

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT ANGKASA PURA
AVIASI DALAM PROGRAM *SUSTAINABLE
TOURISM* DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA
DELI SERDANG**

SKRIPSI

Oleh:

DINDA YUNISHA MANSOER
2003110230

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**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 : DINDA YUNISHA MANSOER
N P M : 2003110230
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 : Akhyar Anshori S. Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Corry Novrica AP. Sinaga S.sos, M.A. (.....)
PENGUJI III : Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP (.....)

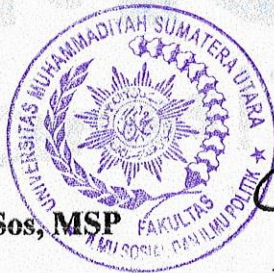
PANITIA PENGUJI

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 : DINDA YUNISHA MANSOER
N.P.M : 2003110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI DALAM PROGRAM SUISTANABLE TOURISM DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA DELI SERDANG

Medan, 19 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

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

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

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



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

PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya, DINDA YUNISHA MANSOER, NPM 2003110230, 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 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 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 kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 04 November 2024

Yang menyatakan,



Handwritten signature of Dinda Yunisha Mansoer.

DINDA YUNISHA MANSOER

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT ANGKASA PURA AVIASI DALAM PROGRAM *SUSTAINABLE TOURISM* DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA DELI SERDANG

DINDA YUNISHA MANSOER
2003110230

ABSTRAK

PT Angkasa Pura Aviasi, membangun program *Sustainable Tourism* di desa wisata kampoeng lama untuk meningkatkan kualitas SDM yang akan memajukan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, pelestarian alam dan budaya dan program ini dapat terus berkelanjutan sehingga terciptanya penguatan Desa Wisata. Hal ini ke depannya dapat terus menambah daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara ke Sumatera Utara, sehingga berpotensi positif juga dalam peningkatan jumlah penumpang di Bandara Kualanamu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan keberhasilan program CSR PT Angkasa Pura Aviasi serta menilai dampak yang ditimbulkan oleh Program CSR terhadap Desa Kampoeng Lama. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang didukung oleh referensi dari berbagai buku, jurnal, maupun literasi pendukung lainnya, serta teori-teori yang dikemukakan oleh Cangara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR oleh PT Angkasa Pura Aviasi telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat desa dalam berbagai aspek. Perusahaan ini aktif dalam melakukan berbagai inisiatif CSR yang tidak hanya memenuhi kewajiban sosial mereka, tetapi juga berkontribusi secara positif terhadap pengembangan dan kesejahteraan komunitas lokal. Secara ekonomi, program ini telah meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan pariwisata. Dalam aspek sosial, program ini memperkuat ikatan komunitas dan meningkatkan kualitas hidup penduduk. Sedangkan dari segi lingkungan, program ini mendukung pelestarian dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program-program pelatihan dan pelestarian alam sehingga menciptakan perubahan yang berarti di wilayah tersebut.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Coorporate Social Responsibility (CSR)*, *Sustainable Tourism*.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah *Subhanallahu wa Ta'ala*, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam yang telah membawa zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah. Semoga kita menjadi ummat yang mendapatkan syafa'atnya di akhirat kelak. Aamiin. Adapun skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dalam hal isi maupun pemakaian bahasa, sehingga penulis memohon kritikan yang membangun untuk penulisan selanjutnya. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT ANGKASA PURA AVIASI DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA DELI SERDANG”**

Skripsi ini penulis mempersembahkan kepada Orang tua tercinta Ayahanda Drs. Mansyurman dan Almh. Ibunda Elvina, serta keluarga besar penulis yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang

tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan yang layak bagi penulis, dan juga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya :

- 1) Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 2) Bapak Assoc Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 3) Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan sebagai dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis penelitian ini dapat selesai tepat waktu.
- 4) 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.
- 5) Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 6) Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 7) Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku sekertaris program studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- 8) Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan penulis yang selalu mendukung semua kegiatan positif, yang senantiasa memberikan masukan dan saran yang membangun demi peningkatan kompetensi diri penulis serta memaksimalkan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang berguna dan membangun untuk kelengkapan laporan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca demi kemajuan perkembangan ilmu pendidikan di masa yang akan datang. Amin Yaa Rabbal Alamin.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 16 Agustus 2024

DINDA YUNISHA MANSOER
_NPM. 2003110230

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1. Strategi.....	6
2.2. Komunikasi.....	6
2.3. Strategi Komunikasi	9
2.4. Coorporate Social Responbility	10
2.5. Strategi Komunikasi Coorporate Social Responbility	13
2.6. Sustainable Tourism	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Jenis Penelitian	17
3.2. Kerangka Konsep	18
3.3. Definisi Konsep	19
3.4. Kategorisasi Penelitian	20
3.5. Narasumber.....	21
3.6. Teknik Pengumpulan Data	21

3.7. Teknik Analisis Data	22
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1. Hasil Penelitian.....	25
4.1.1 Profil Angkasa Pura Aviastar	25
4.1.2 Penyajian Data.....	26
4.2. Pembahasan	32
4.2.1 Strategi Komunikasi CSR.....	32
4.2.2 Komunikator	32
4.2.3 Media dan Saluran	33
4.2.4 Pesan/ Isi.....	35
4.2.5 <i>Sustainable Tourism</i>	36
BAB V PENUTUP	37
5.1. Simpulan.....	37
5.2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Kerangka Konsep Penelitian	18
--	----

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Kategorisasi Penelitian	20
Table 2.2. Profil Narasumber Customer Service.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini terjadi peningkatan mobilitas di segala aspek kehidupan, termasuk sektor perekonomian. Dalam bidang ekonomi, ada dua hal penting yaitu: bisnis dan kewirausahaan. Dalam mengembangkan suatu usaha perlu memperhatikan tidak hanya untung dan rugi saja, tetapi juga aspek sosial. Kini semakin banyak pengakuan bahwa aktivitas produksi perusahaan mempunyai dampak negatif tidak langsung terhadap lingkungan sosial dan fisik di sekitar lokasi produksi. Hal ini menyadarkan kami akan pentingnya melakukan kerja sosial bagi masyarakat sekitar. Kegiatan sosial ini disebut tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Corporate social responsibility (CSR) menjadi salah satu esensi yang harus diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sosial dimana perusahaan 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, dan keterbukaan pasar yang tidak cukup apabila perusahaan hanya menaati peraturan perundang-undangan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan yang merupakan komitmen perusahaan, berbentuk kerjasama untuk meningkatkan

keuntungan secara finansial, serta untuk pembangunan sosial, ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan (Saleh & Sihite, 2020)

Pembangunan Sosial yang telah dilakukan pemerintah saat ini diharapkan dapat menyelesaikan berbagai permasalahan sosial seperti masalah kemiskinan, ketelantaran, kecacatan, ketunasiswaan, keterpencilan dan lain-lain. Namun, pada kenyataannya pembangunan yang dilaksanakan masih memiliki hambatan berupa terbatasnya jumlah anggaran dana yang dimiliki negara, kurangnya efektivitas pelaksanaan bantuan dan pelayanan jaminan sosial, sehingga pemerintah dikatakan belum mampu untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat terutama pada masyarakat yang tinggal di daerah terpencil. Maka dari itu, diperlukan peran perusahaan sebagai peran pendukung atau biasa disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya (Syahriani & Siwi, 2018a)

Social Responsibility (CSR). Proses pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam peningkatan taraf hidup serta diyakini dapat mewujudkan masyarakat yang berdaya (Syahriani & Siwi, 2018b)

PT Angkasa Pura mendirikan anak perusahaan PT Angkasa Pura Aviasi dengan fokus mengelola kemitraan strategis di Bandara Internasional Kuala Lumpur. PT. Angkasa Pura Aviasi merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang bandar udara dan pelayanan jasa bandar keudaraan. PT Angkasa Pura Aviasi didirikan berdasarkan akta notaris no. 7 tanggal 7 November 2018 di

Tangerang, Banten. Kantor pusat PT Angkasa Pura Aviase berdomisili di Kualanamu, Deli Serdang, Sumatera Utara.

PT. Angkasa Pura Aviase berkomitmen untuk menjalankan tanggung jawab sosial Perusahaan terhadap lingkungan hidup dalam rangka mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan Perusahaan maupun kegiatan manusia pada umumnya. Komitmen PT. Angkasa Pura Aviase untuk tetap menjaga dan mempertahankan sekaligus pelestarian lingkungan telah dituangkan dalam bentuk Keputusan Direksi PT. Angkasa Pura Aviase.

