

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL AND
RESPONSIBILITY* PT. SIRINGO-RINGO
RANTAUPRAPAT DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DI SEKITAR LINGKUNGAN
PERUSAHAAN**

SKRIPSI

Oleh:

AYU TRI LESTARI

1903110296

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Ayu Tri Lestari
NPM : 1903110296
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Padahari, tanggal : Jumat, 23 Februari 2024
Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Muhammad Said Harahap S.Sos., M.I.Kom (3/11)
PENGUJI II : Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom (1/11)
PENGUJI III : Dr. sigit Hardiyanto S.Sos., M.I.Kom (1/11)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Ayu Tri Lestari

NPM : 1903110296

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL AND RESPONSIBILITY PT.SIRINGO-RINGO RANTAUPRAPAT DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI SEKITAR LINGKUNGAN PERUSAHAAN

Medan, 05 Februari 2024

Pembimbing

Dr. SIGIT HARDIYANTO S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0112118802

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

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

Delan

Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP
NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Ayu Tri Lestari, NPM 1903110296, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

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

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

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

Medan, 14 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Ayu Tri Lestari

KATA PENGANTAR

Segala bentuk puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah subhana huwa ta'ala yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga kini penulis mampu dan masih diberi langkah agar dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa untuk selalu dipanjatkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa Islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan, khususnya pada ilmu-ilmu tentang ke-Islaman, sehingga hal tersebut dapat menjadi bekal dan petunjuk bagi kehidupan kita di dunia yang kemudian juga kehidupan kita di akhirat.

Merupakan suatu kebanggaan dan juga kebahagiaan bagi penulis atas terselesaikannya penulisan tugas akhir akademik ini. Pada skripsi ini yang berjudul Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Siring-Ringo dalam Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Lingkungan Masyarakat. Banyak sekali tantangan serta hambatan yang dihadapi selama proses penyelesaian penulisan penelitian skripsi ini sehingga dibutuhkan keseriusan juga kesabaran serta ketekunan dalam penyusunannya.

Ucapan terima kasih yang dalam kepada orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, perhatian, pujian, bimbingan serta doa yang tulus sehingga membuat penulis selalu merasa termotivasi dan terus berjuang dalam mengerjakan skripsi ini. Dan juga saudara-saudara penulis yang selalu memberikan dukungan selama proses dalam penyelesaian skripsi ini. Dalam

kesempatan ini maka penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan 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 Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos, M.I.Kom. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dengan sabar mulai dari penyusunan proposal skripsi hingga menjadi sebuah skripsi yang insyaAllah dapat memberikan manfaat pada pembaca.

8. Kepada Bapak-Ibu Dosen dan Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.
9. Pengelola perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang senantiasa telah melayani pemenuhan referensi-referensi buku.
10. Teruntuk PT. Siringo-ringo yang telah bersedia membantu penulis untuk menjadi objek penelitian sekaligus narasumber pada penelitian ini.
11. Teruntuk sahabat terbaik yang tidak boleh dilupakan Cucu Cahaya Hati yang sudah mendukung perjalanan penulis dan selalu memberi semangat sampai saat ini..

Medan, 16 Januari 2024

Penulis

Ayu Tri Lestari

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL AND
RESPONSIBILITY* PT. SIRINGO-RINGO RANTAUPRAPAT
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI SEKITAR
LINGKUNGAN PERUSAHAAN**

Oleh:
AYU TRI LESTARI
1903110296

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis praktik Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Siringo-Ringo dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat di Desa Bandar Kumbul. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Siringo-Ringo berhasil mengimplementasikan program CSR yang holistik, melibatkan pemangku kepentingan lokal, seperti pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan masyarakat setempat. Program CSR tersebut mencakup berbagai bidang, termasuk pendidikan, ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang dampak positif yang dihasilkan oleh program CSR PT. Siringo-Ringo terhadap hubungan perusahaan dengan masyarakat dan kesejahteraan di tingkat lokal. Implikasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika dan kontribusi CSR dalam konteks spesifik perusahaan dan lingkungan lokalnya.

Kata Kunci: CSR, Pemberdayaan Masyarakat, Strategi Komunikasi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
URAIAN TEORITIS	8
2.1 Strategi Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi	8
2.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi	9
2.2 Corporate Social Responsibility	11
2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility	11
2.2.2 Manfaat dan jenis-jenis CSR	16
2.3 Pemberdayaan Masyarakat.....	18
2.3.1 Pengertian Pemberdayaan.....	18
2.3.2 Pengertian Masyarakat.....	19
2.3.3 Pengertian Pemberdayaan Masyarakat	19
2.3.4 Prinsip, Tahapan, dan Tujuan Pemberdayaan Masyarakat.....	21
2.3.5 Indikator Hasil Pemberdayaan Masyarakat	25
2.4 Lingkungan Perusahaan.....	27

BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Kerangka Konsep	29
3.3 Definisi Konsep	30
3.4 Kategorisasi Penelitian	31
3.5 Narasumber	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Data Informan	36
4.1.2 Hasil Wawancara Informan.....	38
4.2 Pembahasan	42
BAB V	47
PENUTUP.....	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	31
----------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	29
Gambar 4.1 Informan Muhammad Yusri.....	36
Gambar 4.2 Informan Edi Suhartono	37
Gambar 4.3 Informan Indra Syahri	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak bisa dihindari. Dasar argumentasinya adalah teori akuntabilitas korporasi (*Corporate Accountability Theory*). Menurut teori ini perusahaan bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang di timbulkan oleh oprasional perusahaan (Triyono, 2014).

Corporate Social Responsibility adalah sebuah komitmen yang di berikan perusahaan atau dunia bisnis dengan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan hal ini menitik beratkan kepada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. CSR di lakukan untuk membuat taraf hidup dengan cara yang lebih baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan, atau masyarakat pada umumnya. Maka dari itu, di perlukan peran perusahaan sebagai pendukung atau disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya (Harahap, 2019).

Di Indonesia CSR dalam pelaksanaannya di lindungi oleh Undang – Undang No. 40 tahun 2007, pasal 74 yaitu Undang-Undang perseroan terbatas. Di dalam Undang-Undang ini dijelaskan bahwa semua perseroan terbatas ini wajib hukumnya untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, dengan begitu perusahaan mewajibkan untuk membuat rancangan anggaran perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi esensi salah satu yang harus di berikan oleh perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sosial

dimana perusahaan itu berada. Saat ini CSR dilakukan untuk melindungi perusahaan dari berbagai resiko tuntutan hukum, kehilangan partner bisnis maupun resiko terhadap citra perusahaan sebagai akibat dari dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi.

Menurut Ambadar (dalam Saleh & Dalimunthe, 2018), salah satu sorotan dari praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia adalah penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat (Community Development / CD). Meskipun CSR bukan hanya tentang pemberdayaan masyarakat, namun memang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat kita, yang masih berjuang dengan kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, dan masalah kesehatan yang merupakan penyebab utama kesulitan untuk keluar dari lingkaran kemiskinan.

PT. Siringo-Ringo Rantauprapat merupakan sebuah perusahaan usaha perkebunan kelapa sawit di Indonesia, yang memiliki peran signifikan dalam lingkungan masyarakat Rantauprapat. Sebagai entitas bisnis yang aktif di daerah tersebut, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terkait dampak operasionalnya pada masyarakat sekitar. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perusahaan ini melakukan Pemberdayaan Masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Masyarakat di sekitar PT. Siringo-Ringo Rantauprapat mungkin menghadapi berbagai tantangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pemberdayaan masyarakat menjadi solusi yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, perlu dipahami bagaimana PT. Siringo-Ringo

Rantauprapat menggunakan strategi komunikasi dalam program CSR-nya untuk memberdayakan masyarakat setempat.

Dalam konteks CSR, keterlibatan pihak stakeholder seperti pemerintah daerah, lembaga non-pemerintah, dan masyarakat setempat menjadi faktor krusial. Bagaimana PT. Siringo-Ringo Rantauprapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak terkait dalam merancang dan melaksanakan program CSR-nya perlu dicermati lebih lanjut.

Perubahan dinamika sosial dan tuntutan masyarakat terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan semakin meningkat. Oleh karena itu, perlu dianalisis bagaimana PT. Siringo-Ringo Rantauprapat menyesuaikan strategi komunikasi CSR-nya dengan tren ini dan sejauh mana upaya tersebut memberikan dampak positif pada pemberdayaan masyarakat.

