

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED
TRACTORS TBK DALAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DESA PENGGILINGAN MELALUI
PROGRAM UTCARE**

SKRIPSI

Oleh:

YUDHA PRASETYA
2003110199

**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 Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : YUDHA PRASETYA
N P M : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024
W a k t u : Pukul 08.15 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Faustyna, S.Sos., M.M, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Elvita Yenni, S.S., M.Hum (.....)
PENGUJI III : Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom (.....)

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 Lengkap : YUDHA PRASETYA
N.P.M : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS
TBK DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA
PENGKILINGAN MELALUI PROGRAM UT CARE

Medan, 24 July 2024

Dosen 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

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniürohim

Dengan ini saya, YUDHA PRASETYA, NPM 2003110199, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

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

Medan, 05 November 2024
Yang menyatakan,



YUDHA PRASETYA

KATA PENGANTAR



AssalamuAlaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Alhamdulillahrabbi'l'alamin, Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Shubhanallah wa ta'ala dan Nabi Muhammad Shallallahu alaihi Wasallam yang telah memberikan segala nikmat dan karunia yang berlimpah kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas dan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa yang akan mengakhiri masa kuliahnya pada setiap perguruan tinggi seperti halnya pada perguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dapat terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang sebaik-baiknya dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Cinta pertama dan sosok yang sangat menginspirasi penulis yaitu Ayahanda Heldi tercinta serta Ibunda Sri Ningsih tercinta. Terima kasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang dan doa yang selalu terselip disetiap sholatnya demi keberhasilan penulis dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi sarjana. :

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 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 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 Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal hamzah 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 telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak-ibu Dosen dan Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Mas Saidina Malik Harahap selaku narasumber dan juga penanggung jawab Program UTCARE serta Bapak Himawan Sutanto selaku Dept Head SRCOM PT. United Tractors Tbk.
10. Terima kasih juga saya ucapkan kepada PT. United Tractors Tbk. Yang sudah memberikan saya untuk melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi penulis.
11. Partner sekaligus sahabat penulis yaitu Yusuf, Abdi, Ojik, Defara, Dinda yang telah memberikan dukungan, bantuan dan semangat baik moril dan

materil kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.

12. Kepada keluarga besar “KOS SLEBEW” yang sudah memberikan semangat dan juga motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

13. Terima kasih kepada wanita yang tidak bisa penulis sebutkan nama nya, Ucapan Terima kasih banyak sudah pernah kebersamai penulis di akhir tahun 2023 dan pernah menjadi sosok rumah yang sederhana. Walaupun pada akhirnya takdir memang selalu punya jalan nya sendiri. Karena penulis percaya bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya. Semoga kedepannya dapat bertemu kembali dan juga bisa bersatu seperti dahulu kala. *“In another life, maybe it was you and me. Maybe there we loved each other right. maybe in that life, we did all the things we said we would. You were my friend, my love and now you're a stranger”*

14. Dan yang terakhir terima kasih kepada laki-laki sederhana namun terkadang

sangat sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis sebuah karya tulis ini, diri saya sendiri, Yudha Prasetya. Seorang laki-laki yang berumur 22 tahun saat menciptakan karya tulis ini namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan tidak tercapai sesuai harapannya. Terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Yudha. Rayakan selalu

kehadiranmu di dunia semua hal yang membuatmu hidup. Pastikan jiwamu selalu menjadi bagian dari hal-hal baik di alam semesta, semoga engkau lahir berkali-kali. Terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berguna bagi pihak yang membutuhkan. Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, July 2024
Penulis

Yudha Prasetya
2003110199

Strategi Komunikasi CSR Pt. United Tractors Tbk Dalam PEMBERDAYAAN Masyarakat Desa Penggilingan Melalui Program UTCARE

YUDHA PRASETYA
NPM : 2003110199

ABSTRAK

United Tractors for Community Health Responsibility (UTCARE) adalah pilar kesehatan dalam program CSR perusahaan yang berfokus pada penyediaan layanan kesehatan dasar bagi masyarakat, terutama ibu dan anak. UTCARE merupakan salah satu program CSR UT yang sangat penting dan krusial. Penelitian ini menyelidiki strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) yang diterapkan oleh PT. United Tractors Tbk dalam program UTCARE untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Penggilingan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan melakukan wawancara mendalam dengan divisi *Corporate Communication* dan *Strategic Communication*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. United Tractors Tbk melalui program UTCARE dengan memanfaatkan media sosial, kegiatan komunitas, dan program pelatihan dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan. Dalam melakukan evaluasi, PT. United Tractors senantiasa melaksanakan kegiatan survei pengukuran hasil dalam menjalankan program UTCARE di Desa Penggilingan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat, Strategi Komunikasi, UTCARE

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5.2 Manfaat Akademis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Strategi Komunikasi	8
2.2 Hambatan Komunkasi	11
2.3 Corporate Social Responbility	12
2.4 Pemberdayaan Masyarakat	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Kerangka Konsep.....	19
3.3 Defenisi Konsep	20
3.4 Kategorisasi Penelitian	22
3.5 Narasumber	22
3.6 Pengumpulan Data.....	22
3.7 Analisis Data.....	23
3.8 Waktu dan Tempat Penelitian.....	25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil Penelitian	26
4.1.1 Informan Saidina Malik Harahap	26
4.1.2 Informan Lidya Elyana	27
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	28
4.3 Pembahasan.....	32
BAB V PENUTUP	38
5.1 Simpulan	38
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian.....	22
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 Kerangka Konsep	19
Gambar 4.1 Informan Saidina Malik	26
Gambar 4.2 Informan Lidya Elyana.....	27
Gambar 4.3 Media Sosial Whatsapp.....	35
Gambar 4.4 Pers Rilis Program UTCARE.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, setiap aspek kehidupan mengalami peningkatan mobilitas, termasuk dalam bidang ekonomi. Ketika membahas ekonomi, dua hal yang selalu terlibat adalah bisnis dan usaha. Dalam perkembangan dunia bisnis, tidak hanya aspek keuntungan dan kerugian yang dibahas, tetapi juga muncul tuntutan untuk lebih memperhatikan aspek sosial. Kesadaran meningkat bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sosial maupun fisik di sekitar lokasi produksi. Hal ini membuat perusahaan sadar akan pentingnya melaksanakan kegiatan sosial bagi masyarakat sekitarnya. Kegiatan sosial inilah yang dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada mulanya, tanggung jawab sosial dilakukan secara sukarela untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Namun, sejak tahun 2007, diterbitkan undang-undang yang mencakup aturan pelaksanaan tanggung jawab sosial, yakni Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Sejak itu, Indonesia mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. CSR diatur oleh pemerintah dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, khususnya pada Pasal 74 Ayat 1, yang mengharuskan perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam

untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Mulyadi & Majid, 2018).

Undang-undang dan peraturan pemerintah ini merupakan regulasi terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR). Regulasi tersebut mencakup tiga aspek persepsi. Pertama, anggapan bahwa CSR hanya merupakan kewajiban perusahaan. Kedua, adanya ekspektasi dari masyarakat atau pemangku kepentingan mengenai pentingnya CSR, yang apabila terpenuhi, membuat perusahaan merasa bahwa CSR adalah sesuatu yang layak dilakukan karena sudah seharusnya memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan. Ketiga, terdapat juga perusahaan yang tidak mengikuti regulasi yang ada (Mulyadi & Majid, 2018)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana organisasi, terutama perusahaan, memiliki berbagai tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingannya. Tanggung jawab ini meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam setiap aspek operasional perusahaan, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Michiko, 2019)

Corporate Social Responsibility (CSR) tetap menjadi isu signifikan dalam dunia bisnis saat ini. Teori tentang tanggung jawab sosial perusahaan terus berkembang bersama dengan dunia usaha. Salah satu aspek penting dari tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia adalah adanya Undang-Undang yang mengatur hal tersebut. CSR dilakukan tidak hanya untuk mematuhi regulasi, tetapi juga karena perusahaan menyadari peran mereka dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (A. Putri & Wediawati, 2023).

CSR adalah salah satu bentuk partisipasi sektor bisnis dalam pembangunan berkelanjutan dengan tujuan mengembangkan program kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Ini dilakukan melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara menghasilkan keuntungan, menjalankan fungsi-fungsi sosial, dan menjaga lingkungan hidup. Dengan kata lain, CSR dikembangkan berdasarkan prinsip Tri Bottom Line yang mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Anatan, 2010).

Aktivitas CSR sangat terkait dengan tata kelola organisasi yang baik, karena tata kelola ini mengatur masalah-masalah perusahaan dalam kaitannya dengan kepentingan perusahaan dan semua pemangku kepentingan. Pentingnya aktivitas CSR tidak hanya berkaitan dengan jumlah dana yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh perusahaan, tetapi juga terkait dengan reputasi perusahaan, terutama jika program CSR yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tepat sasaran (Rahmadika & Riauan, 2022).