Untuk itu PT Angkasa Pura Aviase, membangun program *Sustainable Tourism* di desa wisata kampoeng lama, agar dapat meningkatkan kualitas SDM yang akan memajukan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, pelestarian alam dan budaya dan program ini dapat terus berkelanjutan sehingga terciptanya penguatan Desa Wisata. Hal ini ke depannya dapat terus menambah daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara ke Sumatera Utara, sehingga berpotensi positif juga dalam peningkatan jumlah penumpang di Bandara Kualanamu.

Keadaan sosial yang terjadi di desa wisata kampoeng lama, menurut PT. Angkasa Pura Aviase, desa ini memiliki potensi yang besar di bidang wilayah, agar wilayah tersebut di ketahui oleh masyarakat luas, maka dibentuklah program-program pendukung yang dapat lebih mengeksplorasi potensi desa ini, seperti program English Class, Pelatihan Pembuatan Tanjak, Pelatihan Henna (Henna Art Training) dan Pembuatan Handicraft, yang dapat mempengaruhi sistem pembangunan ekonomi masyarakat, menambah variasi mata pencarian serta menumbuhkan kreatifitas masyarakat terdampak CSR tersebut.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, menarik untuk menggali lebih dalam mengenai Strategi Komunikasi CSR PT. Angkasa Pura Aviassi dalam program *Sustainable Tourism* di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi program CSR pada PT. Angkasa Pura Aviassi dalam program *Sustainable Tourism* di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dikarenakan untuk mengetahui strategi komunikasi CSR yang dilakukan dalam program *Sustainable Tourism* di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang.

1.4 Manfaat penelitian

- 1) Manfaat Teoritis. Untuk melihat dan membandingkan ilmu atau teori yang diperoleh berdasarkan literasi dengan kondisi sebenarnya di lapangan.
- 2) Secara Akademis. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke masalah yang lain, maka penulis membuat sistematika penulisan karya tulis ilmiah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini berisi tentang teori relevan dengan masalah yang ingin diteliti seperti adanya Komunikasi, Strategi Komunikasi, Corporate Social Responsibility, dan Sustainable Tourism.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini mengungkapkan Jenis penelitian, Kerangka Konsep, Kategorisasi Penelitian, Narasumber Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Waktu dan Lokasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *Strategia* (stratos: militer, *agia*: memimpin), suatu siasat dalam menjalankan suatu maksud / tujuan tertentu atas suatu prosedur yang mempunyai alternatif pada berbagai langkah. Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita - citakan.(Mubarak, 2019)

Menurut Hunger dan Wheelen yang menyatakan bahwa, Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Gambaran singkat dari arti kata strategi adalah cara bagaimana kita menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut, solusi ataupun cara yang diambil berdasarkan kondisi kebutuhan dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang terjadi.(Mubarak, 2019)

2.2. Komunikasi

Everett M. Rogers dalam Mulyana (2016) mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dapat

dikatakan bahwa komunikasi membawa dampak atau efek bagi penerima pesan (komunikasikan) baik secara langsung maupun tidak langsung.

Komunikasi ada dua unsur yaitu penyampaian dan pemahaman arti. Komunikasi merupakan unsur yang penting dalam kehidupan organisasi, baik ditinjau dari segi proses administrasi dan manajemen maupun keterlibatan semua pihak di dalam suatu organisasi. (Ribut Priadi et al., 2023)

Harold D. Laswell dalam (Mulyana, 2016) mengatakan bahwa cara untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?) (Yolanda & Anshori, 2022). Berdasarkan definisi Laswell tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima unsur dalam proses komunikasi yakni:

- a) Sumber (*Source*) atau Komunikator: Sumber, atau komunikator, adalah pihak atau individu yang bertanggung jawab untuk menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima. Dalam konteks komunikasi, sumber bisa berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki peran aktif dalam menyusun dan menyampaikan informasi. Komunikator harus memiliki kredibilitas dan keahlian yang relevan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima. Sumber berperan penting dalam menentukan kualitas pesan dan efektivitas komunikasi, karena kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara jelas dan persuasif akan mempengaruhi bagaimana pesan tersebut diterima dan dipahami oleh audiens.

- b) Pesan (*Message*): Pesan adalah inti dari komunikasi yang mencakup pernyataan ide atau gagasan yang dikirimkan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, baik verbal maupun non-verbal. Bentuk verbal mencakup komunikasi lisan seperti percakapan, pidato, atau presentasi, serta komunikasi tulisan seperti surat, email, atau artikel. Sementara itu, bentuk non-verbal mencakup isyarat, gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan simbol-simbol visual yang juga memainkan peran penting dalam menyampaikan makna. Pesan yang efektif harus jelas, relevan, dan sesuai dengan konteks agar dapat mencapai tujuan komunikasi dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan benar oleh penerima.
- c) Saluran atau Media (*Channel*): Saluran atau media merujuk pada alat atau metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran komunikasi bisa berupa berbagai bentuk, seperti media massa (televisi, radio, surat kabar), media sosial (Facebook, Twitter, Instagram), atau metode komunikasi langsung seperti pertemuan tatap muka atau telepon. Pemilihan saluran yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa pesan mencapai audiens yang diinginkan dengan cara yang paling efektif. Saluran komunikasi harus sesuai dengan karakteristik audiens serta jenis pesan yang ingin disampaikan agar komunikasi dapat berlangsung lancar dan informasi dapat diterima dengan baik.
- d) Penerima (*Receiver*) atau Komunikan: Penerima, atau komunikan, adalah sasaran dari pesan yang dikirim oleh komunikator. Penerima adalah

individu, kelompok, atau pihak yang menjadi target dari komunikasi dan yang akan menerima, memproses, serta menafsirkan pesan yang disampaikan. Memahami karakteristik dan kebutuhan penerima sangat penting dalam merancang pesan dan memilih saluran komunikasi. Dengan mengetahui audiens yang ditargetkan, komunikator dapat menyesuaikan pesan dan metode penyampaian untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan relevan dan dapat diterima dengan baik oleh penerima.

- e) Efek (*Effect*): Efek merupakan pengaruh yang dirasakan, dipikirkan, dan dilakukan oleh penerima pesan setelah menerima informasi dari komunikator. Efek ini mencakup perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan tingkah laku penerima sebagai respons terhadap pesan yang disampaikan. Efek komunikasi dapat terlihat dari bagaimana penerima mengubah pandangan mereka, memodifikasi perilaku mereka, atau mengambil tindakan berdasarkan informasi yang diterima. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan, pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan efek yang positif dan sesuai dengan tujuan komunikator, sehingga penerima dapat mengalami perubahan yang signifikan sebagai hasil dari komunikasi tersebut.

2.3. Strategi Komunikasi

Strategi dapat didefinisikan sebagai suatu cara, aktivitas, interaksi, kegiatan, dan arah serta jalan yang ditempuh agar tujuan dan maksud dapat tercapai (Suryadi, 2018). Strategi komunikasi merupakan cara atau alat yang digunakan untuk menjalin komunikasi dengan publik guna mencapai tujuan yang

sudah ditetapkan oleh perusahaan. Untuk itu, penyusunan strategi komunikasi merupakan hal yang penting, karena keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi (Rohman et al., 2023)

Tujuan perumusan strategi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Brunnet dalam bukunya yang berjudul "*Techniques for Effective Communication*," meliputi:

- 1) *To secure understanding* yakni memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya, setelah pesan dapat dimengerti dan diterima, maka selanjutnya dilakukan;
- 2) Pembinaan (*To Establish Acceptance*), dan;
- 3) *To motivate action* atau kegiatan dimotivasi.

Middleton dalam Cangara mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.(Alda et al., 2020)

2.4. Corporate Social Responsibility

Secara umum *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan dimana kemampuan manusia sebagai dan anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari stakeholders baik secara internal (pekerja, shareholders dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota

masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain) (Nabilla & Hamid, 2021a).

Coorporate social responsibility merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Pengertian ini sama dengan apa yang dikemukakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yaitu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Nabilla & Hamid, 2021b).

Konsep *Coorporate Social Responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumber daya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif atau statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara stakeholders.

Manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Wibisono dalam (Fatmawatie, 2017) memaparkan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya:

- a. Bagi Perusahaan

Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan

dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*),

b. Bagi Masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

c. Bagi lingkungan

Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,

d. Bagi Negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*Corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

2.5. Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility

Strategi komunikasi menjadi bagian penting bagi perusahaan dalam pengelolaan berbagai program kegiatan CSR. Kegiatan CSR yang telah diterapkan harus dikomunikasikan dengan baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan masyarakat, serta untuk target pemberdayaan masyarakat (Furqon et al., 2018)

Dalam melaksanakan strategi komunikasi, pihak perusahaan bisa melakukan dengan komunikasi massa. Lewat komunikasi massa, perusahaan harus mampu menyajikan pesan-pesan komunikasi CSR. Pesan itu tentu berupa kegiatan CSR di bidang sosial dan ekonomi dengan masing-masing penjabarannya untuk pemberdayaan masyarakat. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, seperti social report, brosur, leaflet, website, iklan, berita, dan saluran komunikasi lainnya seperti media online dan sosial media (Kabu et al., 2020).

Dalam strategi komunikasinya, perusahaan juga harus memilih media apa untuk mengomunikasikan kegiatan CSR-nya. Media yang bisa jadi pilihan antara lain dokumen resmi, seperti laporan berkelanjutan yang diterbitkan setiap akhir tahun dan siaran pers. Selain itu, media lainnya adalah TV, majalah,

koran, serta iklan di billboard atau dalam kemasan produk, termasuk pemanfaatan sosial media (Herlina, 2015)

Selain itu, strategi komunikasi CSR untuk pemberdayaan masyarakat bisa diartikan sebagai suatu cara atau teknik dalam proses pengkomunikasian pesan berupa kegiatan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan stake holders dengan pemanfaatan berbagai media dengan mengharapkan adanya berbagai dampak yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat. (Saleh & Sihite, 2020)

Beberapa unsur dalam proses strategi komunikasi CSR yang harus diperhatikan adalah komunikator (pengirim pesan), Media yang dipilih, pesan (isi atau konten), Kerja sama media (saluran). Pihak perusahaan harus memahami unsur-unsur ini ketika melakukan strategi komunikasi dalam melaksanakan CSR untuk pemberdayaan masyarakat. (Furqon et al., 2018)

2.6. Sustainable Tourism

Pariwisata adalah salah satu bentuk industri yang sedang banyak ditumbuhkan oleh pemerintah diberbagai daerah. Hal tersebut dikarenakan pariwisata memiliki peluang yang tinggi dalam peningkatan pendapat suatu daerah. (Akhyar Anshori, 2022)

Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) merupakan pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk penambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan, dimana perkembangan pariwisata dan investasi baru dalam sektor pariwisata seharusnya tidak membawa dampak buruk dan

dapat menyatu dengan lingkungan, jika kita memaksimalkan dampak yang positif dan meminimalkan dampak negatif (Widyarini & Sunarta, 2019)

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa prinsip-prinsip berkelanjutan mengacu pada aspek bidang lingkungan, bidang ekonomi dan bidang sosial budaya dari pengembangan pariwisata, dan keseimbangan yang sesuai harus dibangun antara ketiga dimensi ini untuk menjamin keberlanjutan jangka panjangnya (Widiati & Permatasari, 2022)

Dapat diketahui bahwa pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) harus memanfaatkan secara optimal sumber daya lingkungan yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, memelihara proses ekologi yang penting dan membantu melestarikan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati, menghormati keaslian sosial budaya masyarakat tuan rumah, melestarikan warisan budaya dan nilai-nilai tradisional yang dibangun dan hidup mereka, dan berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya dan memastikan operasi ekonomi jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial-ekonomi kepada semua pemangku kepentingan yang terdistribusi secara adil, termasuk pekerjaan yang stabil dan peluang memperoleh pendapatan dan layanan sosial bagi masyarakat setempat, dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan (Dwinarendra et al., 2020).

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan sangat penting demi pengembangan pariwisata jangka panjang. Hal ini perlu menjadi perhatian dan catatan penting bagi pemerintah maupun masyarakat. Terkait dengan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) terdapat aturan hukum yang mengatur

terkait dengan Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan yang diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 (SARASWATI1 & Afifi, 2022)

Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan disusun sebagai upaya tidak mengabaikan kebutuhan masa yang akan datang. Hal ini didasarkan pada alasan bahwa pembangunan kepariwisataan bertumpu pada keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam sehingga pembangunan destinasi pariwisata perlu dilakukan secara bertanggungjawab penjabaran kriteria berkelanjutan. Berdasarkan pedoman destinasi pariwisata ini dapat diketahui bahwa pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat serta dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktifitas wisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk wisata masal dan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya (Hariyanto, 2016).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian atau metode ilmiah adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. jadi metode penelitian adalah ara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Metode penelitian yang biasa dipakai, mengacu pada bentuk-bentuk penelitian, sebagai berikut :

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ilmiah adalah suatu kegiatan yang sistematis dan objektif untuk mengkaji suatu masalah dalam usaha untuk mencapai suatu pengertian mengenai prinsip yang mendasar dan berlaku umum (teori) mengenai masalah tersebut sedangkan penelitian tidak ilmiah, penelitian ilmiah dilakukan dengan berlandaskan pada metode ilmiah. Metode ilmiah adalah suatu kerangka landasan bagi terciptanya pengetahuan ilmiah. (Andriukaitiene et al., 2013)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Nasir (1999) Metode ini menekankan pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari hasil suatu penelitian serta mengandalkan uraian deskriptif kata atau kalimat yang disusun secara sistematis mulai dari mengumpulkan data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Dan bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifatsifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (Sinaga, Ritonga, 2022).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen untuk menggali dan memperoleh informasi secara langsung guna menjelaskan suatu hal atau situasi dan kondisi tertentu. Metode penelitian yang digunakan berfungsi untuk mendeskripsikan strategi komunikasi CSR yang diterapkan pada PT. Angkasa Pura Aviast di desa wisata kampoeng lama deli serdang melalui program Sustainable Tourism dalam pendekatan teori Hafied Canggara antara lain memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran, teknik 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. 1 Bagan Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Dokumentasi Penelitian Tahun 2024.

3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah sebuah rancangan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun beberapa konsep dalam penelitian sebagai berikut :

a. Strategi Komunikasi

Middleton dalam Cangara mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media yang dipilih, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Alda et al., 2020)

b. Strategi Komunikasi CSR

Coorporate social responsibility merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti lokal dan masyarakat secara lebih luas. (Nabilla & Hamid, 2021b).

c. Suistanable Tourism

Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) diketahui bahwa memanfaatkan secara optimal sumber daya lingkungan yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, memelihara proses ekologi yang penting dan membantu melestarikan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati, menghormati keaslian sosial budaya masyarakat tuan rumah, melestarikan warisan budaya dan nilai-nilai tradisional yang dibangun dan hidup mereka, dan berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya dan memastikan operasi ekonomi jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial-ekonomi kepada

semua pemangku kepentingan yang terdistribusi secara adil, termasuk pekerjaan yang stabil dan peluang memperoleh pendapatan dan layanan sosial bagi masyarakat setempat, dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan.(Widiati & Permatasari, 2022)

d. Desa Wisata

Desa Wisata dalam konteks wisata pedesaan adalah aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut. Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata.(Sudibya, 2018).

3.4. Kategorisasi Penelitian

Adapun beberapa kategorisasi dalam penelitian sebagai berikut :

Table 1.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1	Strategi Komunikasi CSR	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikator • Media yang dipilih • Pesan / Isi • Kerjasama Media
2	<i>Sustainabel Tourism</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bidang Ekonomi • Bidang Sosial • Bidang Lingkungan

Sumber : Hasil Olahan 2024

3.5. Narasumber

Secara umum pengertian narasumber adalah orang yang memberikan segudang informasi yang menjadi informan tentang suatu topik yang dibahas. Narasumber juga harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dan memadai serta harus bisa merepresentasikan sudut pandang yang objektif dan benar. (Sinaga et al., 2023)

Adapun narasumber dalam penelitian ini sebanyak 3 (tiga) orang terdiri dari 1 (satu) orang Junior Manager Of Community Development PT. Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang, dan 2 (dua) orang Staff Of Community Development PT. Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Produser wawancara, yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode wawancara mendalam. Metode ini melibatkan interaksi tatap muka antara pewawancara dan informan, di mana informasi diperoleh melalui pertanyaan dan jawaban secara mendalam untuk memenuhi tujuan penelitian (Bungin, 2010)

2. Observasi

Metode pengumpulan data observasi di mana peneliti menggunakan panca indera untuk menghimpun data dengan berinteraksi dan berbicara dengan subjek penelitian (Bungin, 2010). Peneliti melakukan observasi mengenai strategi komunikasi CSR dalam meningkatkan objek sustainable tourism.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, merupakan mengumpulkan sejumlah informasi yang tertulis mengenai data. Dokumen yang berkaitan dengan penelitian ada dibagian Humas PT. Angkasa Pura Aviiasi Deli Serdang berhubungan dengan masalah yang diteliti baik tertulis maupun praktek dilapangan.