Peran CSR dapat di nilai menjadi *corporate governance, good corporate citizenship and good business ethics* dari sebuah etintas bisnis. Jika suatu perusahaan telah melakukan kegiatan CSR, perusahaan tidak hanya cukup memikirkan kepentingan (pemilik modal), tetapi juga mempunyai orientasi untuk memenuhi kepentingan seluruh stakeholders. Dalam pelaksanaan CSR juga tidak dapat di pisahkan oleh pemberdayaan masyarakat atau bisa saja di sebut dengan istilah *Community Development*. Hal ini juga terealisasikan pada banyak sekali program CSR yang telah dilakukan oleh berbagai perusahaan. Sering kali kegiatan-kegiatan CSR yang khususnya pada bidang sosial dan ekonomi di arahkan kepada pemberdayaan masyarakat. Begitu juga sebaliknya, dalam pemberdayaan masyarakat ini sendiri tidak jarang melibatkan CSR. Maka dari itu

tujuan di selenggarakannya kegiatan CSR adalah mewujudkan masyarakat yang berdaya (Rizaldy & Setyanto, 2023).

Melalui kegiatan CSR perusahaan mengajak masyarakat untuk ikut serta atau berpartisipasi dalam menyalurkan ide, apresiasi, ataupun pendapat mereka mengenai tujuan dari masing-masing pihak. Hal ini tentu berkaitan dengan konsep *Community Development*, kegiatan CSR ini diharapkan dapat mampu mengembangkan potensi yang di miliki masyarakat local hingga dari potensi ini dapat memberikan manfaat jangka panjang baik untuk masyarakat maupun perusahaan.

Namun, dalam implemintasinya seringkali pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui program CSR ini mengalami kendala karena terjadinya masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatannya, dan masalah komunikasi yang cukup beragam.

Permasalahan utama yang terjadi di PT. Siringo-Ringo Rantaupatpat yaitu, akses jalan menuju tempat perusahaan tersebut sangat rusak. Padahal jalan tersebut merupakan akses utama untuk menuju ke perusahaan namun jalannya masih berupa tanah merah dan berbatua juga sedikit terjal dan banyaknya debu jalan disebabkan oleh pasir, apabila terjadi hujan jalan tersebut menjadi licin, sehingga apabila ingin menuju ke perusahaan tersebut memerlukan waktu yang lama kurang lebih 1 jam. Selain itu, permasalahan lain yang muncul meliputi limbah hasil pengolahan minyak di PT. Siringo-Ringo dibakar di tungku pembakaran, dimana limbah tersebut terlebih dahulu dicampur dengan batubara dan

menimbulkan asap yang dapat mencemari udara. Kemudian limbah dari hasil pembakaran tersebut yang dibuang ke sungai yang dapat mencemari air.

Dari permasalahan di atas yang telah terjadi maka penelitian ini perlu di anggap untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Siringo-Ringo Rantauprapat. Strategi komunikasi ini dilakukan karena di anggap menjadi perhatian khusus dalam implementasi program CSR untuk pemberdayaan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Siringo-Ringo Rantauprapat dalam Pemberdayaan Masyarakat di Lingkungan Sekitar Perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Siringo-Ringo Rantauprapat dalam pemberdayaan masyarakat di lingkungan perusahaan.

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- Aspek Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan manfaat dengan menambah referensi kepada masyarakat luar berupa pengembangan serta ilmu pengetahuan mengenai strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat di lingkungan perusahaan.

- Aspek Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mewawancarai humas PT. Siringo-Ringo serta mengetahui ilmu tentang strategi komunikasi CSR dalam pemberdayaan masyarakat.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam bidang strategi komunikasi CSR dalam pemberdayaan masyarakat untuk menambah wawasan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Berisikan Pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Berisikan Uraian Teoritis yang menguraikan tentang Strategi Komunikasi, *Corporate Social Responsibility*, serta Pemberdayaan Masyarakat.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, narasumber penelitian, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:

Berisikan tentang penjabaran analisis data riset penelitian dan pembahasan

BAB V: PENUTUP:

Berisikan Penutup yang menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Segala perkembangan suatu bidang saat ini membutuhkan strategi komunikasi. Komunikasi bisa dianggap berhasil atau tidak ditentukan dengan adanya strategi komunikasi. Strategi pada komunikasi merupakan cara mengatur jalannya sebuah komunikasi supaya berhasil. Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan (Asriwati, 2022).

Ada tiga alasan mengapa kegiatan komunikasi yang dilakukan memerlukan strategi yang pertama yaitu karena kita tidak hanya berurusan dengan bagaimana pesan komunikasi. Kedua yaitu karena mendapatkan respon atau tanggapan seperti apa yang diharapkan. Beberapa unsur-unsur dari strategi komunikasi ialah sebagai berikut:

- a. Menentukan sasaran komunikasi: Seringkali tindakan komunikasi kita tidak berjalan secara efisien karena tidak menetapkan secara pasti dengan apa yang dicapai. Untuk itu, banyak kata atau tindakan yang mungkin tidak perlu diucapkan untuk dilakukan. Segala sesuatu yang ingin dilakukan sebaiknya berifat lurus kearah sasaran yang dicapai.
- b. Menentukan cara berkomunikasi: Hal ini mengenai bagaimana seorang komunikator harus membawa dirinya di hadapan khalayak, artinya

bagaimana membuat pertimbangan yang tepat mengenai keterlibatan dalam interaksinya dengan komunikan.

- c. Kredibilitas sumber: Suatu kondisi dimana seorang komunikator dinilai memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang di sampaikan sehingga komunikan menjadi percaya bahwa yang di sampaikan bersifat objektif.

2.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Adapun strategi komunikasi mempunyai tujuan adalah sebagai berikut:

- a. Memberitahu (*Announcing*)

Yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi, informasi yang akan di promosikan sebaiknya berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang penting.

- b. Memotivasi (*Motivating*)

Informasi yang di berikan harus dapat memotivasi khalayak unuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari tujuan informasi yang di sebarakan.

- c. Mendidik (*Education*)

Setiap informasi yang disebarakan harus di sampaikan dalam hal yang bersifat mendidik.

- d. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebar luaskan informasi kepada audiens yang menjadi sasaran. Diharapkan informasi yang di sebarakan merupakan informasi yang spesifikdan actual sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi tidak hanya sekedar

pemberitahuan atau motivasi, tetapi mengandung unsur Pendidikan, ini yang disebut dengan *strategy of informing*.

e. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*)

Tujuan strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana di hadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumberdaya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, pemeliharaan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencaan komunikasi, sebab pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus di sembunyikan oleh perencana (Hafied, 2017).

Selain itu, untuk melakukan strategi komunikasi organisasi terdapat berbagai tahapan yaitu, tahap pertama yakni menentukan siapa yang akan menyampaikan pesan (komunikator), tahap kedua menentukan audiens (penerima pesan), tahap ketiga menyusun pesan yang ingin disampaikan, dan tahap keempat adalah memilih saluran dan media komunikasi (Lubis et al., 2021).

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab sebagai perusahaan terhadap sosial atau lingkungan sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya yang berada disekitar perusahaan tersebut berada (Tunggal, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan yang tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan sosial, ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan. Dalam peraktiknya, CSR sering dianggap sebagai *corporate giving*, *corporate philanthropy*, dan *corporate community relations* (Suharto, 2007).

Secara konsep maupun praktik, CSR tidak bisa dilepaskan dari praktik pemberdayaan masyarakat atau sering disebut dengan istilah *community development*. Sering kali kegiatan-kegiatan CSR khususnya di bidang sosial dan ekonomi diarahkan kepada pemberdayaan masyarakat. Demikian sebaliknya, dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat tak jarang selalu melibatkan atau berharap program CSR karena itu selalu disepakati bahwa salah satu tujuan akhir dari program-program kegiatan CSR adalah masyarakat yang berdaya (Saleh & Sihite, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka Panjang adalah lebih penting dari pada sekedar *profitability* perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan kepada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Kompleksitas permasalahan sosial (*social problem*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini sudah menjadi bagian daripada orientasi bisnis. Prinsip ketergantungan dan manfaat Bersama ternyata menjadi landasan utama dalam penyelenggaraan atau implementasi program tanggung jawab sosial. Terminologi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sendiri terkait dalam embilan istilah yang berkaitan dengan CSR yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Corporate Social Performance* (CSP), *Alternative CSR*, *Corporate Responsibility*, *Stakeholder Approach*, *Business Ethichs and Values Inclding Nature- Based Values*, *Boundary-spanning functions including*, *Corporate Community Involvement (CCI)*, *Corporate Citizenship* (Saleh & Sihite, 2020).

Corporate Social Responsibility adalah sebuah bentuk kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab perusahaan untuk ikut memberikan manfaat terhadap

masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi. Sebenarnya banyak istilah yang digunakan secara bergantian untuk kegiatan CSR, kewarga negaraan korporat (*Corporate Citizenship*) ada juga yang menamakan *Corporate Community Relation Ship*, ada yang menyebutkan juga komunikasi berkelanjutan (Yosal, 2004).