United Tractors adalah bagian dari PT Astra International Tbk, sehingga kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan juga merupakan implementasi dari Filosofi Catur Dharma Astra yaitu "Menjadi Milik yang bermanfaat bagi Bangsa dan Negara". Dengan demikian, PT United Tractors Tbk harus memberikan manfaat bagi Indonesia melalui berbagai kegiatan CSR (Galang Tanjung, 2015).

PT United Tractors Tbk adalah anak perusahaan PT Astra International Tbk. Sejak didirikan pada 19 September 1989, United Tractors (UT) telah berkembang pesat sebagai pemain utama dalam bisnis mesin konstruksi, kontraktor

penambangan, pertambangan, industri konstruksi, dan energi (N. Putri et al., 2023).

PT United Tractors Tbk merupakan distributor alat berat terbesar dan terkemuka di Indonesia, menyediakan produk-produk dari merek terkenal dunia seperti Komatsu, UD Truck, Scania, Bomag, Tadano, dan Komatsu Forest (Nugroho, 2022).

United Tractors for Community Health Responsibility (UTCARE) adalah pilar kesehatan dalam program CSR perusahaan yang berfokus pada penyediaan layanan kesehatan dasar bagi masyarakat, terutama ibu dan anak. UTCARE merupakan salah satu program CSR UT yang sangat penting dan krusial. Program ini terus berjalan dengan baik dan memiliki sifat keberlanjutan. *United Tractors for Community Health Responsibility (UTCARE)* adalah wujud dedikasi perusahaan terhadap sektor kesehatan bagi semua pemangku kepentingan. Program ini ditujukan terutama untuk ibu dan anak-anak serta anggota masyarakat yang kesulitan mengakses layanan kesehatan dasar (UTCARE, 2024).

Kesehatan masyarakat di Desa Penggilingan masih menjadi tantangan besar. Penyakit-penyakit seperti demam berdarah, infeksi saluran pernapasan, bayi stunting, dan penyakit kulit masih umum terjadi. Dalam hal ini, penulis memfokuskan penelitian kepada inisiatif UTCARE. Secara ringkas PT. United Tractors juga memberikan asistensi dan bantuan layanan kesehatan. Salah satu bentuk konkret dari program UT CARE PT. United Tractors Tbk yang mendorong peningkatan kualitas kesehatan dalam pembentukan puskesmas dan posyandu di desa Penggilingan.

Dalam pelaksanaan program ini maka PT. United Tractors Tbk melibatkan berbagai pihak seperti dokter spesialis, lembaga swadaya masyarakat, dan kader pendamping. Keterlibatan multi pihak dibutuhkan agar mampu mendeskripsikan, mengurai, serta mengatasi persoalan kesehatan yang memang menjadi persoalan bersama masyarakat desa penggilingan.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, menarik untuk menggali lebih dalam mengenai Strategi Komunikasi CSR PT United Tractors melalui program "UTCARE".

Berdasarkan teori dan data yang telah disampaikan, penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi CSR PT. United Tractors Tbk dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Penggilingan melalui Program UT CARE". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti membuat batasan masalah agar penelitian ini lebih terarah, dan tidak adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah. Maka diperlukan batasan masalah, Adapun ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- 1) Masalah yang menjadi objek penelitian terkait dengan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam Program *Corporate Social Responsibility* UTCARE.
- 2) Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat yang berdomosili di Penggilingan Kabupaten/Kota Jakarta Timur.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dikarenakan untuk mengetahui strategi komunikasi CSR yang dilaksanakan oleh PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang studi ilmu komunikasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi program studi ilmu komunikasi sebagai bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara Akademis. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di prodi ilmu komunikasi FISIP UMSU.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini penulis membuat suatu sistematika dengan membagi penulisan menjadi V (Lima) bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II URAIAN TEORITIS

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian Komunikasi, Komunikasi Audio Visual, Film, Film Biopik, dan Metode Dramatik Brechtian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, penulisan menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari temuan hasil penelitian dan pembahasan dari analisis struktur naskah dramatik pada film Oppenheimer karya Christopher Nolan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup terdiri dari uraian dan penjelasan tentang simpulan dan saran penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi dapat diartikan sebagai metode, aktivitas, interaksi, tindakan, dan jalur yang ditempuh untuk mencapai tujuan dan maksud tertentu. Komunikasi, menurut konsep Laswell, dapat dijelaskan dengan menjawab pertanyaan: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”. Strategi komunikasi adalah metode atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publik guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penyusunan strategi komunikasi menjadi sangat penting karena keberhasilan komunikasi yang efektif ditentukan oleh pemilihan strategi komunikasi yang tepat (Edi Suryadi, 2018).

Tujuan perumusan strategi, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Brunnet dalam buku mereka "Techniques for Effective Communication," meliputi tiga hal: (1) memastikan pemahaman (to secure understanding), yaitu memastikan bahwa penerima pesan memahami pesan yang disampaikan; setelah pesan dipahami dan diterima, langkah berikutnya adalah (2) membina penerimaan (to establish acceptance); dan akhirnya (3) memotivasi tindakan (to motivate action). Middleton dalam (Cangara,2014) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga efek yang dihasilkan, yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara

optimal. Langkah-langkah dalam perumusan strategi lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

a) Memilih dan menetapkan komunikator.

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada penerima. Terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator: (1) tingkat kepercayaan (kredibilitas) yang dimiliki, (2) daya tarik (*attractive*), dan (3) kekuatan (*power*) (Cangara, 2014).

Kredibilitas seorang komunikator dapat dinilai dari berbagai faktor atau kompetensi. Menurut Berlo dalam (Cangara, 2014), kredibilitas seorang komunikator bisa muncul dari keterampilan komunikasinya, pengetahuan yang relevan (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta kemampuannya beradaptasi dengan sistem sosial budaya masyarakat atau penerima pesan.

b) Menetapkan target sasaran dan menganalisis kebutuhan audiens

Komunikasi akan lebih efektif jika komunikator memahami karakteristik audiens yang dituju. Untuk mengetahui dan memahami audiens sasaran, dapat dilakukan dengan memetakan karakteristik dan preferensi mereka. Menurut (Cangara,2014), terdapat tiga cara untuk melakukannya: (1) melihat aspek sosiodemografi, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dll.; (2) melihat profil psikologis, seperti kondisi emosional masyarakat (terbuka, pendendam, antipati, tertutup); dan (3) melihat karakteristik perilaku masyarakat, termasuk kebiasaan sosial mereka, seperti kemurahan hati atau tingkat solidaritas. Kotler dalam (Cangara, 2014) merumuskan enam faktor dasar untuk memetakan target sasaran, yaitu: (1) demografi, (2) kondisi ekonomi, (3) kondisi fisik, (4) teknologi, (5)

afiliasi politik, dan (6) kondisi sosial budaya masyarakat. Dalam memetakan ini, diperlukan data yang diperoleh langsung dari audiens sasaran.

c) Teknik menyusun pesan

Pesan adalah informasi, ide, atau gagasan yang disampaikan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Pesan dapat disampaikan melalui tiga teknik: informatif, persuasif, dan edukatif.

Pesan yang bersifat informatif memberikan informasi yang aktual dan baru, menekankan pada aspek kognitif audiens. Pesan persuasif disusun untuk mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens terhadap program yang akan dijalankan. Pesan edukatif tidak hanya memberikan informasi tetapi juga mendorong perubahan

Dalam penyampaian pesan kepada audiens, terdapat dua teknik penyusunan: (1) one-side issue, yang menonjolkan satu sisi (baik atau buruk) saja, dan (2) two-side issue, yang menampilkan kedua sisi, baik dan buruk.

d) Memilih media komunikasi

Pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media yang dimiliki oleh audiens (Cangara, 2014). UNESCO merumuskan tiga dasar dalam pemilihan media: sumber daya komunikasi yang tersedia, kepemilikan media, dan jangkauan pesan.

Lebih lanjut, Cangara mengklasifikasikan media atau saluran komunikasi menjadi dua kategori: (1) Media lama, yang mencakup media cetak, media

elektronik, media luar ruang, dan media format kecil, dan (2) Media baru, yaitu internet.

e) Evaluasi

Evaluasi adalah metode untuk mengkaji dan menilai keberhasilan kegiatan komunikasi dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan hasilnya. Menurut (Cangara, 2014), ada dua jenis evaluasi: evaluasi program dan evaluasi manajemen.

Evaluasi program berfokus pada penilaian sejauh mana tujuan akhir telah tercapai serta pada modifikasi tujuan dan strategi program. Sedangkan evaluasi manajemen menilai pelaksanaan kegiatan, dengan mengidentifikasi kelancaran program, hambatan yang dihadapi, dan cara mengatasinya.

2.2 Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi terjadi karena adanya sesuatu yang mengganggu salah satu bagian dari proses komunikasi, sehingga komunikasi tidak dapat berlangsung dengan efektif (Yudhistira & Trihastuti, 2023).