3.7. Teknik Analisis Data

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

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

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: meringkas data, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus. Caranya : seleksi ketat atas

data, ringkasan atau uraian singkat, dan menggolongkannya ke dalam pola yang lebih luas. (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. (Rijali, 2018)

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini dilakukan di PT Angkasa Pura yang beralamat di Bandara Kualanamu, Deli Serdang, Sumatera Utara, di, dari bulan Mei 2024 sampai dengan Agustus 2024.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

PT Angkasa Pura II, selanjutnya disebut “Angkasa Pura II” atau “Perusahaan” merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandar udaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara. Keberadaan Angkasa Pura II berawal dari Perusahaan Umum dengan nama Perum Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng melalui Peraturan Pemerintah Nomor 20 tahun 1984, kemudian pada 19 Mei 1986 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 26 tahun 1986 berubah menjadi Perum Angkasa Pura II.

Selanjutnya, pada 17 Maret 1992 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 14 tahun 1992 berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Seiring perjalanan perusahaan, pada 18 November 2008 sesuai dengan Akta Notaris Silvia Abbas Sudrajat, SH, SpN Nomor 38 resmi berubah menjadi PT Angkasa Pura II (Persero). PT Angkasa Pura II mendirikan anak perusahaan PT Angkasa Pura Aviasi dengan fokus mengelola kemitraan strategis di Bandara Internasional Kualanamu. PT Angkasa Pura Aviasi merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang bandar udara dan pelayanan jasa bandar keudaraan. PT Angkasa Pura Aviasi didirikan berdasarkan akta notaris no. 7 tanggal 7 November 2018 di Tangerang, Banten. Kantor pusat PT Angkasa Pura Aviasi berdomisili di Kualanamu, Deli Serdang, Sumatera Utara

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Angkasa Pura Aviassi

PT Angkasa Pura Aviassi memiliki sebuah visi yang ingin mengembangkan Bandara Internasional Kualanamu sebagai International Hub bagian barat Indonesia. Visi ini dapat dicapai dengan adanya misi, yaitu meningkatkan traffic penumpang dengan memanfaatkan lokasi strategis, long-term masterplan untuk melengkapi pertumbuhan, menciptakan bandara Asia yang maju secara digital dan siap untuk masa yang akan datang, pengalaman komersial yang *unparalleled & seamless*.

Sebagai Badan Usaha Milik Negara, Angkasa Pura Aviassi selalu melaksanakan kewajiban untuk membayar dividen kepada negara selaku pemegang saham. Angkasa Pura Aviassi juga senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan perlindungan konsumen kepada pengguna jasa bandara, menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarganya serta meningkatkan kepedulian sosial terhadap masyarakat umum dan lingkungan sekitar bandara melalui program *Coorporate Social Responsibility*.

Data dari hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Pada bagian tahap wawancara ini dilakukan dengan 3 narasumber yang dianggap memiliki representasi dan kompetensi terhadap objek penelitian.

Narasumber yang berjumlah 3 orang merupakan penanggung jawab dan koordinator program sustainable tourism. Adapun narasumber hasil penelitian ini yaitu:

Table 2.2. Profil Narasumber Customer Service

No	Nama Narasumber	Usia	Pekerjaan	Tempat Wawancara
1	Ibu Meta Yuristina Harahap	36	Junior Manager Of Community Development PT. Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang	Kantor Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang
2	Ibu Rahayu Dwi Hartaty	34	Staff Of Community Development PT. Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang	Kantor Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang
3	Bapak Fachrul Razi	39	Staff Of Community Development PT. Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang	Kantor Angkasa Pura Aviasi Deli Serdang

Sumber : Hasil Penelitian, 2024.

Hasil penelitian wawancara mengenai strategi komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviasi dalam program sustainable tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang diuraikan sebagai berikut

4.1.2 Penyajian Data

Program Sustainable Tourism yang dijalankan oleh PT Angkasa Pura Aviasi di Desa Wisata Kampoeng Lama melibatkan beberapa tim inti dalam struktur

perusahaan. *Community Development* atau tim Pengembangan Masyarakat memegang peranan penting dalam mengoordinasikan program ini dengan pihak eksternal. Mereka bertanggung jawab untuk berdiskusi dan menerima masukan dari desa guna memastikan bahwa program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan Ibu Meta Yuristina Harahap, "Kami berdiskusi dan menerima masukan program yang dibutuhkan oleh desa untuk pengembangan desa wisata," menunjukkan bahwa pendekatan yang mereka gunakan adalah kolaboratif dan partisipatif.

Selain itu, *Safety Department* (Departemen Keamanan) juga memainkan peran krusial dalam program ini. Tugas utama mereka adalah mensosialisasikan terkait dengan keamanan dan keselamatan bandara kepada masyarakat sekitar. Ini penting untuk memastikan bahwa masyarakat memahami dan mematuhi prosedur keselamatan yang berlaku di sekitar bandara. Dalam wawancara dengan Ibu Rahayu Dewi Hartanty disebutkan, "*Safety Department* berperan penting dalam mensosialisasikan keamanan dan keselamatan bandara kepada masyarakat sekitar," yang menegaskan betapa vitalnya peran mereka dalam menjaga keselamatan publik.

Tim lainnya yang juga terlibat adalah *Corporate Communication* (Komunikasi Korporat), yang bertanggung jawab dalam menyediakan rilis berita ke media lokal maupun media sosial digital. Peran mereka adalah memastikan bahwa informasi tentang program CSR ini tersebar luas dan dipahami oleh publik. Seperti yang dijelaskan dalam wawancara dengan Bapak Fachrul Razi, "*Corporate Communication* bertugas untuk menyediakan rilis berita dan

mempublikasikan melalui media lokal dan media sosial," menunjukkan bahwa mereka adalah penghubung utama antara perusahaan dan media.

Tim CSR sendiri memiliki peran yang sangat spesifik dalam program ini. Mereka mengoordinasikan seluruh program dengan pihak eksternal di Desa Wisata Kampoeng Lama, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan rencana yang telah disusun. Seperti yang diutarakan oleh meta dalam wawancara bersama peneliti,

" CSR itu punya peran penting banget dalam menjalin kerja sama dengan pihak-pihak luar, seperti pemerintah, LSM, atau perusahaan lain, terutama soal program-program yang dijalankan di Desa Wisata Kampoeng Lama. Mereka memastikan semua pihak yang terlibat bisa bekerja sama dengan baik, sehingga program-program yang dibuat bisa berjalan lancar dan memberikan manfaat sebesar-besarnya buat masyarakat di sana." (Wawancara dengan Ibu Meta Yuristina Harahap, 30 juli 2024, pukul 15.03)

Lebih jauh, tim CSR juga bertanggung jawab untuk menginisiasi program-program baru atau menerima masukan dari desa mengenai program yang dibutuhkan. Dengan demikian, mereka memastikan bahwa setiap inisiatif yang diambil benar-benar berkontribusi pada pengembangan desa wisata tersebut. Dalam wawancara dengan Ibu Rahayu Dewi Hartanty disebutkan, "Kami menerima masukan program yang dibutuhkan oleh desa dan menginisiasikan program tersebut," yang menunjukkan fleksibilitas dan responsivitas tim CSR terhadap kebutuhan lokal.

Safety Department tidak hanya berhenti pada tahap sosialisasi, tetapi juga terus memantau dan memastikan bahwa standar keamanan dan keselamatan tetap terjaga selama pelaksanaan program. Mereka memberikan edukasi dan sosialisasi secara kontinu kepada masyarakat sekitar bandara. "Safety Department

mensosialisasikan terkait dengan keamanan dan keselamatan bandara kepada lingkungan sekitar," ungkap Bapak Fachrul Razi, menunjukkan bahwa edukasi keamanan merupakan bagian integral dari program mereka.