Seiring dengan peradaban modern eksistensi suatu perusahaan atau dunia usaha menjadi sorotan. Salah satu isu penting yang masih terus menjadi perhatian dunia usaha sehingga saat ini adalah mengenai CSR sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat persoalan CSR mengalami konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang di alami dunia usaha diri sendiri. Pada awalnya dan untuk waktu yang sangat panjang dunia usaha barangkali tidak perlu atau tidak pernah berpikir mengenai CSR. Hal ini dikarenakan proposi yang diletakkan semata-mata mencari keuntungan "*the only duty of the corporation is to make profit*". Motivasi utama setiap perusahaan atau industri atau bisnis adalah meningkatkan keuntungan (Tunggal, 2008).

Secara perlahan ideologi "*the only duty of the corporation is to make profit*" yang di anut oleh korporasi telah berubah dengan munculnya kesadaran kolektif bahwa komunitas pertumbuhan dunia usaha tidak terjadi tanpa dukungan yang memadai dari *stakeholder* yang melingkupinya seperti manajer, konsumen, buruh dan anggota masyarakat inti dari pandangan ini adalah bahwa dunia usaha tidak akan sejahtera jika *stakeholder* nya juga tidak sejahtera.

Corporate Social Responsibility sebagai bentuk perhatian dari organisasi bisnis yang mulai menghitung dari aspek lain diluar proses internal organisasi atau

majemen organisasi maupun masyarakat mulai berkembang konsep-konsep yang menuntut peran organisasi bisnis (Yosal, 2004).

Dalam pengertian yang lebih luas, CSR di pahami sebagai konsep yang lebih “manusiawi” dimana suatu organisasi di pandang sebagai agen moral. Oleh karena itu dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah organisasi bisnis, harus menjunjung tinggi moralitas (Fajar, 2006).

Corporate Social Responsibility kini yag marak di implementasinya banyak perusahaan, mengenai evolusi, dan metamorphosis dalam rentang waktu Panjang. Pada saat ini industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka. Mereka memandang bahwa sumbangan kepada masyarakat cukup diberikan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produknya, dan pembayaran pajak kepada negara. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat tidak hanya sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang di perlukannya, melainkan menuntut bertanggung jawab secara sosial (Yosal, 2004).

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

akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Model program CSR yang umum diterapkan di Indonesia antara lain:

- a. Program CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan kemasyarakatan tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini perusahaan ini bisa menugaskan salah satu pejabat seniornya seperti *Corporate Secretary* atau *Public Affairs Manager* atau menjadi bagian dari tugas divisi *human resource development* atau *public relations*.
- b. Program CSR bisa dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan atau organisasi sosial sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Perusahaan mendirikan Yayasan atau organisasi sosial sendiri dibawah perusahaan atau grupnya yang di bentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke dewan direksi. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk oprasional Yayasan.
- c. Sebagaian besar perusahaan di Indonesia menjalankan program CSR melalui kerja sama atau bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui Kerjasama dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, LSM, atau Lembaga konsultan baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

Beberapa perusahaan bergabung dalam sebuah konsorium untuk secara Bersama sama dalam menjalankan program CSR. Perusahaan turut mendirikan menjadi anggota atau mendukung suatu Lembaga sosial yang di dirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari bagian kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah di sepakati

2.2.2 Manfaat dan jenis-jenis CSR

Adapun manfaat *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi citra merk perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi oprasional usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitasnya karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan (Susanto, 2007).

Jenis-Jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diantaranya:

1. CSR Pendidikan sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, Pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan Pendidikan adalah bidang yang tidak

terlewatkan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap perusahaan.

2. CSR Kesehatan peningkatan Kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. Sehingga sudah seharusnya program-program *Corporate Social Responsibility* tidak meninggalkan programnya dibidang perusahaan.
3. CSR lingkungan tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan sering kali di anggap beda di ranah publik. Dimasa lalu pemerintah di pandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan. Namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya dibidang lingkungan.
4. CSR ekonomi peningkatan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan *corporate social responsibility*, peningkatan pendapatan ekonomi bisa di terapkan dengan mengembangkan Lembaga keuangan mikro, bantuan modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat (Fahmi, 2014).

2.3 Pemberdayaan Masyarakat

2.3.1 Pengertian Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah suatu upaya atau proses untuk menumbuhkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan masyarakat dalam mengenali, mengatasi, memelihara, melindungi, dan meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri. Kata pemberdayaan atau dalam bahasa Inggris *empowerment*, berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan ber- yang menjadi kata “berdaya” yang artinya mempunyai daya. Daya artinya kekuatan sedangkan berdaya artinya mempunyai kekuatan. Sehingga pemberdayaan dapat diartikan sebagai membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai daya atau kekuatan (Lili et al., 2005).

Pemberdayaan (*empowerment*) adalah suatu proses atau strategi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kapasitas, dan otonomi individu atau kelompok, sehingga mereka dapat mengambil kontrol atas kehidupan mereka sendiri dan berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka. Pemberdayaan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial, politik, dan psikologis.

Aspek penting dari pemberdayaan adalah memberikan peluang bagi individu atau kelompok untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Ini mencakup hak untuk mengemukakan pendapat, memberikan kontribusi, dan memiliki akses kepada informasi yang relevan. Pemberdayaan bertujuan untuk memberikan otonomi kepada individu atau kelompok, sehingga mereka dapat mengontrol keputusan dan tindakan yang berkaitan dengan kehidupan mereka. Ini termasuk

memberdayakan mereka untuk membuat keputusan ekonomi, sosial, dan politik yang memengaruhi kesejahteraan mereka (Najiyati et al., 2005).

2.3.2 Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif. Masyarakat merupakan kelompok orang yang tinggal dalam suatu wilayah geografis yang sama dan memiliki interaksi sosial yang terorganisir. Konsep masyarakat mencakup struktur sosial, nilai, norma, lembaga, dan berbagai elemen lain yang membentuk pola kehidupan bersama.

Kehidupan manusia adalah kehidupan kolektif, kehidupan manusia berwatak sosial. Kebutuhan, prestasi, kesenangan, serta kegiatan manusia seluruhnya berwatak sosial, lantaran semuanya itu berjaln-jalin dengan adat, kebiasaan dan sistem kerja, pembagian keuntungan, serta pembagian pemenuhan kebutuhan tertentu yang menjadikan sekelompok orang tertentu bersatu adalah adanya pola pikir dan kebiasaan tertentu yang dominan. Dengan kata lain, masyarakat adalah sekumpulan manusia yang karena tuntutan kebutuhan dan pengaruh keyakinan, pikiran, serta ambisi tertentu dipersatukan dalam kehidupan kolektif.

2.3.3 Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, pengetahuan, dan keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan mengendalikan kehidupan mereka sendiri. Konsep ini melibatkan memberikan kontrol, keputusan, dan akses kepada sumber daya kepada individu atau kelompok dalam masyarakat sehingga mereka dapat menjadi agen perubahan

dalam kondisi mereka sendiri. Masyarakat yang diberdayakan diharapkan berpartisipasi secara aktif dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Hal ini mencakup partisipasi dalam pembuatan kebijakan, perencanaan pembangunan, dan pengelolaan sumber daya lokal.

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) pada intinya adalah membantu klien (pihak yang di berdayakan) untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan tentang diri mereka, termasuk mengurai efek hambatan pribadi dan sosial melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimilikinya antara lain memiliki transfer daya lingkungan (Conyers, 1991).

Dari pengertian diatas, maka di simpulkan bahwa yang dimaksud pemberdayaan adalah sebuah Gerakan penguatan sosial agar masyarakat tadinya lemah, baik dalam bidang sosial, ekonomi serta politik, pemberdayaan sehingga membangkitkan kesadaran masyarakat tersebut dan meningkatkan potensi yang mereka miliki dan guna membangun serta menentukan tindakan berdasarkan keinginan mereka secara mandiri melalui strategi dan pendekatan tertentu yang dapat menjamin keberhasilan hakiki dalam bentuk kemandirian.

Upaya untuk memberdayakan masyarakat dapat dilakukan dengan cara, yaitu:

- a) Menumbuhkan keinginan masyarakat untuk berwisata, bergelut dalam aspek ekonomi, bertindak dengan merancang munculnya diskusi tentang apa yang menjadi masalah dalam masyarakat.
- b) Memberdayakan informasi tentang pengalaman kelompok lain yang telah sukses dan sejahtera.

- c) Membantu masyarakat untuk membuat Analisa situasi usaha yang berprospektif secara sistematis tentang hakekat dan penyebab dari masalah berbisnis.
- d) Menghubungkan masyarakat dengan sumber yang dapat dimanfaatkan.

2.3.4 Prinsip, Tahapan, dan Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Najiyati, dkk. (2005) terdapat empat prinsip yang digunakan untuk suksesnya program pemberdayaan yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan atau kemandirian dan berkelanjutan. Adapun penjelasan terhadap prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat tersebut ialah sebagai berikut:

1) Prinsip Kesetaraan

Prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat ialah adanya kesetaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan Lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan. Hubungan kesetaraan dengan mengembangkan mekanisme berbagai pengalaman, pengetahuan serta keahlian satu sama lain. Masing-masing saling mengakui kelebihan dan kekurangan, sehingga terjadi proses saling belajar.

