perbaikan pedoman wawancara	
7		- acc pedoman wawancara	
8		- Bimbingan dan perbaikan Bab 4 dan 5	
9		- Revisi Bab 4 dan Bab 5	
10		- acc sedang skripsi	



NIDN : 0070017402

Medan, 12 April, 2025

Ketua Program Studi,

(Ahmad Anshori, S.Sos, M.Pd)

NIDN : 0127048401

Pembimbing

(M. Nurhidayah, S.Pd)

NIDN : 02808902



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

Nomor : 1488/JUND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul: Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
36	SYAH FALI HASIBUAN	2103110152	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	PERENCANAAN KOMUNIKASI PROGRAM DAPUR BZSA DALAM MENINGKATKAN KEPEDULIAN SOSIAL DI DINAS KETAHANAN PANGAN & HORTIKULTURA KOTA MEDAN
37	YULIA SARI ANGGRAINI	2103110160	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	DIPLOMASI BUDAYA MELALUI KONTEN EDUKASI DI KANAL YOUTUBE JEROME POLIN DALAM MEMROMOSIKAN INDONESIA DI JEPANG
38	DINA S	2103110197	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	POLA KOMUNIKASI SGC PT. INALUM DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BINA UMKM PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI BATUBARA
39	SYAHRU RAMADHAN DAULAY	2103110209	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. H. MUJAHIDDIN, S.Sos., MSP.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH PENYANDANG DISABILITAS TUNANETRA DALAM MENJALIN INTERAKSI HARIAN PADA DPD PERTUNI SUMATERA UTARA
40	NURLAILI RAHMAINI	2103110022	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS PENGGUNAAN CAMPUR KODE PADA UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @INUL.D

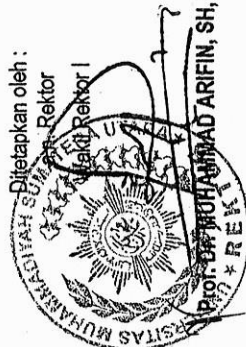
Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :

Rektor

Rektor I



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

Ketua,

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

Medan, 03 Rabiul Awwal 1447 H.

26 Agustus 2025M