Peran *Coorporate Communication* juga meluas hingga memastikan bahwa setiap informasi yang dipublikasikan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Mereka menggunakan berbagai media, baik lokal maupun digital, untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memastikan bahwa pesan-pesan tentang program CSR ini dipahami dengan benar oleh masyarakat.

" Corporate Communication bertugas menyediakan rilis berita yang disebarluaskan baik melalui media lokal seperti surat kabar dan radio, maupun melalui platform media sosial digital. Dengan begitu, informasi yang ingin disampaikan perusahaan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, baik secara lokal maupun secara online, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih luas terdengar dan dipahami oleh publik." (Wawancara dengan Bapak Fachrul Razi, 30 Juli 2024, Pukul 15.30 Wib).

Secara keseluruhan, keterlibatan berbagai tim ini menunjukkan pendekatan yang terintegrasi dan holistik dalam pelaksanaan program Sustainable Tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama. Setiap tim memiliki peran yang jelas dan saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempromosikan pariwisata yang berkelanjutan. Kolaborasi yang erat antara *Community Development*, *Safety Department* dan *Coorporate Communication*, dan CSR memastikan bahwa program ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat setempat.

Hambatan yang terjadi dilapangan sesuai hasil penelitian adalah kurangnya minat masyarakat untuk mengikuti program pelatihan untuk mengikuti program yang telah disediakan oleh PT Angkasa Pura Aviassi, karena beberapa faktor utama.

Pertama, adanya kekurangan informasi yang memadai mengenai manfaat dan tujuan pelatihan tersebut, yang membuat masyarakat merasa kurang yakin atau tidak paham tentang nilai tambah yang bisa diperoleh. Kedua, jadwal pelatihan yang tidak fleksibel atau tidak sesuai dengan rutinitas sehari-hari masyarakat bisa menghambat partisipasi mereka, terutama jika pelatihan diadakan pada waktu yang tidak praktis. Ketiga, adanya kendala ekonomi seperti biaya transportasi atau perlengkapan yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh beberapa anggota masyarakat, meskipun pelatihan itu sendiri mungkin gratis, ungkap Ibu Meta Yuristina harahap.

Beberapa bentuk kegiatan yang dilaksanakan angkasapura aviiasi adalah sebagai berikut:

1. PT Angkasa Pura Aviiasi melaksanakan program English Class yang dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan di gedung Community Development Center PT Angkasa Pura Aviiasi yang berlokasi di Desa Wisata Kampoeng Lama. Peserta pelatihan ini terdiri dari siswa/i SD dan SMP yang berasal dari Kecamatan Pantai Labu dan Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. Ada pun tujuan dari dilaksanakannya English Class ini adalah untuk meningkatkan kompetensi siswa/i dalam bidang Bahasa Inggris, meningkatkan komunikasi internasional, meningkatkan ketrampilan komunikasi dan meningkatkan kepercayaan diri, hingga turut memajukan program Desa Wisata yang berkelanjutan.
2. PT Angkasa Pura Aviiasi melalui program *Coorporate Social Responsibilty* pelatihan pembuatan Tanjak oleh PT Angkasa Pura Aviiasi. Pelatihan ini

bertujuan untuk melestarikan kebudayaan dari generasi ke generasi dan juga keahlian yang diperoleh nantinya diharapkan dapat menjadi sumber penghasilan bagi warga. Pelatihan dilaksanakan dari hari Senin, 24 Juli 2023 sampai hari Jum'at, 28 Juli 2023.

3. PT Angkasa Pura Aviassi melaksanakan kegiatan pelatihan henna (Henna Art Training), Sebagai salah satu bentuk CSR yang mendukung program Woman Empowerment dan Youth Empowerment, kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan ketrampilan baru kepada para peserta kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi para wanita sekitar bandara. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 (tiga) hari di Auditorium Danau Toba PT Angkasa Pura Aviassi dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) peserta.
4. PT Angkasa Pura Aviassi melaksanakan kegiatan pelatihan Pada 14 - 22 Mei 2024. Melalui program Coorporate Social Responsibility dalam pembuatan handicraft. Pelatihan ini diikuti oleh ibu-ibu Desa Wisata Kampoeng Lama.

“Kami berharap bahwa pengembangan desa wisata ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat. Selain itu, kami juga berharap bahwa upaya ini akan membantu dalam pelestarian alam dan budaya lokal. Dengan berjalannya program sustainable tourism ini, kami percaya bahwa desa wisata ini akan semakin kuat dan mampu menjadi contoh keberhasilan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.”(Wawancara dengan Ibu Rahayu Dwi Hartaty,30 juli 2024, Pukul 16.00 Wib)

4.2. Pembahasan

4.2.1 Strategi Komunikasi CSR

Middleton dalam Cangara mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Alda et al., 2020).

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dalam konteks program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan di Desa Kampoeng Lama, khususnya terkait dengan inisiatif *Sustainable Tourism*. Untuk memahami bagaimana strategi ini diimplementasikan, kita bisa merujuk pada teori Middleton yang dikutip oleh Cangara, yang menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang optimal dari semua elemen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran, penerima, dan efek. Semua elemen ini harus dirancang secara sinergis untuk mencapai tujuan komunikasi yang maksimal.

4.2.2 Komunikator

Dalam penelitian ini, peran komunikator sangat ditekankan. Komunikator utama dalam program CSR ini terdiri dari tiga tim yang berbeda, yaitu Tim *Community Development*, *Safety Department*, dan *Coorporate Communication*. Masing-masing tim ini memiliki tanggung jawab spesifik dalam menyampaikan pesan yang berkaitan dengan program *Sustainable Tourism*. Tim *Community Development*, misalnya, bertanggung jawab untuk berkolaborasi dengan pihak eksternal seperti penduduk desa dan organisasi lokal. Mereka menggunakan pendekatan komunikasi langsung, seperti pertemuan komunitas dan lokakarya,

untuk memastikan bahwa pesan mengenai inisiatif pariwisata berkelanjutan dipahami dan diterima dengan baik oleh masyarakat setempat.

4.2.3 Media dan Saluran

Safety Department, di sisi lain, berfokus pada penyebaran informasi terkait keselamatan dan keamanan bandara. Mereka menggunakan media lokal dan brosur sebagai saluran komunikasi utama. Pilihan saluran ini strategis karena bertujuan untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang sederhana namun efektif. Penyampaian pesan keselamatan melalui media ini dirancang agar dapat dipahami oleh semua orang, dari masyarakat desa hingga wisatawan yang berkunjung. Ini mencerminkan pentingnya elemen "saluran" dalam teori Middleton, di mana pemilihan media yang tepat menjadi kunci untuk memastikan bahwa pesan mencapai audiens yang ditargetkan.

Selain itu, Tim Corporate Communication menggunakan media sosial digital, situs web perusahaan, dan rilis berita untuk menyebarkan informasi terkait program CSR ini. Penggunaan saluran komunikasi digital ini menunjukkan upaya untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran publik tentang inisiatif tersebut. Dalam konteks teori Middleton, ini mencerminkan pentingnya efek atau pengaruh yang diharapkan dari strategi komunikasi. Dengan menggunakan platform digital, tim ini berupaya memperkuat transparansi dan mendapatkan dukungan publik yang lebih besar untuk program-program yang mereka jalankan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi PT Angkasa Pura Aviassi dalam program CSR di Desa Wisata Kampoeng Lama tidak hanya bergantung pada pemilihan saluran komunikasi dan penyampaian pesan yang tepat, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kolaborasi erat antara tim Community Development, Safety Department, dan Corporate Communication. Setiap tim memiliki peran khusus dan keahlian yang berbeda, yang bersama-sama menciptakan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan terintegrasi.

Dengan bekerja sama, ketiga tim ini mampu memastikan bahwa semua aspek dari program CSR, mulai dari perencanaan hingga implementasi, disampaikan secara efektif dan konsisten kepada audiens yang ditargetkan. Kerja sama ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi kebutuhan komunikasi yang berbeda, menyesuaikan pesan sesuai dengan karakteristik audiens, dan memilih saluran komunikasi yang paling sesuai untuk setiap konteks, sehingga mencapai hasil yang optimal.