2) Partisipasi

Program pemberdayaan yang dapat menstimulasikan kemandirian masyarakat ialah program yang bersifat partisipatif, dilaksanakan, direncanakan, diawasi dan dievaluasi oleh masyarakat. Namun untuk sampai pada tingkat tersebut perlu waktu dan proses pendamping yang

melibatkan pendamping yang berkomitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat.

3) Keswadayaan atau Kemandirian

Prinsip keswadayaan ialah menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat dari pada bantuan pihak lain. Konsep ini tidak memandang orang miskin sebagai objek yang tidak berkemampuan sedikit "*the have little*". Mereka memiliki kemampuan untuk menabung pengetahuan yang mendalam tentang kendala-kendala usahanya, mengetahui kondisi lingkungan, memiliki tenaga kerja dan kemauan serta memiliki norma-norma bermasyarakat yang sudah lama dipatuhi.

4) Berkelanjutan

Program pemberdayaan perlu dirancang untuk berkelanjutan, sekalipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibanding masyarakat sendiri. Tapi secara perlahan dan pasti, peran pendamping akan makin berkurang, bahkan akhirnya di hapus, karena masyarakat sudah mampu mengelola kegiatannya sendiri.

Pemberdayaan masyarakat memiliki tujuh tahapan atau langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1) Tahap Persiapan

Ada dua tahapan yang harus dikerjakan yaitu pertama, penyimpangan petugas yaitu tenaga pemberdayaan masyarakat yang bisa dilakukan oleh *community worker* dan kedua penyiapan lapangan yang pada dasarnya diusahakan dilakukan secara non-direktif.

2) Tahapan Pengkajian “*Assessment*”

Pada tahapan ini yaitu proses pengkajian dapat dilakukan secara individual melalui kelompok-kelompok dalam masyarakat. Dalam hal ini petugas harus berusaha mengidentifikasi masalah kebutuhan yang dirasakan “*feel needs*” dan juga sumber daya yang dimiliki klien.

3) Tahap Perencanaan Alternatif Program atau Kegiatan

Pada tahapan ini petugas sebagai agen perubahan “*exchange agent*” secara partisipatif mencoba melibatkan warga untuk berfikir tentang masalah yang mereka hadapi dan bagaimana cara mengatasinya. Dalam konteks ini masyarakat diharapkan dapat memikirkan beberapa alternatif program dan kegiatan yang dapat dilakukan.

4) Tahap Pemformalisasi Rencana Aksi

Pada tahapan ini agen perubahan membantu masing-masing kelompok untuk merumuskan dan menentukan program dan kegiatan apa yang mereka akan lakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Di samping itu juga petugas membantu membantu memformalisasikan gagasan mereka ke dalam bentuk tertulis terutama bila ada kaitannya dengan pembuatan proposal kepada penyandang dana.

5) Tahap pelaksanaan “Implementasi” program atau kegiatan

Dalam upaya pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat peran masyarakat sebagai kader diharapkan dapat menjaga keberlangsungan program yang telah dikembangkan.

6) Tahap Evaluasi

Evaluasi juga sebagai proses pengawasan dari warga dan petugas program pemberdayaan masyarakat yang sedang berjalan sebaiknya dilakukan sebaiknya dengan melibatkan warga. Dengan keterlibatan warga tersebut diharapkan dalam jangka waktu pendek biasanya membentuk suatu system komunitas untuk pengawasan secara internal dan untuk jangka Panjang dapat membangun komunikasi masyarakat yang mendirikan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

7) Tahap Teriminasi

Tahap teriminasi merupakan tahapan pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran dalam tahap ini diharapkan proyek harus segera berganti.

Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan hakikat lapisan masyarakat dan pribadi manusia, tujuan tersebut meliputi:

- 1) Mendorong motivasi, meningkatkan kesadaran akan potensinya, dan menciptakan iklim atau suasana untuk berkembang.
- 2) Memperkuat daya, potensi yang dimiliki dengan langkah-langkah positif memperkembangkannya.
- 3) Penyediaan berbagai masukan, pembukaan akses kepeluang. Upaya pokok yang dilakukan adalah peningkatan taraf Pendidikan, derajat Kesehatan, akses kepada modal, teknologi tempat guna, informasi, lapangan kerja dan pasar dengan fasilitas-fasilitasnya

2.3.5 Indikator Hasil Pemberdayaan Masyarakat

Indikator hasil pemberdayaan masyarakat mencerminkan sejauh mana upaya pemberdayaan telah memberikan dampak positif dan berkelanjutan pada kondisi dan kesejahteraan masyarakat. Berikut adalah beberapa indikator hasil pemberdayaan masyarakat:

1) Partisipasi dan Keterlibatan:

Tingkat partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan lokal, kegiatan sosial, dan program pemberdayaan. Tingginya tingkat partisipasi menunjukkan bahwa masyarakat aktif terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program, mencerminkan keberhasilan dalam memberdayakan mereka.

2) Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan:

Perubahan dalam tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas masyarakat setelah melibatkan diri dalam program pemberdayaan. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat mencerminkan efektivitas program pemberdayaan dalam meningkatkan kapasitas mereka untuk mengatasi masalah dan berkontribusi pada pengembangan lokal.

3) Otonomi dan Kontrol Lokal:

Tingkat otonomi dan kontrol masyarakat dalam pengelolaan sumber daya lokal dan pengambilan keputusan. Pemberdayaan berhasil jika masyarakat memiliki otonomi yang lebih besar dalam mengelola aset mereka sendiri dan memiliki peran aktif dalam menentukan arah pembangunan lokal.

4) Pengurangan Ketidaksetaraan:

Berkurangnya ketidaksetaraan sosial dan ekonomi di antara anggota masyarakat. Pemberdayaan diukur oleh kemampuannya untuk mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi, memberikan peluang yang lebih adil kepada semua lapisan masyarakat.

5) Pemberdayaan Ekonomi:

Pertumbuhan usaha kecil dan menengah, peningkatan pendapatan, dan diversifikasi mata pencaharian. Keberhasilan program pemberdayaan dapat diukur oleh perkembangan ekonomi masyarakat, seperti peningkatan pendapatan dan diversifikasi usaha.

6) Penguatan Institusi Lokal:

Perkembangan lembaga-lembaga lokal, seperti organisasi masyarakat, dan kapasitas lembaga pemerintah setempat. Pemberdayaan masyarakat yang efektif menciptakan lembaga-lembaga yang kuat dan berkelanjutan yang dapat mendukung pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

7) Peningkatan Akses Terhadap Pendidikan dan Kesehatan:

Peningkatan akses masyarakat terhadap pendidikan dan layanan kesehatan. Program pemberdayaan yang berhasil dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap pendidikan dan layanan kesehatan, meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan.

8) Perubahan Sosial dan Perilaku:

Perubahan positif dalam perilaku sosial, norma, dan nilai masyarakat. Pemberdayaan yang efektif dapat merangsang perubahan sosial yang

positif, seperti peningkatan kesetaraan gender, pengurangan diskriminasi, dan promosi nilai-nilai positif.

Penting untuk mengidentifikasi dan memonitor sejumlah indikator ini secara bersamaan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak pemberdayaan masyarakat. Evaluasi berkala diperlukan untuk menilai keberlanjutan dan efektivitas program pemberdayaan serta untuk melakukan perubahan atau peningkatan yang diperlukan.

2.4 Lingkungan Perusahaan

Lingkungan perusahaan dapat diartikan sebagai keseluruhan dari faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya. Sedangkan arti lingkungan secara luas mencakup semua faktor ekstern yang mempengaruhi individu, perusahaan dan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

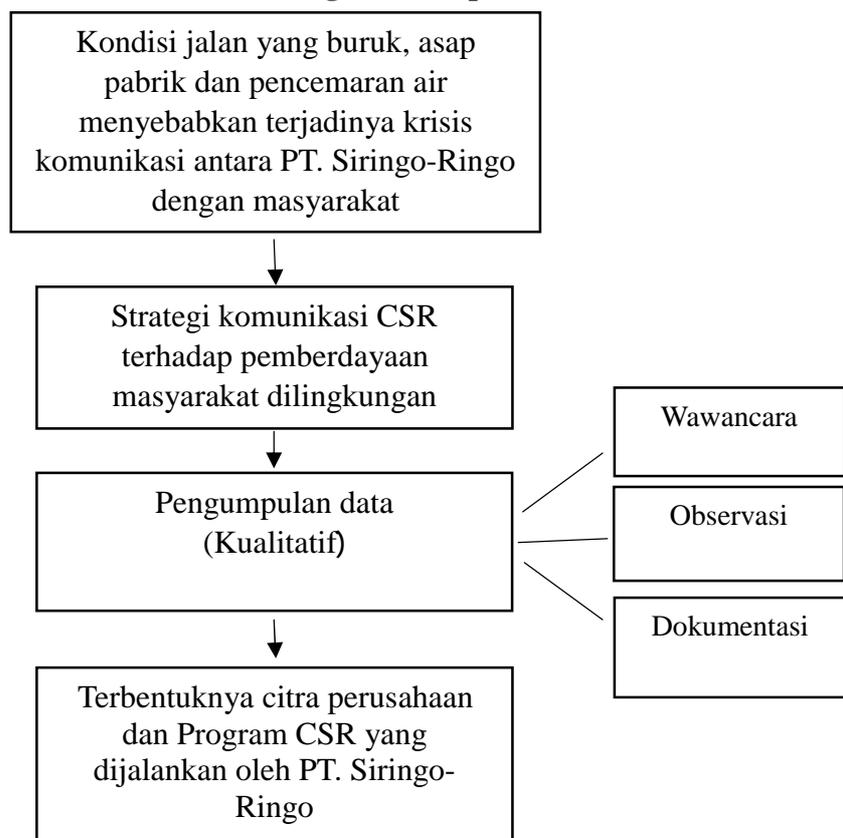
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Istilah kualitatif menurut Krik san Miler dalam mendefenisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Arikunto, 2016).