Dalam komunikasi, selalu ada hambatan yang dapat mengganggu kelancaran proses komunikasi. Menurut (Wursanto, 2005) hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu:

- 1) Hambatan yang bersifat teknis hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti:
 - a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi
 - b. Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai

- c. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/ keadaan, dan kondisi peralatan.
- 2) Hambatan semantik, Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.
- 3) Hambatan perilaku, juga dikenal sebagai hambatan kemanusiaan, merujuk pada berbagai bentuk sikap atau perilaku yang menghalangi komunikasi. Hambatan perilaku dapat berasal dari komunikator maupun komunikan, dan dapat mengambil berbagai bentuk, antara lain:
 - a. Pandangan apriori
 - b. Prasangka yang berakar pada emosi
 - c. Suasana yang otoriter
 - d. Ketidakmauan untuk berubah
 - e. Egosentris

2.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah program yang berfungsi sebagai sarana bagi perusahaan untuk mengembangkan masyarakat dengan mempertimbangkan situasi sosial dan lingkungan yang ada. Menurut (Ibrahim, 2021), setiap perusahaan, baik itu UKM maupun perusahaan besar, memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi penerapan CSR mereka. Oleh karena itu, tidak ada satu konsep CSR yang cocok untuk semua. Hohnen mengusulkan

kerangka model CSR yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan berbagai jenis perusahaan, yaitu *plan-do-check-improve* (Ibrahim, 2021).

CSR selalu terkait dengan isu pemberdayaan, di mana pemberdayaan masyarakat dan penciptaan citra positif adalah tujuan utama dari program CSR perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas CSR meliputi komunikator, pesan, saluran, serta pemberdayaan masyarakat dan citra perusahaan (Hidayatullah, 2017)

Perusahaan memahami bahwa selain mengejar keuntungan, mereka juga harus memenuhi keinginan para pemangku kepentingan. Perusahaan juga menyadari bahwa jika pemangku kepentingan kehilangan kepercayaan, maka keuntungan perusahaan akan hilang. Oleh karena itu, keberlanjutan perusahaan sangat tergantung pada lingkungan eksternalnya, baik alam maupun sosial (Hereyah & P, 2019)

Pelaksanaan program CSR harus didukung oleh strategi komunikasi yang efektif dari perusahaan, karena mengkomunikasikan aktivitas CSR kepada pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal merupakan tahapan penting dalam keseluruhan implementasi program CSR. Menurut (Syahriani & Siwi, 2018), yang dikutip oleh Rusdianto (2013:21), komunikasi CSR adalah komunikasi yang dirancang dan didistribusikan oleh perusahaan mengenai aktivitas CSR. Dengan dukungan komunikasi yang baik, program CSR dapat menjadi lebih efektif. Strategi komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja CSR perusahaan harus didukung oleh karakteristik pengirim pesan dan efektivitas pesan CSR yang disampaikan (Hardiyanto, 2017).

Secara konsep maupun praktik, CSR selalu terkait dengan pemberdayaan masyarakat, yang sering disebut sebagai *community development*. Kegiatan-kegiatan CSR, khususnya di bidang sosial dan ekonomi, sering kali diarahkan pada pemberdayaan masyarakat. Sebaliknya, dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, program CSR sering dilibatkan atau diharapkan (Saleh, Arifin & Sihite, Mislan, 2020).

Konsep CSR melampaui sekadar tanggung jawab sosial semata ia berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra dan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan perusahaan. Pada dasarnya, ketika sebuah perusahaan terlibat dalam inisiatif CSR yang ditujukan kepada masyarakat atau lingkungan, hal tersebut secara tidak langsung meningkatkan persepsi publik terhadap perusahaan. Membangun kepercayaan di kalangan publik menjadi hal yang penting untuk menjamin kelangsungan bisnis di masa depan (Saleh, 2022).

Manfaat komunikasi CSR adalah menjembatani hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan serta menjaga transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Oleh karena itu, komunikasi CSR yang baik harus dapat dipercaya, informatif, mendidik, dan bebas dari emosi yang berlebihan (Syahrani & Siwi, 2018)

Berdasarkan pandangan para ahli yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab suatu perusahaan terhadap masyarakat atau komunitas di sekitarnya dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan mereka. Ini mencakup masyarakat yang telah menjadi saksi atau konsumen dari perkembangan

perusahaan. Dalam melaksanakan CSR, perusahaan harus memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sekitar (Iskandar, 2016)

2.4 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar menjadi mandiri dan memperbaiki kualitas hidup melalui kemampuan yang mereka miliki. Hal ini mencakup akses ke sumber daya dan layanan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Peningkatan kesejahteraan individu dan masyarakat mencakup perbaikan ekonomi, terutama dalam hal kecukupan pangan, serta perbaikan kesejahteraan sosial yang mencakup pendidikan dan kesehatan. Selain itu, pemberdayaan juga mencakup kemerdekaan dari segala bentuk penindasan, keamanan yang terjamin, dan pemenuhan hak asasi manusia sehingga bebas dari rasa takut dan kekhawatiran. Dalam pelaksanaannya, pemberdayaan berarti memberikan dorongan atau motivasi, serta bimbingan atau pendampingan untuk meningkatkan kemampuan individu atau masyarakat agar mandiri.

Upaya ini merupakan bagian dari proses pemberdayaan yang bertujuan mengubah perilaku dan kebiasaan lama menjadi perilaku baru yang lebih baik, demi meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan. Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah memastikan bahwa masyarakat tidak diperlakukan sebagai objek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi sebagai subjek dari upaya pembangunan itu sendiri. Upaya tersebut harus terarah (targeted), yang dikenal dengan istilah pemihakan. Upaya ini harus langsung ditujukan kepada

mereka yang membutuhkan, dengan program yang dirancang untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan mereka.

- a) Program ini harus langsung melibatkan atau bahkan dilaksanakan oleh masyarakat yang menjadi sasaran. Melibatkan masyarakat yang akan dibantu bertujuan agar bantuan tersebut efektif, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, serta mengenali kemampuan mereka. Pendekatan ini juga bertujuan meningkatkan pemberdayaan (empowering) masyarakat melalui pengalaman dalam merancang, melaksanakan, mengelola, dan mempertanggungjawabkan upaya peningkatan diri dan ekonomi mereka.
- b) Menggunakan pendekatan kelompok, karena individu-individu dari masyarakat miskin seringkali sulit memecahkan masalah sendiri, dan penanganan secara individu membuat lingkup bantuan terlalu luas. Pendekatan kelompok ini paling efektif dan efisien dalam penggunaan sumber daya. Selain itu, kemitraan usaha antar kelompok dengan kelompok yang lebih maju harus terus dibina dan dipelihara.
- c) Menggunakan pendekatan kelompok, karena individu-individu dari masyarakat miskin seringkali sulit memecahkan masalah sendiri, dan penanganan secara individu membuat lingkup bantuan terlalu luas. Pendekatan kelompok ini paling efektif dan efisien dalam penggunaan sumber daya. Selain itu, kemitraan usaha antar kelompok dengan kelompok yang lebih maju harus terus dibina dan dipelihara

Secara singkat, partisipasi masyarakat, menurut Arnstein, adalah cara bagi masyarakat untuk terlibat dalam perubahan sosial sehingga mereka dapat

memperoleh manfaat dari kelompok yang berpengaruh. Hal ini diilustrasikan melalui tipologi yang dikenal sebagai Delapan Tangga Partisipasi Masyarakat (Eight Rungs on the Ladder of Citizen Participation) (Wijaksono, 2013).

Teori Arnstein (1969) menyatakan bahwa tingkat partisipasi masyarakat lebih menekankan pada hubungan korespondensi antara masyarakat, kelompok, dan pemerintah atau lembaga terkait lainnya. Sementara itu, Teori Hobley (1969) menyatakan bahwa jenis partisipasi ditentukan oleh keterlibatan langsung masyarakat (Wijaksono, 2013).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian umumnya adalah serangkaian kegiatan atau proses sistematis untuk memecahkan masalah atau fenomena tertentu dengan menggunakan metode ilmiah. Metode penelitian yang dipilih oleh setiap peneliti bergantung pada tujuan spesifik dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yang berfokus pada pengumpulan data mendalam dan menekankan kualitas data dari fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif ini tidak memprioritaskan jumlah populasi atau sampel, bahkan seringkali memiliki populasi atau sampel yang sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah dianggap mendalam dan mampu menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampel tambahan. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada kedalaman (kualitas) data dibandingkan banyaknya (kuantitas) data (Rachmat Kriyantono, 2010).