Kolaborasi ini menjadi kunci penting dalam strategi komunikasi, karena menggabungkan berbagai perspektif dan keahlian yang diperlukan untuk menyusun dan melaksanakan program komunikasi yang komprehensif. Dengan menggabungkan kekuatan masing-masing tim, PT Angkasa Pura Aviassi berhasil mencapai tujuan komunikasinya, memastikan bahwa program sustainable tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama tidak hanya diketahui oleh publik, tetapi juga diakui dan didukung oleh masyarakat dan pemangku kepentingan terkait.

4.2.4 Pesan/ Isi

Program CSR PT Angkasa Pura Aviassi di Desa Kampoeng Lama menitikberatkan pada pesan yang kuat dan relevan terkait komitmen perusahaan untuk mendukung pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism. Pesan utama yang disampaikan adalah pentingnya pelestarian lingkungan dan bagaimana pariwisata yang berkelanjutan dapat membawa manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal tanpa merusak alam sekitar. Dalam konteks teori Middleton, elemen "pesan" menjadi sangat penting karena pesan harus dirancang agar memiliki relevansi dan dampak yang kuat terhadap audiens yang ditargetkan.

Pesan yang dirancang oleh PT Angkasa Pura Aviassi tidak hanya berfokus pada manfaat ekonomi, tetapi juga pada kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan. Dengan pendekatan ini, perusahaan ingin memastikan bahwa masyarakat lokal memahami bahwa pariwisata yang berkelanjutan bukan hanya tentang keuntungan finansial, tetapi juga tentang menjaga kelestarian alam yang menjadi daya tarik utama Desa Kampoeng Lama. Pesan ini diharapkan dapat menginspirasi tindakan nyata dari masyarakat dan pemangku kepentingan untuk mendukung program CSR ini.

Sasaran penerima pesan dalam program CSR ini mencakup masyarakat Desa Kampoeng Lama, para wisatawan, serta pemangku kepentingan lainnya yang memiliki peran penting dalam keberhasilan program. Penelitian ini menekankan bahwa strategi komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan penerima pesan agar dapat menyampaikan informasi dengan cara yang paling tepat dan efektif. Dalam hal ini, PT Angkasa Pura Aviassi telah memastikan

bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi disesuaikan dengan audiens yang ditargetkan.

4.2.5 *Sustainable Tourism*

Untuk masyarakat Desa Kampoeng Lama, pesan-pesan tersebut difokuskan pada bagaimana mereka dapat berpartisipasi dalam menjaga lingkungan sekaligus memanfaatkan peluang ekonomi yang dihasilkan dari pariwisata. Bagi wisatawan, pesan yang disampaikan lebih menekankan pada pentingnya berwisata secara bertanggung jawab dan mendukung usaha lokal. Sementara itu, bagi pemangku kepentingan lainnya, pesan yang disampaikan adalah tentang pentingnya kolaborasi dalam mendukung keberlanjutan program ini.

Sebagai langkah konkret dalam mendukung program ini, PT Angkasa Pura Aviassi telah melaksanakan program English Class yang berlangsung selama tiga bulan di Community Development Center PT Angkasa Pura Aviassi yang terletak di Desa Wisata Kampoeng Lama. Program ini ditujukan untuk siswa-siswi SD dan SMP dari Kecamatan Pantai Labu dan Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Tujuan dari pelaksanaan English Class adalah untuk meningkatkan kompetensi bahasa Inggris para peserta, memperbaiki komunikasi internasional, serta meningkatkan keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri mereka, dengan harapan turut memajukan program desa wisata yang berkelanjutan.

Selain itu, PT Angkasa Pura Aviassi juga melaksanakan pelatihan pembuatan Tanjak sebagai bagian dari program Corporate Social Responsibility (CSR).

Pelatihan ini bertujuan untuk melestarikan kebudayaan lokal dari generasi ke generasi serta memberikan keahlian yang dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi warga setempat. Pelatihan ini berlangsung dari tanggal 24 Juli 2023 hingga 28 Juli 2023, dan diharapkan dapat mempromosikan serta mempertahankan keterampilan tradisional yang merupakan bagian penting dari warisan budaya daerah.

Program CSR lainnya yang dilaksanakan adalah pelatihan henna (Henna Art Training), yang merupakan bentuk dukungan untuk pemberdayaan wanita dan pemuda. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari di Auditorium Danau Toba PT Angkasa Pura Aviassi dan diikuti oleh 30 peserta. Pelatihan ini bertujuan untuk menciptakan keterampilan baru serta membuka lapangan pekerjaan bagi wanita sekitar bandara. Dengan keterampilan henna yang baru diperoleh, diharapkan para peserta dapat menciptakan peluang ekonomi baru bagi diri mereka sendiri dan komunitas mereka.

Terakhir, PT Angkasa Pura Aviassi juga melaksanakan pelatihan pembuatan handicraft yang diadakan dari tanggal 14 hingga 22 Mei 2024. Pelatihan ini khusus ditujukan kepada ibu-ibu di Desa Wisata Kampoeng Lama. Melalui pelatihan ini, diharapkan ibu-ibu tersebut dapat memperoleh keterampilan baru dalam pembuatan handicraft, yang tidak hanya akan meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga mendukung upaya pelestarian budaya lokal. Dengan berbagai program ini, PT Angkasa Pura Aviassi menunjukkan komitmennya untuk memperkuat keberlanjutan desa wisata serta memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat setempat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melakukan pembahasan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviassi dalam program sustainable tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama, Deli Serdang, menunjukkan bahwa telah mencapai keberhasilan dan dampak positif dari inisiatif tersebut. PT Angkasa Pura Aviassi telah mengadopsi strategi komunikasi yang melibatkan koordinasi antara tim Community Development, Safety Department, dan Corporate Communication untuk memastikan bahwa program sustainable tourism dapat dilaksanakan dengan efektif dan memberikan manfaat bagi semua pihak terkait.
2. Strategi komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviassi dalam program Sustainable Tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang melibatkan kolaborasi antara tim Community Development, Safety Department, dan Corporate Communication sebagai komunikator utama. Tim Corporate Communication menggunakan media sosial digital, situs web perusahaan, dan rilis berita untuk menyebarkan informasi terkait program ini secara luas. Pesan utama yang disampaikan adalah pentingnya pelestarian lingkungan dan bagaimana

pariwisata berkelanjutan dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal tanpa merusak alam sekitar.

3. Program *Sustainable Tourism* bertujuan mengedepankan kolaborasi antar tim, melibatkan masyarakat lokal, mempromosikan kesadaran akan keselamatan, dan memastikan transparansi serta keterlibatan yang efektif. Meskipun terdapat tantangan seperti kurangnya minat masyarakat untuk pelatihan dan kendala lainnya, program ini bertujuan untuk mengatasi hambatan tersebut dan memaksimalkan dampak positif dari program pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian yang telah dilaksanakan, terlihat bahwa hingga saat ini, program CSR yang dilakukan pada Desa Wisata Kampoeng Lama berjalan dengan baik sesuai dengan konsep yang sudah dirancang yang bertujuan untuk mengembangkan wisata keberlanjutan di desa tersebut dan berdampak cukup signifikan kepada seluruh masyarakat terdampak, terbukti dengan adanya peningkatan penghasilan masyarakat Desa Wisata Kampoeng Lama terutama dalam bidang pemberdayaan masyarakat, ekonomi, sosial budaya dan pelestarian lingkungan dengan program sustainable tourism selama program berlangsung.