Penelitian ini menggunakan dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini data yang di kumpulkan berupa kata-kata atau ucapan, gambar dan bukan angka-angka. Dalam pendekatan kualitatif perlu adanya pertimbangan. Kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan, jamak, yang artinya dalam metode ini lebih banyak berhadapan dengan data real atau lingkungan yang mendukung dari suatu judul penelitian. selain itu kualitatif juga lebih mendekatkan antara peneliti dan informan. Sedangkan penelitian untuk pendekatan deskriptif yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan Teknik wawancara secara langsung atau menjelaskan kata demi kata sehingga menjadi satu kalimat dan data yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguraikan gambaran terkait strategi komunikasi CSR PT. Siringo-Ringo Rantauprapat dalam pemberdayaan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada HUMAS, manager, karyawan.

3.2 Kerangka Konsep

Konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya menyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata. Konsep merupakan sebuah gagasan yang menjelaskan sebuah peristiwa ataupun benda agar mudah dipahami. Konsep juga mampu mewakili sejumlah objek yang memiliki ciri-ciri yang sama. Konsep juga merupakan bentuk sederhana dari penjelasan mengenai langkah-langkah atau memahami suatu hal. Berikut ini adalah kerangka konsep yang menggambarkan atau menjelaskan hubungan atau kaitan masalah yang akan di teliti:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.3 Definisi Konsep

Konsep adalah gambaran tentang sesuatu yang bisa dipahami bagi siapa aja yang melihatnya, dan juga konsep juga merupakan suatu representasi abstrak dan umum tentang sesuatu yang bertujuan menjelaskan suatu benda, gagasan, atau peristiwa. Konsep juga dapat diartikan sebagai abstraksi gejala sosial. Berikut ini merupakan definisi dari konsep-konsep yang akan diteliti:

- 1) Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan secara praktis bagaimana operasionalnya. Dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda bergantung kepada kondisi dan situasi.
- 2) CSR (*Corporate Social Responsibility*). Suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak yang tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.
- 3) Citra perusahaan merupakan penilaian kesan yang baik terhadap sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan tersebut di mata masyarakat lingkungannya bernilai positif.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategori yang di maksudkan ialah bagaimana cara mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui dengan benar dan jelas apa yang menjadi kategorisasi di dalam penelitian. Berikut kategorisasi penelitian terkait penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Konsentrasi
1	Strategi Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	a. Sumbangan Masyarakat. b. Mendirikan Yayasan. c. Bekerja Sama Dengan Mitra
2	Pemberdayaan masyarakat	a. Prinsip Kesetaraan b. Partisipasi c. Keswadayaan atau Kemandirian.

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.5 Narasumber

Narasumber merupakan hal yang paling penting dalam proses penelitian karena sumber data adalah komponen utama yang dijadikan sebagai sumber informasi, sehingga dapat digambarkan hasil dari suatu penelitian. Pada penelitian ini informasi yang di dapat dari narasumber yang diperoleh melalui kegiatan wawancara dengan meminta pendapat dan opini terkait suatu isu dan fenomena sosial yang tengah beredar dimasyarakat luas. Selain narasumber yang sangat diperlukan untuk menjaga keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini

narasumber yang akan membantu peneliti dalam memecahkan masalah sehingga mendapatkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi CSR dalam pemberdayaan masyarakat meliputi humas, karyawan PT Siringo-Ringo Rantau Prapat, dan masyarakat sekitar.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data, jenis data yang dikumpulkan yaitu data kualitatif. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber dan berbagai cara yang dapat oleh peneliti dengan berbagai narasumber. Data kualitatif tersebut bersumber dari data primer yang akan didapatkan setelah peneliti melaksanakan penelitian yang disertai dengan data sekunder yang berguna untuk menunjang hasil penelitian yang disertai dengan data skunder yang berguna untuk menunjang hasil penelitian, yang bersumber dari data yang relevan. Pengumpulan data primer dapat berupa kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk itu diharapkan peneliti memahami Teknik yang dipakai sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu penelitian.

1) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif. Observasi di fokuskan untuk mendeskripsi dan menejalskan fenomena penelitian. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang di teliti. dalam peneltian ini observasi akan dilakukan dengan mengamati langsung strategi komunikasi CSR PT. Siringo-Ringo dalam pemberdayaan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan.

2) Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber. Wawancara digunakan peneliti untuk menilai keadaan seseorang. Misalnya untuk mencari data. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dengan fakta dan kepercayaan yang diperlukan untuk memenuhi tujuan dari berjalannya penelitian. Wawancara mengharuskan kedua belah pihak maupun peneliti maupun subjek kajian bertemu dan berinteraksi langsung dan aktif agar dapat mencapai tujuan dan data yang di dapat baik dan akurat. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah humas, manajer dan karyawan PT. Siringo-Ringo.

3) Dokumentasi

Disamping observasi partisipan dan wawancara, peneliti juga menggunakan beberapa dokumen dalam menjawab pertanyaan terarah selain studi dokumen lokasi, penelitian ini juga menggunakan metode diskusi yang menggunakan pertukaran pikiran yang memiliki kompetensi tentang topik yang di angkat.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah yang dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan selesai pengumpulan data dalam priode tertentu, pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu di peroleh data yang dianggap

kredibel (Purwanto, 2005) Dalam menentukan teknik analisis data, penulis menggunakan model analisis Miles dan Huberman (Lestari, 2021) sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini termasuk data wawancara, atau memilah dan menyusun data tersebut kedalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

b. Reduksi data

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

c. Penyajian Data

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

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

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

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak dimana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan

permasalahan. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berlokasi di PT.Siringo-Ringo Rantauprapat, Desa Bandar Kumbul. Waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai dengan Januari 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data Informan

Data dari hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Pada bagian tahap wawancara ini dilakukan dengan 3 (tiga) orang informan (narasumber) yaitu Asisten Kepala Humas dan karyawan PT. Siringo-Ringo Rantauprapat, serta seorang masyarakat sekitar lingkungan perusahaan.

Informan pertama bernama Muhammad Yusri Effendi Nasution yang merupakan Asisten Kepala Humas PT. Siringo-Ringo. Laki-laki berusia 33 tahun yang bertempat tinggal di Perumahan Staff PT. Siringo-Ringo.

Gambar 4.1 Informan Muhammad Yusri



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Informan kedua bernama Edi Suhartono yang merupakan Karyawan PT. Siringo-Ringo. Laki-laki berusia 30 tahun yang bertempat tinggal di Perumahan Staff PT. Siringo-Ringo.

Gambar 4.2 Informan Edi Suhartono



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Informan ketiga bernama Indra Syahri yang merupakan masyarakat sekitar PT. Siringo-Ringo. Laki-laki berusia 45 tahun yang bertempat tinggal di Desa Bandar Kumbul, Rantau Prapat.

Gambar 4.3 Informan Indra Syahri



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

4.1.2 Hasil Wawancara Informan

Teknik pengumpulan data yang diambil peneliti adalah melakukan wawancara. Wawancara dengan proses tanya jawab secara tatap muka pertemuan satu pewawancara dengan satu responden. Untuk proses wawancara tersebut, peneliti membuat 10 pertanyaan untuk narasumber. Peneliti mengambil Asisten Kepala Humas dan karyawan PT. Siringo-Ringo.Rantauprapat, serta seorang masyarakat sekitar lingkungan perusahaan sebagai narasumber dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, narasumber diminta untuk memberikan tanggapan terkait strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Siringo-Ringo dalam pemberdayaan masyarakat di sekitar lingkungan masyarakat. Berikut analisis jawaban yang didapatkan peneliti dalam melakukan wawancara di lapangan:

Narasumber pertama yang berprofesi sebagai Asisten Kepala Humas PT. Siringo-Ringo mengatakan bahwa PT Siringo-ringo melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan sumbangan berbentuk barang dan uang tunai untuk kegiatan-kegiatan yang ada di Desa sekitar di mana program CSR PT. Siringoringo memiliki 7 bidang yaitu agama, sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, kesehatan, dan infrastruktur.