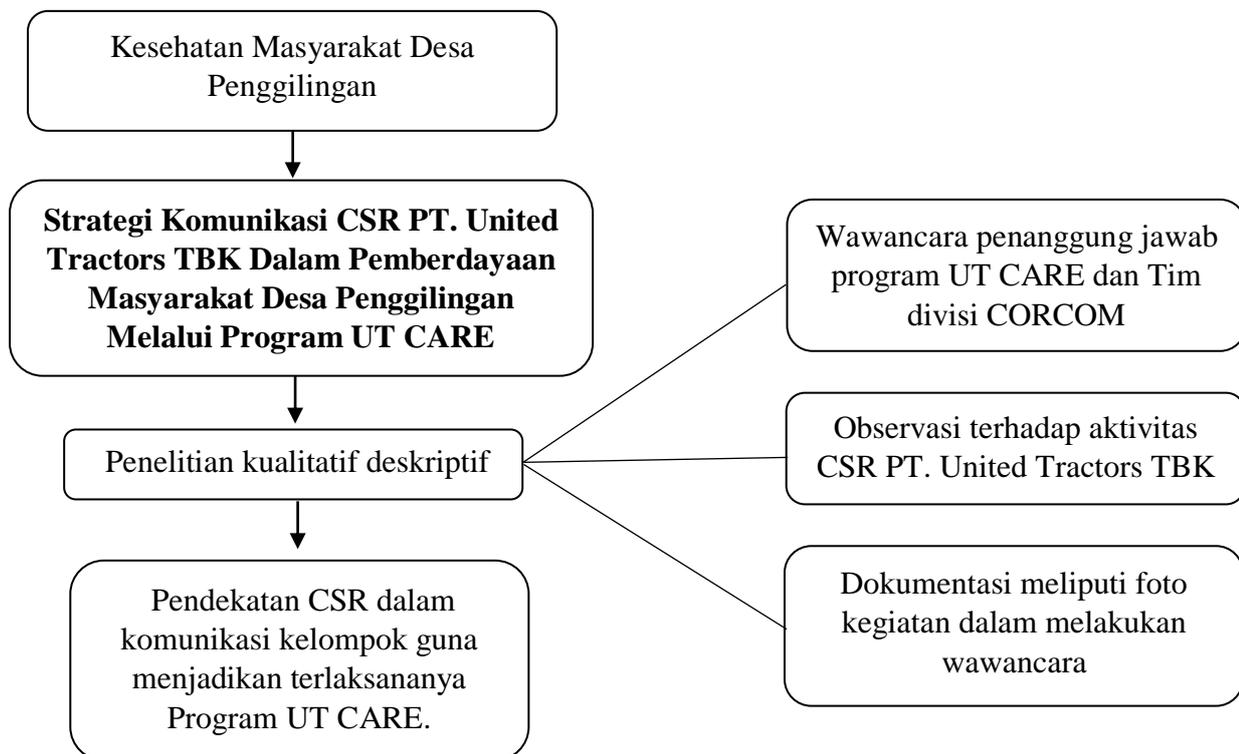
Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang. Dalam penelitian kualitatif biasanya memanfaatkan metode wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti guna menggambarkan gambaran strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. United Tractors dalam pemberdayaan masyarakat Desa

Penggiliran melalui Program UT CARE dalam pendekatan perspektif teori Hafied Canggara antara lain memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan menganalisis kebutuhan audiens, teknik menyusun pesan, memilih media komunikasi, dan evaluasi.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah gambaran atau skema yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan terikat, atau kerangka konsep merupakan kerangka berpikir yang membentuk teori, dengan menjelaskan keterkaitan antar variabel yang belum diketahui.

Gambar 1 Bagan Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Kerangka Konsep Penelitian Tahun 2024.

3.3 Definisi Konsep

a) Strategi Komunikasi

Strategi dapat diartikan sebagai metode, aktivitas, interaksi, tindakan, dan jalur yang ditempuh untuk mencapai tujuan dan maksud tertentu. Komunikasi, menurut konsep Laswell, dapat dijelaskan dengan menjawab pertanyaan: “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”. Strategi komunikasi adalah metode atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publik guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penyusunan strategi komunikasi menjadi sangat penting karena keberhasilan komunikasi yang efektif ditentukan oleh pemilihan strategi komunikasi yang tepat (Edi Suryadi, 2018).

Tujuan perumusan strategi, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Brunnet dalam buku mereka *"Techniques for Effective Communication"* meliputi tiga hal: (1) memastikan pemahaman (to secure understanding), yaitu memastikan bahwa penerima pesan memahami pesan yang disampaikan; setelah pesan dipahami dan diterima, langkah berikutnya adalah (2) membina penerimaan (to establish acceptance); dan akhirnya (3) memotivasi tindakan (to motivate action) (Priadi & Thariq, 2023). Middleton dalam (Cangara, 2014) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga efek yang dihasilkan, yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Langkah-langkah dalam perumusan strategi lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

- a) Memilih dan menetapkan komunikator.
- b) Menetapkan target sasaran dan menganalisis kebutuhan audiens
- c) Teknik menyusun pesan
- d) Memilih media komunikasi
- e) Evaluasi

b) Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR

Pemberdayaan masyarakat adalah sebagai upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah upaya untuk menguatkan kelembagaan masyarakat agar mereka memiliki kemampuan dalam mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan (Pathilaiya, 2022).

Pemberdayaan masyarakat telah banyak dibahas oleh para ahli, tujuan dari pemberdayaan adalah membantu klien memperoleh kendali atas keputusan dan tindakan dalam kehidupan mereka (Mujahiddin et al., 2021). Hal ini dilakukan dengan mengurangi dampak hambatan sosial atau pribadi yang menghalangi penggunaan kekuatan yang sudah ada, meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri untuk menggunakan kekuatan tersebut, serta mentransfer kekuatan dari lingkungan ke klien (Prasanti & Fuady, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa tujuan pemberdayaan adalah membantu klien memanfaatkan kekuatan atau kemampuan yang mereka miliki untuk bertindak, dengan cara meningkatkan kemampuan dan rasa percaya diri mereka. Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang

dimiliki dan yang tersedia di lingkungan mereka untuk meningkatkan kesejahteraan (Prasanti & Fuady, 2017).

c) UT CARE (*United Tractors for Community Health Responsibility*)

UTCARE (United Tractors for Community Health Responsibility), yang merupakan pilar kesehatan dalam program CSR perusahaan. Kegiatan UTCARE difokuskan di Posyandu dan Posbindu serta di sekolah-sekolah binaan di sekitar wilayah operasi perusahaan di seluruh Indonesia. Program promosi kesehatan perusahaan melibatkan sekolah-sekolah dan komunitas dalam bentuk dukungan perangkat keras, perangkat lunak, dan sumber daya manusia.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1	(Strategi Komunikasi CSR PT. United Tractors TBK Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Penggilingan Melalui Program UTCARE)	<ul style="list-style-type: none"> • Memilih dan menetapkan komunikator • Menetapkan target sasaran dan menganalisis kebutuhan audiens • Teknik Menyusun pesan • Memilih media komunikasi • Evaluasi

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

3.5 Narasumber

Adapun yang menjadi narasumber disini adalah Penanggung jawab program CSR UT CARE dan Tim divisi CORCOM (*Corporate Communication*).

3.6 Pengumpulan Data

1. Wawancara, yaitu rangkaian pertanyaan yang dibuat untuk memperoleh keterangan atau pendapat seseorang.
2. Dokumentasi, merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Peneliti akan melakukan penelusuran melalui buku, jurnal, arsip, dokumen dan foto yang berkaitan dengan penelitian peneliti mengenai strategi komunikasi CSR PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat Desa Penggilingan melalui program “UTCARE”
3. Observasi, ialah proses pengamatan dan pengumpulan data secara langsung dari objek atau fenomena yang diamati. Observasi dapat dilakukan dalam berbagai teknik, termasuk pengamatan langsung, penggunaan alat pengukuran, dan dokumentasi catatan. dalam penelitian ini Teknik observasi digunakan untuk mengamati kondisi riil dari proses komunikasi CSR yang dilakukan oleh PT. United Tractors kepada masyarakat

3.7 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik yang terdiri dari tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a) Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui prosedur wawancara yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode wawancara. Metode ini melibatkan interaksi tatap muka antara pewawancara dan informan, di mana informasi diperoleh

melalui pertanyaan dan jawaban secara mendalam untuk memenuhi tujuan penelitian.

b) Reduksi Data

Adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Reduksi data meliputi: (1) meringkas data, (2) mengkode, (3) menelusur tema, (4) membuat gugus-gugus (Rijali, 2018)

c) Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali (Rijali, 2018).

d) Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori),

penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung, dengan cara: (1) memikir ulang selama penulisan, (2) tinjauan ulang catatan lapangan, (3) tinjauan kembali dan tukar pikiran antarteman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, (4) upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain (Rijali, 2018)

3.8 Waktu dan Tempat Penelitian

Kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini dilakukan di PT. United Tractors Tbk. Adapun waktu penelitian dilakukan mulai bulan Mei s/d Juli 2024.