5.2. Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik simpulan, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. PT Angkasa Pura Aviassi terus memperkuat peran tim-tim terkait dalam mengomunikasikan program CSR. Pelatihan tambahan bagi anggota tim mengenai teknik komunikasi efektif dan pengelolaan pesan dapat meningkatkan kualitas penyampaian informasi, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih tepat sasaran dan diterima dengan baik oleh audiens.
2. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, disarankan agar PT Angkasa Pura Aviassi mengeksplorasi lebih banyak platform media, termasuk media digital yang interaktif dan media lokal yang memiliki kedekatan dengan masyarakat. Dan penting juga untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu relevan dan menarik bagi target audiens.
3. Disarankan untuk terus mengadakan pertemuan rutin dengan perwakilan Desa Wisata Kampoeng Lama untuk melakukan pemantauan progres pemanfaatan dana sehingga dapat terwujudnya tujuan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alda, Z., Christna, M., & Hendriyani, T. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) “IKT Peduli” PT Indonesia Kendaraan Terminal dalam Meningkatkan Citra Positif Pe.*
- Andriukaitiene, R., Vveinhardt, J., & Zukauskas, P. (2013). Philosophy and Paradigm of Scientific Research. *Bandas, Cornelia. Web of Science*, 29.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public Dan Ilmu Social Lainnya*. Prenada Media Group.
- Dwinarendra, A., Rahardjo, P., & Bela, P. A. (2020). Strategi Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Taman Buaya Tanjung Paser. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(2), 2483. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i2.8875>
- Fatmawatie, N. (2017). Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Stain Kediri Press*, 125–162.
- Furqon, M. A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Like Dan Analisis Sentimental Masyarakat. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 177. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.1>
- Hariyanto, O. I. B. (2016). Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Cirebon. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 214–222. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/830>
- Herlina, S. (2015). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id
- Kabu, S. R., Rudianto, & Ribut Priadi. (2020). Kompetensi Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Di Kementerian Agama Kabupaten Nias Utara. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 2–22. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4370>
- Mubarak, M. K. (2019). *Pengaruh strategi pemasaran produk koperasi jasa keuangan syariah Insan Sejahtera cabang Cepiring terhadap minat nasabah*. 9–32.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabilla, A., & Hamid, A. (2021a). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal of Social Work and Social Services*, 2(2), 103–111. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/khidmatsosial/article/view/14121/7353>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81–95.
- Rohman, M. T., Yuniarti, N. L., Irma, A., Lating, S., & Aristantia, S. E. (2023). *PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA DALAM PENCAPAIAN GOOD GOVERNANCE (Studi Empiris Pada Desa Pabean Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo)*. 6, 31–42.

- 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>
- SARASWATI1, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Tourism Marketing Communication Strategy in the Covid-19 Pandemic Period). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>
- Sinaga, Ritonga, L. (2022). Implementasi Program Kami Peduli Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Aquafarm Nusantara di Desa Pardamean Ajibata, Kabupaten Toba. *Jurnal Intervensi Sosial (JINS)*, 1(1), 17–26.
- Sinaga, D. S., Siregar, P. N. S., Sinaga, J., Siregar, M., & Pasaribu, M. (2023). Analisis Strategi Pemilihan Narasumber Webinar terhadap Peningkatan Jumlah Member pada PT. Dilo Medan. *Remik*, VII(1), 853–858. <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12155/1423>
- Sudibya, B. (1970). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22–26.
- Sya'im, 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>
- Syahriani, D., & Siwi, M. (2018b). Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 54–74.
- Widiati, I. A. P., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *Kertha Wicaksana*, 16(1), 35–44. <https://doi.org/10.22225/kw.16.1.2022.35-44>
- Widyarini, I. G. A., & Sunarta, I. N. (2019). Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 217. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i02.p03>
- Yolanda, S. A., & Anshori, A. (2022). Marketing Communication of Jabu Sihol Tourism Village Pematang Siantar through Preserving Batak Culture. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 1(1), 93–100

PS 14/7/2020
Acc Penelitian Lapangan
A.

DRAFT WAWANCARA

Judul : Strategi Komunikasi Csr PT Angkasa Pura Aviase dalam Program Sustainable Tourism di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang

Nama Peneliti : Dinda Yunisha Mansoer

NPM : 2003110230

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ FISIP UMSU

Tempat/Tanggal Wawancara :

A. Identitas Narasumber

Nama :

Usia :

Agama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

B. Pertanyaan untuk Direktur/Penanggung Jawab CSR PT Angkasa Pura Aviase

1. Siapa saja yang terlibat dalam tim komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviase untuk program ini?
2. Apa peran utama dari setiap anggota tim komunikasi dalam menjalankan program Sustainable Tourism?
3. Bagaimana koordinasi antara tim komunikasi CSR dengan pihak Desa Wisata Kampoeng Lama?
4. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviase memastikan bahwa media menyampaikan pesan sesuai dengan tujuan CSR perusahaan?
5. Apa dampak ekonomi yang diharapkan dari program Sustainable Tourism ini bagi masyarakat Desa Wisata Kampoeng Lama?
6. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviase mengukur keberhasilan program ini dari sisi ekonomi?
7. Bagaimana program ini mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di Desa Wisata Kampoeng Lama?
8. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviase mengatasi tantangan sosial yang mungkin muncul selama pelaksanaan program?
9. Apa langkah-langkah yang diambil PT Angkasa Pura Aviase untuk memastikan bahwa program ini ramah lingkungan?

10. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviassi mengukur dampak lingkungan dari program ini?
11. Media apa saja yang digunakan untuk menyampaikan pesan CSR kepada masyarakat di Desa Wisata Kampoeng Lama?
12. Mengapa memilih media-media tersebut? Apakah ada alasan khusus seperti jangkauan atau efektivitas?
13. Bagaimana evaluasi PT Angkasa Pura Aviassi terhadap efektivitas media yang digunakan dalam program ini?
14. Apakah ada media khusus yang ditujukan untuk target audiens tertentu? Jika ya, siapa target audiens tersebut dan media apa yang digunakan?
15. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviassi merumuskan pesan-pesan ini agar sesuai dengan budaya dan nilai-nilai masyarakat Desa Wisata Kampoeng Lama?
16. Apakah pesan-pesan tersebut disampaikan secara langsung atau melalui kegiatan tertentu? Bisa dijelaskan contohnya?
17. Apakah PT Angkasa Pura Aviassi bekerja sama dengan media lokal dalam menyebarkan informasi tentang program ini? Jika ya, media lokal apa saja yang dilibatkan?
18. Bagaimana bentuk kerjasama dengan media-media tersebut? Apakah melalui iklan, liputan khusus, atau bentuk lainnya?
19. Seberapa penting peran media lokal dalam kesuksesan program Sustainable Tourism ini?
20. Apakah ada pelatihan atau bantuan ekonomi yang diberikan kepada masyarakat? Jika ya, bisa dijelaskan lebih detail?
21. Apakah ada program khusus yang ditujukan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata?
22. Apakah ada inisiatif untuk melibatkan kelompok-kelompok sosial tertentu seperti perempuan, pemuda, atau komunitas adat dalam program ini?

C. Pertanyaan untuk Staff Community Development PT. Angkasa Pura Aviassi

1. Bagaimana feedback dari masyarakat terhadap pesan yang disampaikan?
2. Bagaimana program ini berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat setempat?
3. Bagaimana PT Angkasa Pura Aviassi memastikan bahwa program ini ramah lingkungan?
4. Bagaimana program ini membantu melestarikan lingkungan alam di Desa Wisata Kampong Lama?
5. Apakah ada kegiatan edukasi atau kampanye lingkungan yang dilakukan sebagai bagian dari program ini?
6. Bagaimana program ini mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di Desa Wisata Kampong Lama?



Deli Serdang, 26 Juli 2024

Nomor : AVI.10.10/24/07/2024/A.1670

Lampiran : 1 Berkas

Perihal : Konfirmasi Izin Penelitian Skripsi atas nama Dinda Yunisha Mansoer

Kepada Yth.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UMSU

Di-

TEMPAT

1. Menindaklanjuti surat dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 1244/KET/II.3.A.U/UMSU-03/F/2024 tanggal 18 Juli 2024 perihal Mohon diberikan izin penelitian mahasiswa, disampaikan bahwa PT Angkasa Pura Aviasi Bandara Internasional Kualanamu **menyetujui** permohonan tersebut dengan rincian sebagai berikut :

NO	NAMA	NPM	PRODI/ BIDANG
1	Dinda Yunisha Mansore	2003110230	Ilmu Komunikasi

2. Adapun ketentuan dalam melaksanakan Riset/Penelitian di lingkungan PT Angkasa Pura Aviasi Bandara Internasional Kualanamu dengan persyaratan sebagai berikut:
 - a. Wajib patuh terhadap Peraturan Perusahaan yang berlaku;
 - b. Apabila terjadi kecelakaan kerja pada waktu melaksanakan Praktek Kerja/Magang/Riset, PT Angkasa Pura Aviasi tidak bertanggung jawab secara materil, dan merupakan tanggung jawab sekolah/kampus pengirim. Untuk itu, siswa/mahasiswa Praktek Kerja/Magang disarankan agar diasuransikan terlebih dahulu;
 - c. Wajib menyerahkan laporan Kerja Praktik/Magang atau menyerahkan Laporan penelitian/Skripsi sebelum waktu Kerja Praktik/Magang/Riset berakhir;
 - d. PT Angkasa Pura Aviasi tidak memungut biaya apapun selama proses kegiatan Praktek Kerja Kerja/Magang;
 - e. Untuk Informasi lebih lanjut, dapat berkoordinasi dengan Sdri. Friska Okpeni Bangun melalui nomor telepon: 061 88880300 – ext 8449.
3. Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