“program CSR yang kami lakukan itu ada 7 bidang, agama, sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, kesehatan dan infrastruktur. Untuk pendidikan biasanya kami memberikan bantuan sarana dan prasarana pendidikan untuk pengembangan pembangunan sekolah”.

“kami menjalankan program pendidikan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan sekolah yang tidak mendapatkan dukungan dana dari pemerintah. Kami juga berkomunikasi langsung dengan kepala desa dan pihak sekolah untuk memastikan keberlanjutan program tersebut”.

Program yang telah dilakukan oleh PT Siringoringo dalam pengembangan yayasan baik pendidikan formal maupun nonformal di Desa Bandar Kumbul adalah dengan memberikan bantuan berupa sarana dan prasarana pendidikan seperti mobil-mobiler sekolah dan material untuk pembangunan atau renovasi sekolah serta program magang kerja bagi siswa-siswi anak masyarakat sekitar. Strategi PT Siringo-ringo dalam menjalankan program pendidikan adalah dengan melakukan identifikasi kebutuhan sekolah yang tidak ter-cover dana pemerintah serta melakukan komunikasi dengan kepala desa setempat dan pihak sekolah.

“Kami telah melaksanakan program pemberdayaan masyarakat, seperti program budidaya sayur-mayur, budidaya ikan, dan pembinaan petani Swadaya kelapa sawit. Tujuannya adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.”

PT. Siringo-ringo menjalin kerjasama dengan masyarakat di Desa Bandar Kumbul melalui beberapa bentuk kerjasama. Ini mencakup pembelian kebutuhan sayur-mayur dan kegiatan bongkar muat TBS di pabrik, serta pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi lokal. Salah satu contoh konkret dari program pemberdayaan yang telah diimplementasikan adalah upaya budidaya sayur-mayur dan ikan, serta dukungan dalam pembinaan petani Swadaya kelapa sawit. Semua ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan taraf ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

“Untuk pengelolaan air limbah sisa produksi, kami juga melakukan pengujian bulanan di laboratorium yang memiliki akreditasi. Kami memiliki infrastruktur seperti Aero flow system, sawah treatment plan, Land aplikasi, dan biogas plant yang menggunakan gas metana dari limbah cair sebagai sumber energi baru terbarukan untuk menghasilkan tenaga listrik. Perusahaan kami juga telah meraih penghargaan peringkat hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia melalui proper.”

PT Siringo-ringgo, dalam upayanya untuk menjaga keberlanjutan lingkungan, selalu menekankan pentingnya meminimalkan risiko pencemaran di sekitar fasilitas perusahaannya. Dalam pengelolaan udara dan emisi, perusahaan secara rutin melakukan uji coba setiap enam bulan melalui lembaga sertifikasi lingkungan yang telah diakreditasi. Cerobong asap dari boiler dan genset dipasang sesuai dengan standar peraturan Menteri Lingkungan Hidup. Dengan langkah-langkah ini, dampak dari konflik yang mungkin muncul terkait dengan PT Siringo-ringgo dapat dikelola dengan efektif.

Narasumber kedua, yang merupakan karyawan PT. Siringo-Ringo menyatakan bahwa kegiatan khusus yang dilakukan oleh PT. Siringo-Ringo yaitu dalam menyusun program Corporate Social Responsibility selalu melibatkan para pemangku kepentingan seperti Pemerintah Desa/Kelurahan, Pemerintah Kecamatan, tokoh masyarakat Desa atau Kelurahan setempat melalui forum *stakeholder* konsultasi guna menerima masukan dan saran untuk kegiatan-kegiatan prioritas yang ada di Desa/Kelurahan tersebut.

“untuk memudahkan kami dalam menjalankan kegiatan, kami bekerja sama dengan para pemangku kepentingan melalui forum stakeholder. Forum ini berguna untuk konsultasi, memberi dan menerima masukan serta saran agar kegiatan-kegiatan dapat berjalan lancar”.

“Program *corporate social responsibility* memberikan dampak positif secara langsung, baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar. Dampak positif bagi perusahaan melibatkan terciptanya hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat, yang pada gilirannya mendukung kelancaran operasional perusahaan.”.

Dampak yang ditimbulkan dengan adanya program corporate social responsibility tentunya memberikan dampak positif baik perusahaan maupun bagi masyarakat sekitar dampak positif bagi perusahaan adalah terciptanya hubungan

baik dan harmonis dengan masyarakat sehingga operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar sedangkan dampak positif bagi masyarakat adalah segala kegiatan yang ada di desa dapat terlaksana dengan baik serta peningkatan terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

“biasanya kami diberikan pembinaan dan pelatihan seputar petanian swadaya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Budidaya sayur mayur khususnya kepada ibu-ibu sekitar. Pembinaan ini dapat meningkatkan hasil panen para petani”.

Indra Syahri, salah seorang masyarakat sekitar lingkungan perusahaan yang menjadi narasumber ketiga dalam penelitian ini mengungkapkan program pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh PT. Siringo-Ringo adalah program budidaya sayur-mayur, budidaya ikan, dan pembinaan petani Swadaya kelapa sawit yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Bentuk kerjasama yang dilakukan perusahaan dengan masyarakat Desa Bandar Kumbul adalah pembelian kebutuhan sayur-mayur bongkar muat TBS di pabrik serta program-program pemberdayaan masyarakat lainnya (jika ada).

“Program *corporate social responsibility* ini memberikan dampak positif secara langsung, baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar. Dampak positif bagi masyarakat sekitar melalui pelaksanaan efektif segala kegiatan di desa dan peningkatan ekonomi kami.”

Dengan adanya program *Corporate Sosial Responsibility* tentunya memberikan dampak positif baik perusahaan maupun bagi masyarakat sekitar. Dampak positif bagi perusahaan adalah terciptanya hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat sekitar sehingga operasional perusahaan dapat berjalan lancar, sedangkan dampak positif bagi masyarakat adalah segala kegiatan dan desa dapat terlaksana dengan baik serta peningkatan terhadap ekonomi masyarakat sekitar.

PT. Siringo-Ringo berhasil dalam membangun infrastruktur untuk memberdayakan masyarakat sekitar.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dari 3 (tiga) orang narasumber yaitu Asisten Kepala Humas dan karyawan PT. Siringo-Ringo Rantauprapat, serta seorang masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Peneliti tidak menemukan hambatan dalam proses wawancara karena narasumber memberikan informasi secara jelas dan terbuka sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisis jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada narasumber.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa dalam mengelola program CSR, PT. Siringo-Ringo menonjolkan strategi partisipatif dengan melibatkan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) di tingkat lokal, seperti Pemerintah Desa/Kelurahan, Pemerintah Kecamatan, dan tokoh masyarakat. Melalui forum *stakeholder* konsultasi, perusahaan mendapatkan masukan dan saran yang berharga untuk menentukan prioritas kegiatan yang benar-benar relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat setempat. Pendekatan ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk membangun keterlibatan yang inklusif dan memastikan bahwa program-programnya benar-benar memberikan manfaat maksimal.

Dampak positif dari program CSR ini tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga memberikan kontribusi yang nyata pada kemajuan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hubungan baik dan harmonis antara perusahaan dan

komunitas setempat menciptakan lingkungan operasional yang lancar dan mendukung. Ini mencerminkan pentingnya dimensi sosial dalam praktik bisnis PT. Siringo-Ringo, yang melihat tanggung jawab perusahaan tidak hanya pada aspek ekonomi tetapi juga pada dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Menurut Saleh, dkk (2019) Pemberdayaan berarti memberikan sumber daya, peluang, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menentukan masa depan mereka sendiri serta berpartisipasi dan memengaruhi kehidupan orang-orang di dalamnya. Pemberdayaan masyarakat melalui program budidaya sayur-mayur, budidaya ikan, dan pembinaan petani swadaya kelapa sawit juga menunjukkan upaya perusahaan dalam memberikan solusi berkelanjutan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Bentuk kerjasama dengan masyarakat, seperti pembelian kebutuhan sayur-mayur dan proses bongkar muat TBS di pabrik, menciptakan kesempatan ekonomi yang nyata dan berkelanjutan.

Selain dampak ekonomi, program pemberdayaan masyarakat tersebut juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Misalnya, melalui bantuan sarana dan prasarana pendidikan, PT. Siringo-Ringo turut membangun pondasi pendidikan yang lebih baik bagi generasi muda di Desa Bandar Kumbul. Program magang kerja bagi siswa-siswi juga menciptakan peluang bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan keterampilan dan mempersiapkan diri untuk dunia kerja.