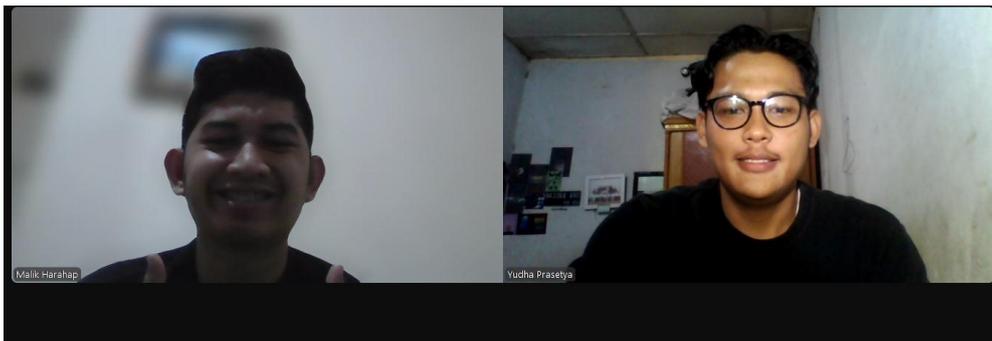
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini informan yang menjadi fokus adalah penanggung jawab dari program UTCARE kabupaten Jakarta Timur, kecamatan Cakung ialah Saidina Malik Harahap selaku penanggung jawab utama dari program UTCARE PT. United Tractors TBK.

4.1.1 Informan Saidina Malik Harahap



Gambar 4.1 Informan Saidina Malik

Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2024

Informan yang memiliki nama lengkap Saidina Malik Harahap merupakan salah satu penanggung jawab pada program UTCARE PT. United Tractors Tbk. Informan ini tinggal di Jalan Raya Bekasi Km 22, Informan yang berusia 25 tahun ini merupakan salah satu lulusan dari Universitas Indonesia. Informan adalah salah satu karyawan pada PT. United Tractors yang tergabung pada divisi SRCOM (*Strategic Communication*), informan juga memulai karir nya di United Tractors melalui program magang dan kemudian diangkat menjadi karyawan tetap pada PT. United Tractors. Dan saat ini informan menjadi penanggung jawab dari

salah satu program *Corporate Social Responsibility* United Tractors yaitu pada program UTCARE.

4.1.2 Informan Lidya Elyana



Gambar 4.2 Informan Lidya Elyana

Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2024

Informan yang memiliki nama lengkap Lidya Elyana merupakan *Creative Communication Leader* PT. United Tractors Tbk. Informan ini tinggal di Jalan Kelapa Gading, Informan yang berusia 27 tahun ini merupakan salah satu lulusan dari Institut Harapan Bangsa Bandung. Informan merupakan karyawan pada PT. United Tractors yang tergabung pada divisi CORCOM (*Corporate Communication*), informan juga memulai karir nya di United Tractors melalui program magang dan kemudian diangkat menjadi karyawan tetap pada PT. United Tractors. Dan saat ini informan menjadi salah satu *Creative Communication Leader* PT. United Tractors pada divisi CORCOM (*Corporate Communication*).

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti mendapatkan data tentang Strategi Komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE. Untuk lebih jelasnya dibawah ini peneliti akan menguraikan temuan yang peneliti temukan dilapangan. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah ditulis pada bab 1 yaitu untuk memberikan gambaran tentang strategi komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE.

Penelitian mengenai strategi komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE. Berdasarkan wawancara dengan narasumber, termasuk Saidina Malik Harahap selaku penanggung jawab Program UTCARE PT. United Tractors, dapat ditemukan beragam strategi komunikasi yang dilakukan oleh United Tractors sendiri dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* UTCARE.

Saidina Malik Harahap selaku penanggung jawab Program UTCARE PT. United Tractors, menekankan bahwa hingga saat ini, cara menetapkan komunikator pada program CSR pemberdayaan masyarakat di desa penggilingan melalui program UTCARE.

“Untuk menetapkan komunikator dari United Tractors sendiri sudah menyiapkan untuk komunikator nya yaitu dari tim internal CSR itu sendiri seperti saya dan juga Pak rohman dan untuk secara eksternal komunikasi seperti pemberitaan media massa itu oleh tim SRCOM atau CORCOM.”

Sementara itu, Langkah yang dilakukan oleh perusahaan PT. United Tractors dalam menentukan dan menetapkan komunikator pada program UTCARE, mba lidya juga menjelaskan.

“Langkah yang dilakukan oleh UT sendiri untuk menentukan komunikator dengan cara melakukan stakeholder secara internal karyawan dan setelah itu nantinya di bagi beberapa tim untuk bertanggung jawab sebagai komunikator CSR di tiap kelurahan lingkungan United Tractors.”

Kemudian, Mba Lidya juga menyatakan strategi komunikasi yang paling efektif yang telah di terapkan untuk pendekatan terhadap masyarakat desa penggilingan.

“Kalo untuk strategi komunikasi yang kita gunakan itu sangat beragam, kalo untuk masyarakat penggilingan khususnya karena mereka masuk ke dalam Ring 1 United Tractors itu kita gunakan menggunakan komunikasi kelompok atau fgd (*focus grup discussion*) dengan materi atau sosialisasi dan juga edukasi. Dan untuk lebih jelasnya atau strategi nya kita lebih menyesuaikan terkait stakeholder nya.”

Di sisi lain, pendekatan komunikasi dalam merencanakan dan melaksanakan pemberdayaan masyarakat untuk program UTCARE di desa penggilingan.

“Untuk pendekatan komunikasi sendiri kita lebih menggunakan FGD dan secara langsung dengan materi yang sudah kita siapkan, seperti yang sudah saya jelaskan tadinya tentang bagaimana strategi komunikasi kita yang paling efektif dalam menerapkan pendekatan terhadap masyarakat desa penggilingan.”

Berdasarkan hasil wawancara ini, dapat disimpulkan strategi komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE, dilakukan dengan cara beragam tetapi yang paling umum digunakan dengan cara melalui FGD (*Focus Grup Discussion*) dan juga pendekatan komunikasi secara kelompok. Di sisi lain, pendekatan komunikasi dalam merencanakan dan melaksanakan pemberdayaan masyarakat untuk program UTCARE di desa penggilingan.

“Untuk pendekatan komunikasi sendiri kita lebih menggunakan FGD dan secara langsung dengan materi yang sudah kita siapkan, seperti yang sudah saya jelaskan tadinya tentang bagaimana strategi komunikasi kita yang paling efektif dalam menerapkan pendekatan terhadap masyarakat desa penggilingan.”

Mas malik dan Mba Lidya juga menerangkan cara menyusun pesan yang efektif melalui program UTCARE yang dilakukan oleh PT. United Tractors TBK dan juga menangani tantangan atau hambatan yang mungkin muncul dalam melaksanakan program UTCARE di desa Penggilingan.

“Kalo untuk penyusunan pesan yang efektif kita tentu sudah melakukan survei lebih dahulu seperti apa yang akan kita sampaikan dan harus sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, agar nantinya pesan yang sudah kita sampaikan bisa terlaksanakan dengan baik. Dan untuk menangani hambatan itu biasanya sebelum kita melakukan program kita melakukan assessment terlebih dahulu identifikasi masalahnya apa. Misalkan kita survei yang kita temui misalnya stunting jadi yang kita jalankan adalah program kesehatan, jadi program dijalankan sesuai dengan apa yang sudah kita survei lebih dahulu”

Dari pernyataan narasumber tersebut, terlihat bahwa bagaimana dari tim *Corporate Social Responsibility* PT. United Tractors TBK sudah menyiapkan bagaimana menyusun pesan yang nantinya akan mereka sampaikan kepada masyarakat Desa Penggilingan. Hal ini menunjukkan bahwa tim *Corporate Social Responsibility* sudah menyusun secara matang pesan yang akan mereka sampaikan.

Selain itu juga United Tractors menekankan komunikasi yang mereka gunakan dalam melakukan program *corporate social responsibility* Metode yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang program UTCARE kepada masyarakat Desa Penggilingan dan juga jenis media yang mereka gunakan.

“Itu kita menggunakan metode nya beragam seperti media massa seperti tribun ataupun media lokal lainnya, tapi terkhusus untuk Desa

penggilingan kita melakukan secara langsung tentang informasi program UTCARE karena yang seperti saya bilang juga mereka termasuk wilayah ring 1 United Tractors.”

Mba Lidya juga menjelaskan bagaimana untuk menekankan komunikasi yang mereka gunakan selama menjalankan program *Corporate Social Responsibility* pada program UTCARE yang di jalankan oleh PT. United Tractors Tbk.

“Kita sudah lebih dulu bekerja sama dengan ketua posyandu atau kepala desa jadinya kita bisa menyesuaikan seperti apa strategi komunikasi yang cocok untuk kita laksanakan nantinya. Dan media yang paling efektif untuk saat ini secara nasional kita banyak menggunakan media eksternal seperti media massa dan juga sosial media tetapi kalo khususnya untuk desa penggilingan kita menggunakan Grup Whatsapp tersendiri dan lebih enak nya kita menggunakan Grup Whatsapp.”

“Jadinya kita sering menyampaikan pesan informasi melalui grup whatsapp alasannya karena lebih efektif dan simpel saja jika kita menyampaikan informasi nya melalui whatsapp grup.”