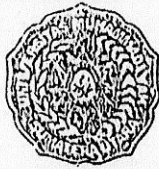
SENIOR MANAGER OF
HUMAN CAPITAL



HARIONO

Tembusan Yth:

1. SENIOR VICE PRESIDENT OF HUMAN CAPITAL & PROCUREMENT - PT. AVI



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/DBAN-PT/AK-KP/PT/12/2021
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20270 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Email: https://iisip.umcu.ac.id | iisip@umcu.ac.id | kumsumedan@umcu.ac.id | umsumedan@umcu.ac.id | uncumedan@umcu.ac.id | umcumedan@umcu.ac.id

Sk-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Medan, 13 Mei 2024

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 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 : Dinda Yunisha Mansoer
 NPM : 2003110230
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 148 SKS, IP Kumulatif 3,59

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Peretujuan
1	Peran humas PT Angkasa Pura Aviastri Kualitamu dalam mengkomunikasikan Program Pengembangan masyarakat kepada warga di desa wisata Kampoenng lama	
2	Strategi komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviastri dalam program sustainable tourism di desa wisata Kampoenng lama Deli Serdang	✓ 13 Mei 2024
3	Strategi komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviastri dalam program pengembangan masyarakat deli serdang	✓

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- 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.

168.20.311

Pemohon,

Medan, tanggal 15 Mei 2024

Ketua
 Program Studi Ilmu Komunikasi

(Anshori, S.Sos. M.I, Kom
 NIDN: 012 70 98 901

(Dinda Yunisha Mansoer)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi

(Dr. Anifah Saiful, S.Sos. M.I
 NIDN: 0030017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dituntut, tak ada saat yang lebih baik untuk memulai dan mengahy.

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/IAK.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 📧 umsunedan 📱 [um:sunedan](https://www.instagram.com/umsunedan) 📺 [umsunedan](https://www.youtube.com/umsunedan) 📺 [umsunedan](https://www.youtube.com/umsunedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 783/SK/IL3.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/IL3-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 : **DINDA YUNISHA MANSOER**
N P M : 2003110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI
DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA
KAMPOENG LAMA DELI SERDANG**

Pembimbing : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**

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: 168.20.311 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.

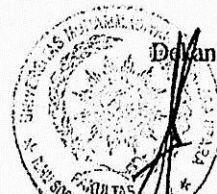
Masa Kadaluarsa tanggal: 15 Mei 2025.

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



Tembusan :

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



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





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

Nomor : 1244/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024
Lampiran : -
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 12 Muharram 1446 H
18 Juli 2024 M

Kepada Yth : Direktur PT. Angkasa Pura Aviassi
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 : **DINDA YUNISHA MANSOER**
N P M : 2003110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akzademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI
DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA
KAMPOENG LAMA DELI SERDANG**

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



Cc : File.

Dekan,

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dua Menengah untuk satu generasi
nomor dan tanggapsya

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/11/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Dasri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://ilmp.umhu.ac.id> ✉ ilmp@umhu.ac.id 📠 umsumedan 📷 umsumedan 📺 umsumedan 📧 umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 5 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 : Dinda Yunisha Mansoer
N P M : 2003110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 783.../SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024, tanggal 5 Juni 2024 dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT ANGKASA PURA AVIASI
DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA
KAMPONG LAMA DELI SERDANG

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 :

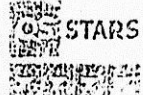
Pembimbing

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.P.)

NIDN: 0030017402

Pemohon,

(DINDA YUNISHA MANSOER)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 1035/UND/II.3.AU/UMSU-03/IF/2024

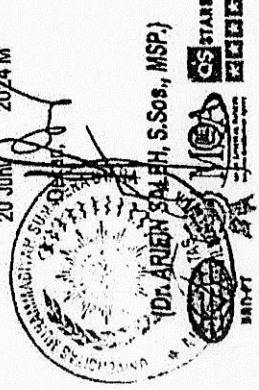
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 21 Juni 2024
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

SK-4



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	NABILA PUTRI	2003110165	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PENERAPAN KOMUNIKASIAN TAR PRIBADI GUNA MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PELANGGAN KEMBAR PONSEL MEDAN
7	SOPHIE ZELVIA HANDIKA	2003110317	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PUSKESMAS BINJAI SERBANGAN DALAM NELAKSANAKAN PROGRAM PROMOSI KESEHATAN KEPADA MASYARAKAT
8	JIFAN ALDILA NASUTION	2003110089	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Hj. RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	KOMUNIKASI TERAPEUTIK DALAM PENDAMPINGAN ANAK KORBAN KEKERASAN SEKSUAL DI RUMAH SEJAHTERA MEDAN
9	YOGA RIZALDY	2003110103	MURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	PENAKNAAN BAHASA NON VERBAL PADA KARAKTER UTAMA DALAM SERIAL ANIME A SILENT VOICE DAN KOMI CANT COMMUNICATE
10	GIRDA YUNISHA MANSOER	20031102301	Dra. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA DELI SERDANG

Medan, 13 Dzulhijah 1445H
20 Juni 2024 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/UBAN-PT/Ak KPI/PT/XI/2022

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Nomor : 1244/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024
Lampiran : -.-
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 12 Muharram 1446 H
18 Juli 2024 M

Kepada Yth : Direktur PT. Angkasa Pura Aviassi
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.


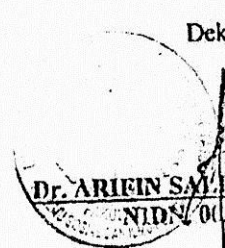
Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **DINDA YUNISHA MANSOER**
N P M : 2003110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akzademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI
DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA
KAMPOENG LAMA DELI SERDANG**

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



Cc : File.

Dekan. 

Dr. ARIEIN SAMPEH, S.Sos., MSP.
NIDN/0030017402





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

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

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

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

IMSU
 Cerdas | Terpercaya
 Bijaksana | Berani | Berprestasi

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Dinda Yunisha Mansoer
 N P M : 2003110230
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR PT Angkasa Pura Aviassi Dalam Program Sustainable Tourism Di Desa Wisata Kampoeng Lama Deli Serdang

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	13 Mei 2024	Pengajaran Judul Skripsi	
2	20 Mei 2024	Perbaiki kategorisasi penelitian	
3	27 Mei 2024	Perbaiki sistemika penulisan	
4	30 Mei 2024	Perbaiki Informan	
5	3 Juni 2024	Penambahan Jurnal dosen Fisip umsu	
6	5 Juni 2024	Acc seminar proposal	
7	7 Agustus 2024	Perbaiki revisi pada pembahasan	
8	8 Agustus 2024	Revisi pada bab penutup	
9	12 Agustus 2024	Revisi pada kategorisasi pembahasan	
10	15 Agustus 2024	perbaiki sistematika penulisan	
11	19 Agustus 2024	Acc sidang Skripsi	
12			
13			

Medan, 19 Agustus 2024



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

Ketua Program Studi,

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

Pembimbing,

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



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	
31	DINDA YUNISHA MANSOER	2003110230	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP. SINAGA, S.Sos., M.A. NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANGKASA PURA AVIASI DALAM PROGRAM SUSTAINABLE TOURISM DI DESA WISATA KAMPOENG LAMA DELI SERDANG
32	RIZKY HAIRUL AMRY PARDEDE	2003110110	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL INSTAGRAM @MEDANTATOSTUDIO DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK TATO KE MASYARAKAT
33	HERA FEBRIANA SITEPU	2003110304	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	PERAN KOMUNITAS SINEAS CLASS DALAM MEMBANGUN KREATIFITAS PERFILMAN DI KOTA MEDAN
34	SAFIRA QUEEN TANIA	2003110184	Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.Si	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA FILM "UNLOCKED" KARYA KIM TAE-JOON DAN "MISSING" KARYA NICHOLAS D. JOHNSON
35	FADILLAH	2003110176	Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.Si	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	REPRESENTASI POLA PERILAKU LANSIA DALAM FILM "EYANG TI" KARYA HERWIN DAN "RUMAH MASA DEPAN" KARYA DANIAL

Notulis Sidang:

1.

Notulis Sidang:

1.



Ketua,

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

Panitia Ujian

Sekretaris

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

Medan, 22 Shafar 1446 H
27 Agustus 2024 M