Dengan mengintegrasikan berbagai dimensi keberlanjutan dalam program CSR-nya, PT. Siringo-Ringo bukan hanya menjadi entitas bisnis, tetapi juga mitra

pembangunan lokal yang berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar. Keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa program CSR yang baik tidak hanya memberikan manfaat segera tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang yang positif bagi semua pihak yang terlibat.

PT Siringo-Ringo dalam pengelolaan lingkungan senantiasa mengedepankan kelestarian lingkungan agar tidak terjadi pencemaran lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam pengelolaan udara dan emisi perusahaan melakukan uji setiap 6 bulan sekali melalui lembaga sertifikasi lingkungan yang terakreditasi KAN. Membuat cerobong asap baik boiler maupun genset Sesuai dengan standar Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan memasang alat *smoke density* untuk pengelolaan air limbah sisa produksi. PT Siringo-Ringo juga melakukan pengujian setiap 1 bulan sekali di laboratorium yang terakreditasi KAN.

Memiliki *Aero flow system*, memiliki *Sawage Treatment Plant*, memiliki *Land* aplikasi serta memiliki biogas *plant* yang merupakan salah satu energi baru terbarukan yang dapat menghasilkan tenaga listrik dengan memanfaatkan gas metana dari limbah cair sisa produksi. PT. Siringo-Ringo juga merupakan salah satu perusahaan yang telah mendapatkan penghargaan peringkat hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia melalui proper maka demikian dampak yang ditimbulkan dari pabrik PT. Siringo-Ringo dapat dikelola dengan baik.

Dalam kasus PT. Siringo-Ringo, perusahaan menjalankan program CSR dengan melibatkan berbagai pihak seperti Pemerintah Desa/Kelurahan,

Pemerintah Kecamatan, tokoh masyarakat, dan masyarakat setempat melalui forum stakeholder konsultasi. Program CSR yang dilakukan tidak hanya difokuskan pada keuntungan ekonomi perusahaan tetapi juga pada upaya meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat sekitar.

Stakeholder Theory cocok untuk menjelaskan pendekatan holistik perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya. Pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan perusahaan mencakup berbagai pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat lokal, dan tokoh masyarakat. Melibatkan mereka dalam menyusun program CSR mencerminkan pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat setempat.

Menurut Yanti, dkk (2021) dengan menerapkan Teori *Stakeholder*, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitasnya, menciptakan dampak positif yang lebih besar, dan mencapai keberlanjutan jangka panjang dalam hubungan bisnisnya. Teori ini sesuai dengan pendekatan PT. Siringo-Ringo yang menjadikan pemangku kepentingan sebagai mitra dalam pembangunan dan pertumbuhan bersama.

PT. Siringo-Ringo telah berhasil meraih kesuksesan dalam upaya membangun infrastruktur yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakatnya. Melalui serangkaian proyek infrastruktur yang terencana dengan baik, perusahaan ini telah memberikan kontribusi positif dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan penuh dedikasi, PT. Siringo-Ringo tidak hanya fokus pada pembangunan fisik saja, tetapi juga memastikan bahwa infrastruktur yang dibangun dapat memberikan manfaat nyata

dan berkelanjutan bagi masyarakat, seperti akses yang lebih mudah ke layanan pendidikan, kesehatan, dan sarana ekonomi. Keberhasilan ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk berperan aktif dalam pembangunan sosial dan ekonomi di wilayahnya, menjadikan PT. Siringo-Ringo sebagai pionir dalam menciptakan dampak positif melalui pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan:

PT. Siringo-Ringo menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan pendekatan yang holistik dan melibatkan berbagai pihak terkait, termasuk pemangku kepentingan di tingkat lokal. Melalui program CSR yang mencakup berbagai bidang seperti pendidikan, ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat, PT. Siringo-Ringo mampu menciptakan dampak positif baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar.

Dengan melibatkan pemerintah setempat, tokoh masyarakat, dan stakeholder lainnya, perusahaan berhasil menyusun program CSR yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Upaya pemberdayaan masyarakat, baik melalui pendidikan maupun program ekonomi, mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi nyata pada peningkatan kesejahteraan dan perkembangan berkelanjutan di tingkat lokal.

5.2 Saran

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

- 1) Pertahankan Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Melanjutkan dialog terbuka dengan pemerintah, tokoh masyarakat, dan pihak terkait lainnya untuk memahami perubahan kebutuhan dan memastikan program CSR tetap relevan.

- 2) Perluas Program Pemberdayaan: Mengeksplorasi peluang ekspansi program pemberdayaan masyarakat, seperti diversifikasi sektor ekonomi lokal atau keterlibatan lebih lanjut dalam proyek-proyek pembangunan berkelanjutan.
- 3) Perkuat Kolaborasi dengan Pemerintah: Memperkuat kemitraan dengan pemerintah setempat untuk memastikan sinergi dengan inisiatif pembangunan yang sedang berlangsung dan memaksimalkan manfaat bagi masyarakat.
- 4) Lakukan Evaluasi Berkelanjutan: Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur dampak program CSR, mengidentifikasi potensi perbaikan, dan memastikan kesesuaian dengan kebutuhan aktual masyarakat.
- 5) Tingkatkan Transparansi dan Komunikasi: Memastikan informasi terkait program CSR disampaikan secara transparan kepada masyarakat, meningkatkan kesadaran akan kontribusi perusahaan, dan memperkuat hubungan positif dengan komunitas setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Ed. Rev VI). Rineka Cipta.
- Asriwati. (2022). *komunikasi yang efektif: communication for behavioral impact (combi)*. Syiah Kuala University Press.
- Conyers, D. (1991). *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga : Suatu Pengantar* (Cet.1). Gadjah Mada University Press.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Cet.2). Alfabeta.
- Fajar, N. (2006). *Tanggung jawab sosial BUMN: analisis terhadap model kedermawanan sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telekomunikasi Indonesia*. jakarta paramedia.
- Hafied, C. (2017). *perencanaan & strategi komunikasi / prof. H. Hafied Cangara, M. Sc., Ph.D* (Edisi Revi). Rajawali Pers.
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan strategi komunikasi dalam program corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu Keislaman Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54–67.
- Lestari, F. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kualitatif, Kuantitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan Internasional). *Metode Penelitian Komunikasi*, 718.
- Lili, B., Zen, M., & Hudri, M. (2005). *Zakat dan wirausaha*. Centre for entrepreneurship development.
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di

Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 2021, 1.

Najiyati, S., Asmana, A., & Suryadiputra, I. N. N. (2005). *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut*. Wetlands Internasional.

Purwanto, M. N. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif / sugiyono*. Bandung: Alfabeta, 20–22.

Rizaldy, T., & Setyanto, Y. (2023). Public Relations Strategy of Pt. Siringo Ringo Musim Mas Group in Building Image Through Corporate Social Responsibility Program. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 817–823.
<https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25948>

Saleh, A., & Dalimunthe, A. H. (2018). Model of Corporate Social Responsibility (CSR) Gold Mining for Community Empowerment Batangtoru District of South Tapanuli in North Sumatra Province. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 1(3), 144–152. <https://doi.org/10.33258/birci.v1i3.38>

Saleh, A., Dalimunthe, A. H., & Lubis, F. H. (2019). Development of Banking CSR Model for Community Empowerment Slum Area in Medan City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 2(3), 39–50.
<https://doi.org/10.33258/birci.v2i3.392>

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>

Suharto, E. (2007). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)* (A. Gunarsa (ed.)). Refika Aditama.

Susanto, E. H. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik Fascho Publishing.

Triyono, A. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat melalui community development program posdaya (pos pemberdayaan keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap*.

Tunggal, A. W. (2008). *Business Ethics dan Corporate Social Responsibility (CSR)(Konsep dan Kasus)*. Harvarindo.

Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Ekonomi Bisnis*, 3(1), 43–51.