Dari pernyataan narasumber, terlihat bahwa dalam pendekatan dan media serta komunikasi yang mereka gunakan dalam melakukan program *corporate social responsibility* secara kelompok dan juga melalui Grup *Whatsapp*. Selain itu dari tim program UTCARE dalam menerima umpan balik atau evaluasi dari masyarakat selama program yang mereka jalan di desa penggilingan.

“Biasanya kita melakukan dengan cara survei kepuasan kepada masyarakat bagaimana program CSR United tractors apakah sudah sesuai yang kita jalankan dan mereka butuhkan, selain itu kita juga melakukan wawancara jadinya setiap program yang dilaksanakan kita sudah menyiapkan survei kepuasan yang nantinya menjadi evaluasi kita.”

Dari pernyataan narasumber, terlihat bahwa pengumpulan dan evaluasi ulasan pengunjung dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik secara wawancara maupun melalui survey melalui assessment yang sudah disediakan. Hal ini

menunjukkan pentingnya mendengarkan dan merespons umpan balik masyarakat untuk terus meningkatkan kualitas program UTCARE.

Dari pandangan-pandangan tersebut, terlihat bahwa upaya-upaya yang dilakukan mencakup berbagai aspek, mulai dari menetapkan komunikator Program UTCARE sebagai program Csr PT. United Tractors TBK, dan juga media yang paling efektif dalam menjalankan pemberdayaan masyarakat Desa penggilingan melalui Program UTCARE. Hal ini menunjukkan komitmen PT. United Tractors TBK untuk bisa menjalankan dengan baik program *Corporate Social Responsibility* yang mereka jalankan.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan transkrip wawancara, dapat disimpulkan bahwa PT. United Tractors TBK memilih dan menetapkan komunikator untuk Program UTCARE dengan pendekatan yang sangat terstruktur dan sistematis. Dalam upaya ini, United Tractors telah membentuk tim internal *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari beberapa anggota, termasuk saya dan Pak Rohman. Tim ini bertanggung jawab untuk menetapkan komunikator yang akan menjalankan tugas komunikasi dalam program tersebut.

Untuk menangani komunikasi eksternal, seperti pemberitaan melalui media massa, United Tractors mempercayakan tugas ini kepada tim SRCOM atau CORCOM. Proses penentuan komunikator dimulai dengan melakukan identifikasi stakeholder secara internal di kalangan karyawan. Melalui proses ini, karyawan yang memiliki potensi dan kemampuan komunikasi yang baik diidentifikasi dan dipilih untuk menjadi komunikator.

Setelah proses identifikasi selesai, karyawan tersebut kemudian dibagi menjadi beberapa tim yang masing-masing bertanggung jawab sebagai komunikator CSR di setiap kelurahan yang berada di sekitar lingkungan United Tractors. Pembagian tim ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap kelurahan memiliki komunikator yang dapat menyampaikan informasi dengan efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat setempat. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam program UTCARE dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, tetapi juga bahwa setiap wilayah mendapatkan perhatian dan komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristiknya.

Dalam proses menetapkan target sasaran dan menganalisis kebutuhan masyarakat Desa Penggilingan, terdapat beberapa langkah penting yang menjadi sorotan utama dalam wawancara ini. Penetapan target sasaran dan analisis kebutuhan masyarakat Desa Penggilingan dilakukan dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi yang telah dirancang secara khusus oleh United Tractors. Bagi masyarakat yang tinggal di wilayah Penggilingan, yang termasuk dalam Ring 1 United Tractors, pendekatan komunikasi yang diterapkan adalah melalui komunikasi kelompok atau *Focus Group Discussion* (FGD). Dalam FGD ini, materi sosialisasi dan edukasi disampaikan secara sistematis dan terstruktur.

Strategi komunikasi ini dirancang untuk sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan setiap stakeholder, memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat setempat. Pendekatan yang paling efektif melibatkan kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) serta

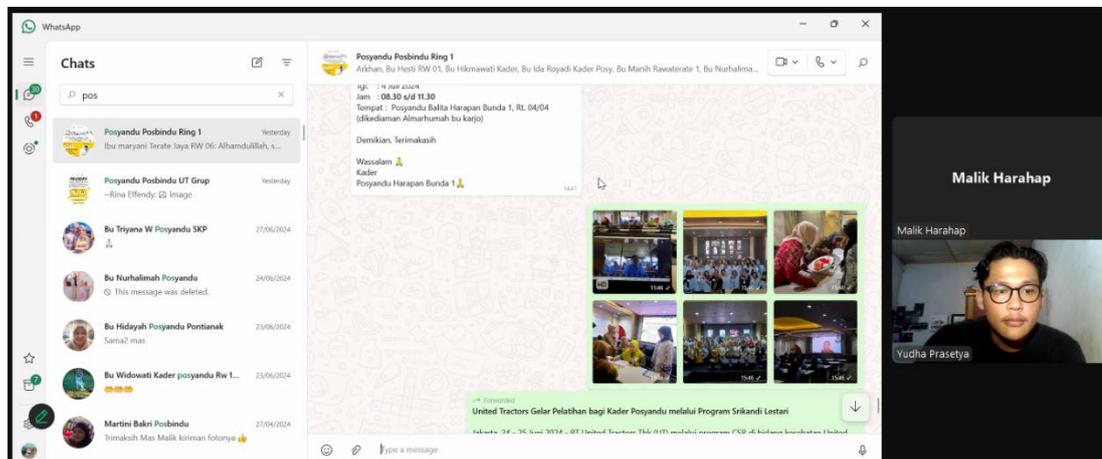
interaksi langsung dengan masyarakat, di mana materi-materi yang telah disiapkan sebelumnya digunakan sebagai panduan. Interaksi langsung ini memungkinkan United Tractors untuk berkomunikasi secara lebih personal dan mendalam dengan masyarakat, sehingga tujuan utama dari komunikasi, yakni penyampaian pesan yang jelas dan pemahaman yang baik oleh masyarakat Desa Penggilingan, dapat tercapai dengan optimal. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya memastikan bahwa informasi disampaikan dengan baik, tetapi juga bahwa masyarakat dapat menerima dan memahami informasi tersebut dengan jelas dan tepat.

Untuk menyusun pesan yang efektif, langkah pertama adalah melakukan survei untuk memahami kebutuhan audiens. Pesan yang disampaikan harus sesuai dengan hasil survei agar implementasinya berhasil. Dalam menangani hambatan, umumnya dilakukan *assessment* dan identifikasi masalah sebelum memulai program. Misalnya, setelah survei menemukan masalah *stunting*, program kesehatan dapat dijalankan sesuai dengan temuan survei tersebut.

Dari wawancara tersebut terlihat bahwa bagaimana dari tim *Corporate Social Responsibility* PT. United Tractors TBK sudah menyiapkan bagaimana menyusun pesan yang nantinya akan mereka sampaikan kepada masyarakat Desa Penggilingan. Hal ini menunjukkan bahwa tim *Corporate Social Responsibility* sudah menyusun secara matang pesan yang akan mereka sampaikan.

Media sosial menjadi salah satu sarana paling efektif untuk menyampaikan informasi mengenai program UTCARE kepada masyarakat Desa Penggilingan.

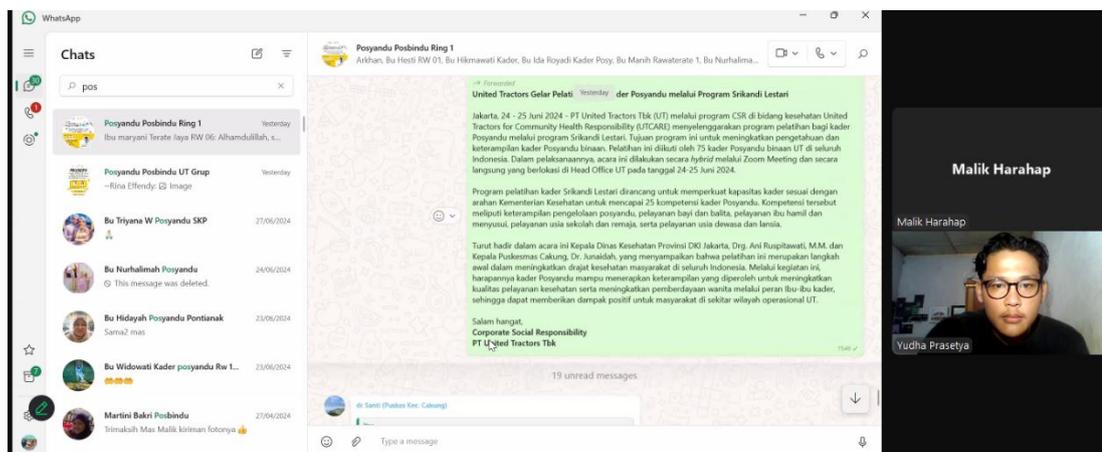
Narasumber menyepakati bahwa platform seperti Media Massa dan juga Whatsapp memiliki potensi besar untuk menyampaikan informasi.



Gambar 4.3 Media Sosial Whatsapp

Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2024

United Tractors menerapkan berbagai metode komunikasi yang mencakup penggunaan media massa, seperti Tribun dan berbagai media lokal lainnya, untuk menyebarkan informasi kepada publik secara luas. Namun, pendekatan yang berbeda diterapkan khusus untuk Desa Penggilingan, yang termasuk dalam wilayah Ring 1 United Tractors. Informasi mengenai program UTCARE disampaikan secara langsung kepada masyarakat di desa ini. Pendekatan langsung ini didukung oleh kerja sama yang sudah dibangun sebelumnya dengan ketua posyandu atau kepala desa setempat, yang memungkinkan penyesuaian strategi komunikasi sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat lokal.



Gambar 4.4 Pers Rilis Program UTCARE

Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2024

Pada tingkat nasional, United Tractors lebih banyak mengandalkan media eksternal seperti media massa dan media sosial untuk menyebarkan informasi secara efektif. Media massa dan media sosial dianggap sebagai alat yang kuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Namun, khusus untuk Desa Penggilingan, United Tractors menemukan bahwa penggunaan Grup WhatsApp merupakan metode yang paling efektif. Grup WhatsApp dipilih karena memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih efektif dan sederhana. Melalui Grup *WhatsApp*, pesan-pesan dan informasi penting dapat disampaikan langsung kepada anggota komunitas dengan cepat dan mudah, menjadikannya alat komunikasi yang sangat praktis dan efisien untuk kebutuhan masyarakat Desa Penggilingan.

United Tractors biasanya melakukan survei kepuasan masyarakat untuk mengetahui apakah program CSR yang dijalankan sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Selain survei, wawancara juga dilakukan sebagai bagian dari proses evaluasi. Dengan demikian, setiap program yang dilaksanakan dilengkapi

dengan survei kepuasan yang berfungsi sebagai alat evaluasi. Data yang diperoleh dari survei dan wawancara ini kemudian dianalisis untuk menentukan efektivitas program dan area yang perlu diperbaiki. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar untuk mengembangkan dan menyempurnakan program CSR di masa mendatang, memastikan bahwa program yang dilaksanakan benar-benar bermanfaat bagi masyarakat yang dilayani.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Komunikasi PT. United Tractors Tbk dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

PT. United Tractors Tbk dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Penggilingan melalui program UTCARE. Dalam konteks ini, perusahaan menggunakan dua pendekatan utama, yaitu strategi komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Strategi komunikasi kelompok digunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan komunitas lokal di tingkat individu atau kelompok kecil. Hal ini mencakup kegiatan seperti lokakarya, pertemuan komunitas, dan program pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Di sisi lain, pendekatan komunikasi massa digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan menjangkau lebih banyak individu dalam masyarakat Desa Penggilingan. Ini melibatkan penggunaan media tradisional seperti radio lokal, serta platform digital dan sosial media untuk menyebarkan informasi tentang program UTCARE, mengedukasi masyarakat tentang isu-isu penting, dan mempromosikan partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan.

Kombinasi strategi komunikasi kelompok dan komunikasi massa ini menjadi landasan penting bagi PT. United Tractors Tbk dalam mencapai tujuan mereka untuk meningkatkan kualitas hidup dan kemandirian masyarakat Desa Penggilingan melalui program UTCARE. Dengan memadukan kedua pendekatan ini, perusahaan tidak hanya membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal, tetapi juga meningkatkan kesadaran serta partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai inisiatif pembangunan dan pemberdayaan yang berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, berikut saransaran yang peneliti sajikan untuk dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak yang berkaitan dengan topik penelitian ini:

1. Penguatan Integrasi Antara Strategi Komunikasi Kelompok dan Massa: Penting untuk memastikan bahwa strategi komunikasi kelompok dan massa saling terintegrasi secara efektif. PT. United Tractors perlu mengembangkan koordinasi yang baik antara tim komunikasi kelompok yang berinteraksi langsung dengan masyarakat Desa Penggilingan dan tim komunikasi massa yang mengelola media tradisional dan digital. Hal ini akan memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan terkoordinasi dengan baik di seluruh platform komunikasi.
2. Evaluasi dan Pemantauan Berkala: Perusahaan harus melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Ini meliputi mengukur tingkat kesadaran masyarakat terhadap program UTCARE, tingkat partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan, dan dampak positif yang

dirasakan oleh masyarakat. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, dan analisis data untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

3. Keterlibatan Berkelanjutan dan Komitmen Jangka Panjang: PT. United Tractors harus menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap program UTCARE dan pemberdayaan masyarakat Desa Penggilingan. Ini mencakup tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan di wilayah tersebut. Dengan menerapkan saran-saran ini, PT. United Tractors dapat memperkuat strategi komunikasi mereka dalam mendukung pemberdayaan masyarakat Desa Penggilingan melalui program UTCARE, serta meningkatkan dampak positif yang dapat mereka capai dalam jangka panjang.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini tidak hanya dijadikan referensi saja namun diharapkan untuk dapat dikembangkan kembali dikemudian hari sehingga penelitian akan lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2010). Corporate Social Responsibility: Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(2), 66–77. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/192>
- Edi Suryadi, Dr., M. S. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.
- Galang Tanjung, L. B. (2015). Analisis Kegiatan Corporate Social Responsibility Program UTACTION PT United Tractors Tbk. *Galang Tanjung*, 8(2), 1–9.
- Hardiyanto, S. (2017). Pengaruh Employee Relation Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan. *Jurnal Interaksi*, 1(32), 43–49.
- Hereyah, Y., & P, H. A. (2019). Corporate Social Responsibility Program of BRI Peduli for Increasing the Image of PT Bank Rakyat Indonesia. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 1(3), 120–131. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i3.51>
- Hidayaturrehman, M. (2017). Corporate Social Responsibility Strategi Komunikasi Perusahaan Migas. *Jurnal Nomosleca*, 3(2), 614–624. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2036>
- Ibrahim, A. I., Erdiyana, L. K., & Nugraha, A. R. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 85–96. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.2363>
- Iskandar. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1), 1–217. https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdf%0Ahttp://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India_globalisation%2C_society_and_inequalities%28Isero%29.pdf%0Ahttps://www.quora.com/What-is-the
- Michiko, F. H. (2019). Tinjauan Hukum Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia (Studi Kasus pemberian Dana CSR melalui Hibah). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 3(3). <https://doi.org/10.58258/jisip.v3i3.829>
- Mujahiddin, Arifin Saleh, & Yurisna Tanjung. (2021). Konstruksi Sosial pada Praktik Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Green Economic di Desa Pematang Serai Kabupaten Langkat. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1511–1524. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i9.418>
- Mulyadi, D. M., & Majid, A. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PT . TASPEN (PERSERO) MAKASSAR DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BINA LINGKUNGAN DI KECAMATAN PATTALASSANG KABUPATEN GOWA Communication Strategy PT .*

Taspen (PERSERO) Makassar in the Community Development Corporate Soci. 126–134.

- Nugroho, A., Fauzobihi, F., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Instruktur PT. United Tractors Tbk. Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(1), 872–883. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i1.2871>
- Pathilaiya, H. La, Sinurat, J., Sarasati, B., Jumiati, S., Supriatna, A., Harto, B., Urhuhe, Siburian, D., Mahaza, Maesarini, I., & Hapsar, T. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat* (Issue 6). www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2017). Penyuluhan Program Literasi Informasi Kesehatan dalam Meningkatkan Kualitas Sanitasi bagi Masyarakat di Kaki Gunung Burangrang Kab. Bandung Barat. *Jppm: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 129. <https://doi.org/10.30595/jppm.v1i2.1705>
- Priadi, R., & Thariq, M. (2023). Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Membangun Iklim Kerja Yang Kondusif (Studi Analisis Di Balai Besar Pengembangan Penjamin Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Bangunan Dan Listrik Medan). *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(2), 479. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.479-485>
- Prof.H. Hafied Cangara, M. Sc., P. D. (2014). *Perencanaan & strategi komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Putri, A., & Wediawati, T. (2023). Studi Fenomenologi Motif Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Etika Bisnis Pada PT. United Tractors Site Loa Janan-Sanga. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 228–240. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5844>
- Putri, N., Evvy, N., & Wahyuni, harnida. (2023). Implementasi Human Capital Strategic dalam Developing People di PT United Tractors Tbk. *Jumek : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(2), 257–263.
- Rachmat Kriyantono. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenada Kencana Media Group.
- Rahmadika, H., & Riauan, M. A. I. (2022). Corporate Social Responsibility GraPari Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(01), 1–13. <https://doi.org/10.55985/jcmo.v1i01.7>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Saleh, A., Mujahiddin, M., & ... (2022). Optimizing Corporate Social Responsibility Funds for Community Empowerment and Regional Planning

in Urban Slums. ... & *Society (IJRS)*, 3(3), 203–209.
<http://jurnal.bundamediagrup.co.id/index.php/ijrs/article/view/272%0Ahttps://jurnal.bundamediagrup.co.id/index.php/ijrs/article/download/272/255>

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>

Syahriani, D., & Siwi, M. (2018). Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 54–74.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25121>

UTCARE. (2024). *UTCARE*. Pt.United Tractors TBK.