Yosal, I. (2004). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya* (R. Karyanti (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Siringo-Ringo dalam Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Lingkungan Masyarakat

Nama Peneliti : Ayu Tri Lestari

NPM : 1903110296

Tanggal Penelitian : 05 April 2023

Tempat Penelitian : PT. Siringo-Ringo Rantauprapat Kabupaten Labuhan Batu

Identitas Narasumber

1. Nama : Mukhammad Fatri Effendyana

2. Usia : 33 tahun

3. Alamat : perumahan staff PT. Siringo-Ringo

4. Jabatan Pekerjaan : asst. kepala umum

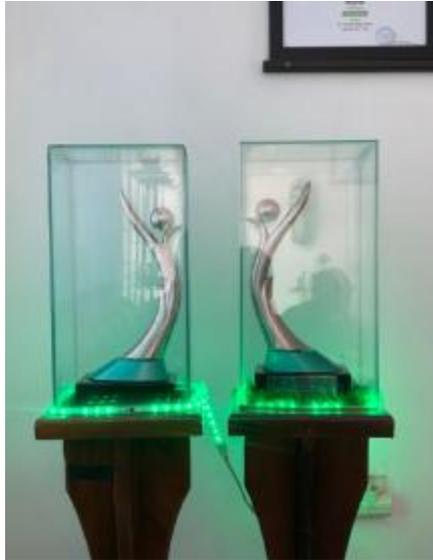
Daftar Pertanyaan

1. Menurut Anda, sumbangan apa saja yang dilakukan PT. Siringo_Ringo kepada masyarakat melalui Program CSR?
2. Dampak apa saja yang ditimbulkan pada masyarakat terhadap sumbangan yang diberikan PT Siringo Ringo melalui program CSR?
3. Menurut Anda, program-program apa saja yang sudah dilakukan PT. Siringo_Ringo dalam bidang mendirikan Yayasan di Desa Bandar Kumbul?
4. Bagaimana strategi PT Siringo Ringo dalam menjalankan program mendirikan Yayasan di Desa Bandar Kumbul?
5. Menurut Anda, bentuk kerjasama apa saja yang dilakukan oleh PT Siringo Ringo dengan masyarakat yang ada di Desa Bandar Kumbul?
6. Menurut Anda, program kerja apa saja yang sudah dilakukan oleh PT Siringo-Ringo dalam mengelola pemberdayaan masyarakat di sekitar perusahaan?

7. Menurut Anda, apakah bantuan CSR yang dikelola PT Siringo Ringo berdasarkan prinsip kesetaraan bagi masyarakat?
8. Menurut Anda, partisipasi apa yang diberikan oleh masyarakat terhadap program CSR yang dilakukan oleh PT Siringo Ringo?
9. Menurut Anda, Apakah program CSR PT Siringo Ringo melakukan suatu kegiatan khusus dalam pendekatan hubungan masyarakat dengan perusahaan?

9. Apakah ada dampak dari pencemaran lingkungan baik udara maupun pencemaran limbah cair sisa produksi dari Pabrik PT Siringo-ringo
10. Sejak kapan berdirinya pabrik minyak kelapa sawit PT Siringo-ringo ini? dan selama berdirinya sampai saat ini, Apakah ada dampak pencemaran baik udara maupun lingkungan akibat dari berdirinya pabrik ini

DOKUMENTASI



Dokumentasi Kantor PT. Siringo-Ringo



Dokumentasi Kantor PT. Siringo-Ringo



UMSU

Inggut | Cordas | Terpercaya
Kita menaruh hati di agar dapat
semua dan tanggapnya

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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 8622400 - 86224567 Fax. (061) 8625474 - 8631003
<https://iisip.umsu.ac.id> ✉ iisip@umsu.ac.id umsu.ac.id @umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 31 Mei 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Ayu Tri Lestari
NPM : 1903110296
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 12.7.0 sks, IP Kumulatif 8,58

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Corporate Sosial and Responsibility PT. Siringo-ringo Rantai prapac dalam pemberdayaan masyarakat di lingkungan perumahan	 31 Mei 2023
2	Petani HUMAS Polres Labuhan Batu dalam mensosialisasikan bahaya narkoba kepada remaja SMA N 1 R. utara	
3	Presepsi masyarakat kota Medan terhadap Manula Silver	

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.

154.19.311

Permohonan

(Ayu Tri Lestari)

Medan, tgl. 31 Mei 2023

Ketua,

(Akhyar Anshari, S.Sos, M.I.kom
NIDN: 0127040409

Dosen Pembimbing yang ditunjuk Program Studi.....

(Dr. Stigit Hardi Yanto)
NIDN: 012118802



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menulis surat ini agar dicantumkan 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/01/2022

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 861/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 31 Mei 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **AYU TRI LESTARI**
N P M : 1903110296
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI COPORATE SOCIAL AND
RESPOSIBILITY PT. SIRINGO-RINGO RANTAU PRAPAT DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI LIGNKUNGAN
PERUSAHAAN**

Pembimbing : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.LKom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 154.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 31 Mei 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 11 Dzulqaidah 1444 H
31 Mei 2023 M

Dekan,

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



Tembusan :

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





UMSU

negara | Corak | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAK-PT/AN/KP/PT/10/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 06224567 Fax. (061) 6625474 - 6631033
@umpattalpinusuu.ac.id #fkip@umsu.ac.id @umsuamedan @umsuamedan @umsuamedan @umsuamedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Medan, 5-Agustus 2023

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Ayu Tri Lestari
N P M : 1903110296
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 061./SK/IL3.AU/UMSU-03/F/20.23. tanggal 05-Agustus dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility
PT. Stringo-Ringo Rantauprapat dalam Pemberdayaan
Masyarakat di Lingkungan Perusahaan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menverujui:
Pembimbing

(Dr. Egit Haryanto, M.I.Kom)
NIDN: 0112110800

Pemohon,
(Ayu Tri Lestari)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1407/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

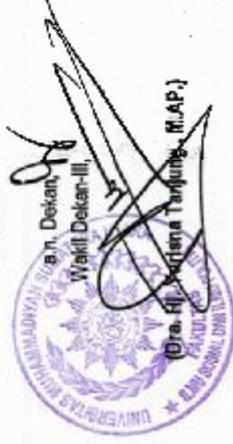


UMSU
Bergerak Bersama Berprestasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 09 Agustus 2023
Waktu : 09.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU LL 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOVOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
26	MULI KAN AZMA	1903110230	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFIBASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK 'BUNTUL COFFEE ARABICA' BENER MERIAH
27	BAGUS DANU ARYA S. MELJALA	1903110250	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.SI.	POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGARUH DALAM MEMBINA MORAL ANAK-ANAK PENGHUNI HOME CLC DELI SERDANG
28	DIAN PINA ANGGRAJINI	1703110170	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT MEDAN MAMUN TENTANG PEMANFAATAN INOVASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMERANGKUNGAN
29	AYU TRI LESTARI	1903110296	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL AND RESPONSIBILITY PT. SIRINGO-RINGO RANTAU PRAPAT DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI LINGKUNGAN PERUSAHAAN
30	AHMAD TEJA MALIKUL MULKI	1903110165	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ID PRINTING DALAM MENAGALOYALITAS PELANGGAN DI KOTA MEDAN

Medan, 21 Muharram 1445 H
07 Agustus 2023 M





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

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

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

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

fkip@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[@umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Dia mungwab suati di agar akreditasi nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Ayu Tri Lestari
 N P M : 1903110206
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Sringo-Ringo dalam Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Lingkungan Perusahaan.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	31-Mei-2023	Bimbingan Judul Skripsi	
2.	3-Agustus-2023	Diskusi proposal dan Revisi proposal	
3.	4-Agustus-2023	Revisi dan Acc proposal	
4.	8-November 2023	Diskusi pedoman wawancara	
5.	9-November 2023	Revisi dan Acc pedoman wawancara	
6.	5-Januari 2024	Revisi skripsi Bab I dan III	
7.	17-Januari 2024	Revisi skripsi bab 4 dari Penambahan daftar pustaka	
8.	24-Januari 2024	Revisi skripsi bab 4 dan 5	
9.	05-Januari 2024	Acc Skripsi	

Medan,20.....

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
 NIDN: 0030017402

(Ariyur Anshori, S.Sos, M.I.kom
 NIDN: 0127048401

(Arifegat Handayani, M.I.kom)
 NIDN: 0112118802.



Agensi Kelayakan Malaysia
 Malaysian Qualifications Agency



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 308/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 23 Februari 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d Selesai
Tempat : Aula FIS PLYSULL 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	MUHAMMAD HAFIDZ NURHIDAYAT	1703110010	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.P	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA INFORMASI OLEH KEPOLISIAN DAERAH SUMATERA UTARA PADA OPERASI KETUPAT 2023
2	AYU TRI LESTARI	1903110286	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	D. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI COPORATE SOCIAL AND RESPONSIBILITY PT. SIRINGO-RINGO RANTAU PRAPAT DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI LINGKUNGAN PERUSAHAAN
3	LAILA PUTRI SARI	1903110319	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI HUMAS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DALAM MENGEKSBANGKAN OBJEK WISATA "DELENG KUTU" DI KECAMATAN BERRASTAGI KABUPATEN KARO
4	BUNAYYA ZAKI	1903110011	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, M.A.P	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PELATIH DAN ATLET ATLETIK DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI LATIHAN DAN PRESTASI
5	RAFLI ALDIAN AKBAR NASUTION	1903110129	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS PROGRAM "PARADE ON AIR" KISS FM MEDAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR BAND LOKAL MEDAN

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

Dr. Zuhri Ghoni

Wakil Rektor I



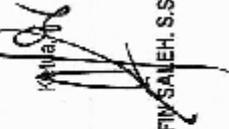
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Medan, 11 Syaaban 1445 H
21 Februari 2024 M

Panglima



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



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