Wijaksono, S. (2013). Pengaruh Lama Tinggal dalam Pengelolaan Lingkungan Permukiman. *Journal ComTech: Computer, Mathematics, and Engineering Applications*, 4(1), 24–32.

Wursanto, I. (2005). *Dasar-dasar ilmu organisasi*. CV Andi Offset.

Yudhistira, G. A., & Trihastuti, M. C. W. (2023). Hambatan Komunikasi Interpersonal Selama Proses Pembelajaran Jarak Jauh. *Psiko Edukasi*, 21(1), 13–27. <https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v21i1.4351>



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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Nomor : 1135/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Lampiran : --

Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 24 Dzulhijjah 1445 H

01 Juli 2024 M

Kepada Yth : SRCOM Department Head PT. United Tractors Tbk.

di-

Tempat

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

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

Nama mahasiswa : **YUDHA PRASETYA**
N P M : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akzademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA
PENGGLINGAN MELALUI PROGRAM UT CARE**

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



Cc : File.



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



hal : Permohonan Penggantian Judul Skripsi
Lampiran : 1 Lembar

Medan, 25 Juni 2024

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dengan hormat,
Bersama surat ini, saya bermaksud mengajukan permohonan revisi judul Skripsi yang telah diajukan sebelumnya.

Nama : Yudha Prasetya
NPM : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : Dr.Sigit Hardianto,S.Sos.,M.I.Kom.

Judul Skripsi yang sebelumnya diajukan:

**“STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA SEI MENCIRIM MELALUI PROGRAM
UTCARE “**

Saya bermaksud merevisi judul menjadi:

**“STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA PENGILINGAN MELALUI PROGRAM
UTCARE”**

Adapun alasan revisi judul ini karena kurang spesifik.

Demikian Surat permohonan ini saya ajukan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

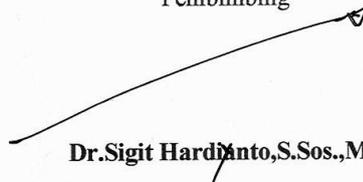
Menyetujui

Pemohon



Yudha Prasetya

Pembimbing



Dr.Sigit Hardianto,S.Sos.,M.I.Kom

Dekan/Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos., M.Ikom



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila membaca surat ini agar dicatukan 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/II/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
@https://fisp.umcu.ac.id @fisp@umcu.ac.id @umsumedan @umsumedan @umsumedan @umsumedan

SK-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth. Bapak/Tbu
Program Studi
FISIP UMSU
di
Medan.

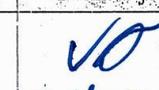
Medan,20.....

Assalamu 'alailcum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Yudha Prasetya
N P M : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 148 SKS, IP Kumulatif 3.49

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi CSR PT-United Tractors Tbk Dalam Pemberdayaan masyarakat Desa Sei mencirim melalui Program Ut Care	 13 Mei 2024
2	Strategi komunikasi Pemasaran digital Untuk meningkatkan Brand Activation PT-United Tractors Tbk	
3	Strategi komunikasi kelompok Gerakan Ayo kuliah dalam memberikan motivasi lanjut kuliah Pada siswa Smu 9 medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjaian;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Tbu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

160.20.311

Pemohon,



(... Yudha Prasetya ...)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

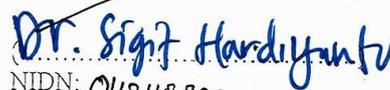
Program Studi.....

Medan, tanggal 15 Mei20.24

Ketua

Program Studi Ilmu Komunikasi

(.....)
NIDN:


NIDN: 0112118002



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency



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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan)

[umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 785/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024

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 Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **15 Mei 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **YUDHA PRASETYA**
N P M : 2003110199
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA
PENGKILINGAN MELALUI PROGRAM UT CARE**
Pembimbing : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.**

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 Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 160.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 15 Mei 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 07 Dzulqa'idah 1445 H
15 Mei 2024 M



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



Tembusan :

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





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

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disabukan nomor dan langganinya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Dasri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📱 [umsu](#) 📺 [umsu](#) 📺 [umsu](#) 📺 [umsu](#)

Sk-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 12 Juni 2024

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 : Yudha Prasetya
 N P M : 2003110199
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 785/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20.24 tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi komunikasi CSR PT. United Tractors Tbk Dalam Pembedayaan masyarakat Desa Sri mencirim melalui Program UT Care

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.*

Menyetujui:

Pembimbing

(Dr. Sugat Hardiyanto, M. I. Kom)

NIDN: 0112118802

Pemohon,

(Signature)

(Yudha Prasetya)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI:

Nomor : 1035/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024



Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 21 Juni 2024
 Waktu : 14.00 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	PENANGCAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	NABILA	2003110001	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	KOMUNIKASI PETUGAS PUSKESMAS MELALUI PROGRAM SENAM MINGGU DALAM MENINGKATKAN KESADARAN HIDUP SEHAT MASYARAKAT DESA PULAU SEMBILAN
12	RADIYATUL MARDIAH	2003110254	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI DIGITALISASI PROGRAM SIARAN RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI
13	YUDHA PRASETYA	2003110199	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA SEI MENCIRIM MELALUI PROGRAM UT CARE
14	FILZATI HUSNA	2003110162	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING COMMUNICATION DALAM MEMASARKAN PRODUK TELKOMSEL PADA AKUN INSTAGRAM @TELKOMSELSUMATERA
15	IMAM HILMI	2003110133	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PT. MEDIA ANTAR NUSA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN

Medan, 13 Dzulhijah 1445 H
20 Juni 2024 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bisa 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/XII/2022

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

🌐 <https://fisip.umsu.ac.id> 📧 fisip@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : MUDA PRASETYA

N P M : 2003110199

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI komunikasi CSR PT. United Tractors Tbk Dalam Pemberdayaan masyarakat Desa Penggilingan melalui Program Utcare

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	13/5-2024	Acc Judul Skripsi	
2	15/5-2024	Penetapan Judul Skripsi	
3	21/5-2024	Bimbingan Proposal (latar belakang)	
4	6/6-2024	Bimbingan Proposal (kerangka konsep)	
5	6/6-2024	Acc Proposal	
6	25/6-2024	Pengajuan Draft wawancara	
7	9/7-2024	Bimbingan BAB IV - V (data informan)	
8	17/7-2024	Bimbingan BAB IV - V (Pembahasan)	
9	19/7-2024	Acc Sidang Skripsi	

Medan, 24 Juli 2024.



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

Ketua Program Studi,

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

Pembimbing,

Dr. Sigit Hardianto, S.Sos., M.I.kom
(.....)
NIDN : 01121188021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
 Nomor : 1514/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

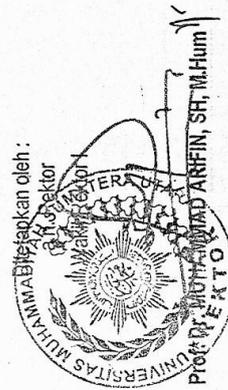
Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024
 Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
16	DIKY RISWANTHA GINTING	2003110042	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PROSES KOMUNIKASI INTERPERSONAL BERDASARKAN TEORI PENETRASI SOSIAL PADA SUAMI ISTRI YANG MENIKAH MELALUI PROSES T'ARUF
17	HAFIRZA BR TARIGAN	2003110228	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. JUNADI, S.Pej, M.Si	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	KOMUNIKASI DAKWAH GURU DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI ISLAM PADA PESERTA DIDIK TK RA AL-MUKHLISIN KABUPATEN KARO
18	NIA AZUPA LAMAS	2003110013	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PERAN DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN DALAM MEMROMOSIKAN MEDAN RAYA FASHION WEEK 2024
19	FARHAN DWI CAHYO	1803110204	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos, M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI PERSUASIF PUSKESMAS MEDAN AREA SELATAN DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MELAKUKAN FOLA HIDUP SEHAT
20	YUDHA FRASETYA	2003110199	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DECA PENGGGILIN'GAN MELALUI PROGRAM UT CARE

Notulis Sidang :

1.

Dibekukan oleh :



Medan, 22 Shafar 1446 H
 27 Agustus 2024 M



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

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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Yudha Prasetya
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 1 Januari 2003
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Griya Pala Mencirim, Blok B-21
Anak ke : 2 dari 4 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Heldi Bran
Nama Ibu : Sri Ningsih
Pekerjaan ayah : TNI-AD
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Griya Pala Mencirim, Blok B-21

Pendidikan Formal

TK : TK Al-Ikhlas Konggo
SD : SD Swasta Tridharma
SMP : SMP Swasta Tridharma
SMA : SMK Negeri 9 Medan
S1 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara