

**PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM
CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV**

SKRIPSI

Oleh :

M RIZKI ANANDA
NPM : 1503110132

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

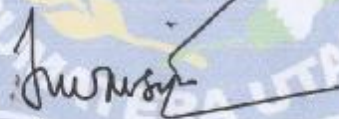
بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

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

Nama Lengkap : **M RIZKI ANANDA**
NPM : 1503110132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV**

Medan, 12 Oktober 2019

Dosen Pembimbing



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom

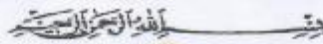
Dekan,



Unggul | Terpercaya

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN



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

Nama Lengkap : **M RIZKI ANANDA**
NPM : 1503110132
Pada hari, tanggal : Jumat, 04 Oktober 2019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.LKom** (.....)

PENGUJI II : **Dr. LEYLIA KHAIIRANI, M.Si** (.....)

PENGUJI III : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.A.P** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua


Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., M.Si



Sekretaris


Dr. ZULFAHMI, M.LKom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya M RIZKI ANANDA, NPM 1503110132

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 hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam 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, Oktober 2019

Yang menyatakan,



M Rizki Ananda

**PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT.
PERKEBUNAN NUSANTARA IV**

M RIZKI ANANDA
1503110132

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV ini dilakukan untuk menjawab bagaimana persepsi masyarakat mengenai program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV oleh perusahaan sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang RI No 40. Tahun 2007. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian adalah masyarakat Perbaungan, Kelurahan Batang Terap. Penelitian dilakukan selama kurang lebih 3 bulan terhitung dari bulan Juni 2019 hingga bulan September 2019. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang masyarakat yang menyalurkan persepsinya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data (*data reduction*), paparan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*). Hasil dari penelitian ini adalah tentang persepsi masyarakat mengenai program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV sudah cukup baik dari adanya program buruh harian lepas, sarana masjid dan pemerataan akses jalan, hal ini membuat masyarakat mendukung program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV, sehingga masyarakat berharap agar bantuan program CSR yang diberikan kedepannya agar segera lebih cepat diturunkan.

Kata kunci : Persepsi, *Corporate Social Responsibility*, Perkebunan, Komunikasi Organisasi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assallamu'alaikumwr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam juga penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis memilih judul skripsi: **Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV.**

Penelitian ini merupakan penelitian yang belum sempurna dan masih terdapat kekurangan. Peneliti menyadari keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam mengerjakan penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda **Salman Putra Bangun** dan ibunda **Asma** yang telah memberikan kasih dan sayang serta doa dan dukungan terbaiknya kepada penulis, tidak lupa pula kepada adik – adik saya yang sangat saya sayangi **Suci Anggeraini**, dan **M Aqil Chairi Bangun** yang selalu memberikan dukugan kepada penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.M.I.Kom Ketua Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos,M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M.AP selaku pembimbing saya yang membimbing saya selama pengerjaan skripsi.
8. Seluruh dosen-dosen dan staf pegawai di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, terutama Mulki, Ali Nafiza Tussalam, Tengku Herly Sapta, Ichwanul Hidayat, Rahmad Hidayat, Vinkan Dwi Agustin, Rio Prananta Pinem, M Reza, Wiri Ariana, dan Shafrian Arizi,

10. Buat teman terbaikku Mulki, Rio Prananta Pinem, Rahmad Hidayat, Ichwanul Hidayat, Ilham Maulana, M Arief Ilham, Tanta Bina Barus, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian serta memberikan semangat dan kasih sayangnya selama ini kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, kritik dan saran yang bersifat membangun dari segenap pembaca akan penulis terima dengan sepenuh hati. Dengan dukungan dan bantuan yang telah penulis dapatkan semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat balasan yang baik pula dari Allah S.W.T Amin YaRabbal'alamiin. Akhir kata. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Medan, Oktober 2019

Penulis

M Rizki Ananda
1503110132

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Secara Teoritis.....	4
1.5.2 Secara Akademis.....	4
1.5.3 Secara Praktis.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Komunikasi	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi	6
2.1.2 Model Komunikasi.....	8
2.1.3 Komponen Dasar Komunikasi	14
2.1.4 Prinsip Komunikasi.....	16
2.1.5 Dimensi Komunikasi.....	19

2.2 Persepsi	20
2.2.1 Pengertian Persepsi	20
2.3 Perspektif.....	22
2.3.1 Pengertian Perspektif	22
2.4 Masyarakat	24
2.4.1 Pengertian Masyarakat.....	24
2.4.2 Klasifikasi Masyarakat.....	25
2.4.3 Masyarakat Khas	27
2.5 Program.....	29
2.5.1. Pengertian Program.....	29
2.6 <i>Corporate Social Responsibility</i>	30
2.7 Komunikasi Lingkungan.....	35
2.8 Komunikasi Pembangunan.....	35
2.9 Perkebunan.....	37
2.9.1 Keberadaan Perkebunan.....	37
2.9.2 Peran Perkebunan.....	39
2.9.3 Visi Misi Perkebunan Nusantara IV	40
2.9.4 Holding Perkebunan Nusantara	41
2.10 Komunikasi Organisasi	43
2.10.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	43
2.10.2 Teori Komunikasi Organisasi	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49

3.2 Kerangka Konsep	49
3.3 Definisi Konsep.....	50
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	51
3.5 Informan/Narasumber	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.1 Wawancara.....	52
3.6.2 Dokumentasi	52
3.6.3 Observasi.....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Persepsi Mengenai Program CSR	58
4.2 Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat penginderaan.

Carroll menyebutkan bahwa perusahaan CSR harus berusaha untuk mendapat keuntungan, mematuhi hukum, bertindak etis, dan menjadi warga perusahaan yang baik. Menurut Kotler dan Lee, *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kebijaksanaan di dalam praktek bisnis dan pengkontribusi sumber daya perusahaan. *World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi bersamaan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja beserta seluruh keluarganya serta komunitas setempat ataupun masyarakat luas. Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan komitmen sosial dari perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan atas masyarakat dan juga kelestarian lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan di dalam praktik bisnis perusahaan.

UU RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat 2c disebutkan bahwa laporan tahunan perusahaan harus memuat laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tidak hanya pasal 66 saja, pada pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Terdapat pula UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang di salah satu pasalnya, yaitu pada pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan TJSL. Di dalam penjelasan pasal tersebut, dijelaskan bahwa TJSL adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. TJSL ini juga diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang mengatakan bahwa TJSL dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Sedangkan di dalam UU No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Guthrie dan Parker mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

PT Perkebunan Nusantara IV Medan merupakan Badan Usaha Milik Negara bidang perkebunan yang berkedudukan di Medan, Provinsi Sumatera Utara. PT.

Perkebunan Nusantara IV Medan memproduksi tanaman kelapa sawit dan teh. Pada umumnya perusahaan-perusahaan perkebunan di Sumatera Utara memiliki sejarah panjang sejak zaman Belanda. Pada awalnya keberadaan perkebunan ini merupakan milik Maskapai Belanda yang di nasionalisasi pada tahun 1959, dan selanjutnya berdasarkan kebijakan pemerintah telah mengalami beberapa kali perubahan organisasi sebelum menjadi PT Perkebunan Nusantara IV Medan.

Secara kronologis riwayat PT. Perkebunan Nusantara IV Medan, dapat disajikan sebagai berikut :

1. Tahun 1959, Tahap Nasionalisasi
2. Tahun 1967, Tahap Regrouping
3. Tahun 1968, Tahap Perubahan
4. Tahun 1971, Tahap Perubahan menjadi Perusahaan Perseroan
5. Tahun 1996, Tahap Peleburan menjadi PTPN

PT Perkebunan Nusantara IV merupakan hasil peleburan dari tiga perusahaan perseroan PT Perkebunan Nusantara VI, PT Perkebunan Nusantara VII, dan PT Perkebunan Nusantara VIII.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV”.

1.2. Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya mengambil lokasi penelitian di Desa Batang Terap Kecamatan Perbaungan.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana ”Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV”.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV.

1.5.1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti. Selain itu proses penelitian dapat dijadikan sebagai proses latihan peneliti untuk dapat berfikir logis dan sistematis.

1.5.2. Secara Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi perpustakaan bagi mahasiswa yang juga akan melakukan penelitian terhadap program csr di dalam perusahaan

1.5.3. Secara Praktis

Hasil Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang pengertian komunikasi, model komunikasi, komponen dasar komunikasi, prinsip komunikasi, dimensi komunikasi, persepsi, perspektif, masyarakat, program, *corporate social responsibility*, komunikasi lingkungan, komunikasi pembangunan, perkebunan, komunikasi organisasi.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan hasil dan penelitian

BAB V : Penutup

Simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Berbagai macam definisi komunikasi yang dikemukakan orang untuk memberikan batasan terhadap apa yang dimaksud dengan komunikasi, sesuai dari sudut mana mereka memandangnya. Tentu saja masing-masing definisi tersebut ada benarnya dan tidak salah karena disesuaikan dengan bidang dan tujuan mereka masing-masing. Berikut ini disajikan beberapa dari definisi tersebut untuk melihat keanekaragamannya yang berguna untuk menarik pengertian yang umum dari komunikasi.

1. Definisi Hovland, Janis dan Kelley

Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, *“communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of the other individuals”*. Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Pada defenisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.

2. Defenisi Forsdale

Menurut Louis Forsdale (1981), ahli komunikasi dan pendidikan, “*communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak dapat memahami maksudnya.

3. Defenisi Brent D. Ruben

Brent D. Ruben (1988) memberikan defenisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut: Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan,

mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.

Pada defenisi inipun komunikasi juga dikatakan sebagai suatu proses yaitu suatu aktivitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan. Misalnya kalau kita ingin berpidato di depan umum sebelum berpidato tersebut kita telah melakukan serentetan sub-aktivitas seperti membuat perencanaan, menentukan tema pidato, mengumpulkan bahan, melatih diri di rumah, baru kemudian tampil berpidato di depan umum.

4. Defenisi William J.Seller

Seiler (1988) memberikan defenisi komunikasi yang lebih bersifat universal. Dia mengatakan komunikasi adalah proses dengan mana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti.

Kelihatannya dari defenisi ini proses komunikasi sangat sederhana, yaitu mengirim dan menerima pesan tetapi sesungguhnya komunikasi adalah suatu fenomena yang kompleks yang sulit dipahami tanpa mengetahui prinsip dan komponen yang penting dari komunikasi tersebut.

(Muhammad, 2014:1-5)

2.1.2. Model Komunikasi

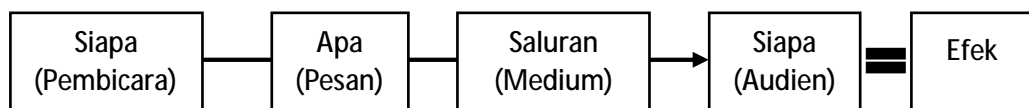
Yang dimaksudkan dengan model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen dengan komponen yang lainnya. Penyajian model dalam bagian ini dimaksudkan untuk mempermudah memahami suatu proses

komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi, antara lain :

1. Model Laswell

Salah satu model komunikasi yang tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell (Forsdale 1981), seorang ahli ilmu politik dari Yale University. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu di tanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which medium* atau dalam media apa, *to whom* atau kepada siapa, dan dengan *what effect* atau apa efeknya. Gambar dari model Lasswell tersebut adalah seperti terdapat pada gambar 1.

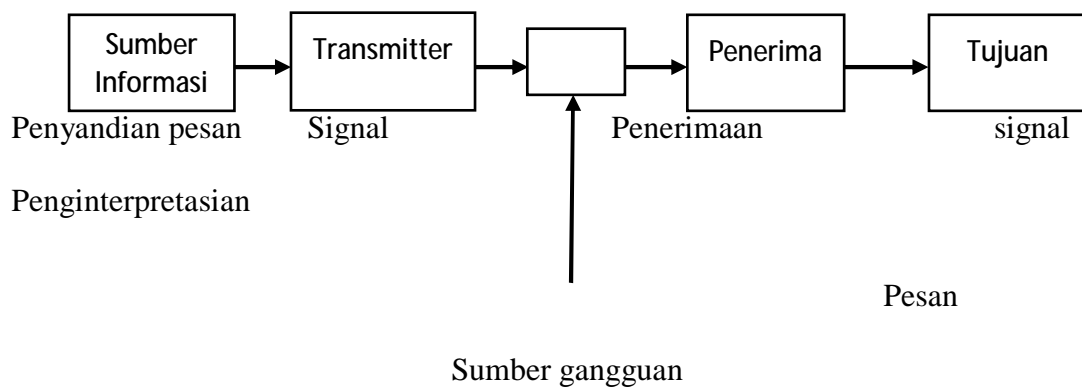
Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Laswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.



GAMBAR 1. Model Komunikasi Lasswell (Ruben, 1988).

2. Model Shannon

Model komunikasi lain yang banyak digunakan adalah model komunikasi dari Claude Shannon atau lebih terkenal dengan model Shannon Wever. Model ini berbeda dengan model Laswell mengenai istilah yang digunakan bagi masing-masing komponen seperti dapat dilihat pada gambar.



GAMBAR 2. Model Komunikasi Shannon dan Wever (Forsdale,1981).

a) Sumber Informasi (*Information Source*)

Dalam komunikasi manusia yang menjadi sumber informasi adalah otak. Pada otak ini terdapat kemungkinan message/pesan yang tidak terbatas jumlahnya. Tugas utama dari otak adalah menghasilkan suatu pesan atau suatu set kecil pesan dari berjuta-juta pesan yang ada. Seringkali dalam kehidupan sehari-hari pesan itu merupakan tugas yang sederhana bagi otak seperti bila berjumpa dengan teman mengucapkan selamat pagi, selamat sore, mau ke mana dan sebagainya. Lebih memikirkan dan mempertimbangkan pesan yang akan dikirimkan seperti menerangkan sesuatu pemecahan masalah

kepada orang lain. Dalam setiap kejadian, otak harus memilih pesan yang tepat atau cocok dengan situasi. Proses pemilihan ini seringkali merupakan perbuatan yang tidak disadari manusia.

b) *Transmitter*

Langkah kedua dari model Shannon adalah memilih *transmitter*. Pemilihan *transmitter* ini tergantung pada jenis komunikasi yang digunakan. Kita dapat membedakan dua macam komunikasi yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi menggunakan mesin.

Pada komunikasi tatap muka yang menjadi transmitternya adalah alat-alat pembentukan suara dan dihubungkan dengan otot-otot serta organ tubuh lainnya yang terlibat dalam penggunaan bahasa nonverbal. Sedangkan pada komunikasi yang menggunakan mesin-mesin alat-alat komunikasi yang berfungsi sebagai transmitter adalah alat itu sendiri seperti, telepon, radio, televisi, foto dan film.

c) Penyandian (*Encoding*) Pesan

Penyandian (*encoding*) pesan diperlukan untuk mengubah ide dalam otak ke dalam suatu sandi yang cocok dengan *transmitter*. Dalam komunikasi tatap muka signal yang cocok dengan otot-otot tubuh dan indera adalah anggukan kepala, sentuhan dan kontak mata.

Pada komunikasi yang menggunakan mesin, di mana alat-alat yang digunakan sebagai perluasan dari indera, penyandian pesan juga berasal dari tubuh tetapi diperluas melalui jarak jauh dengan *transmitter*. Misalnya radio adalah perluasan dari suara manusia,

televise perluasan dari mata dan begitu juga dengan alat komunikasi lainnya.

d) Penerima dan *Decoding*

Istilah Shannon mengenai penerima dan *decoding* atau penginterpretasian pesan seperti berlawanan dengan istilah penyandian pesan. Pada komunikasi tatap muka kemungkinan transmitter menyandikan pesan dengan menggunakan alat-alat suara dan otot-otot tubuh. Penerima dalam hal ini adalah alat-alat tubuh yang sederhana yang sanggup mengamati signal. Misalnya telinga menerima dan menguraikan sandi pembicaraan, mata menerima dan menguraikan sandi gerakan badan dan kepala, kilatan mata dan signal lainnya yang dapat dilihat mata. Jelaslah jika seorang individu pada komunikasi tatap muka kekurangan satu atau lebih organ tubuh maka penerimaan pesan akan menjadi macet.

e) Tujuan (*Destination*)

Komponen terakhir dari Shannon adalah destination (tujuan) yang dimaksud oleh si komunikator. *Destination* ini adalah otak manusia yang menerima pesan yang berisi bermacam-macam hal, ingatan atau pemikiran mengenai kemungkinan dari arti pesan. Penerima pesan telah menerima signal mungkin melalui pendengaran, penglihatan, penciuman dan sebagainya kemudian signal itu diuraikan dan diinterpretasikan dalam otak.

f) Sumber Gangguan (*Noise*)

Dalam model komunikasi Shannon ini terlihat adanya faktor sumber gangguan pada waktu memindahkan signal dari transmitter kepada si penerima. Misalnya pada waktu anda berbicara dengan teman di jalan kedengaran suara mobil lewat anak-anak berteriak yang semuanya itu mengganggu pembicaraan anda sesaat dan gangguan itu dinamakan *noise*.

Gangguan ini selalu ada dalam tiap-tiap komunikasi. Oleh sebab itu kita harus siap menetralkan gangguan dan tidak terkejut dengan kehadirannya. Untuk menetralkan gangguan ini Shannon mengemukakan empat cara seperti berikut:

1. Menambah kekuatan (*power*) dari signal. Misalnya kalau kita berbicara dengan seseorang di jalan yang suasananya hiruk pikuk, kita perlu memperkeras suara kita dalam berbicara supaya tidak ditelan suara hiruk pikuk dan agar dapat didengar oleh lawan kita berbicara.
2. Mengarahkan signal dengan persis. Seperti halnya dalam pembicaraan di atas, taktik lain yang bisa dipakai untuk mengatasi gangguan adalah berbicara dekat sekali dengan lawan berbicara sehingga suara kita itu dapat menetralkan gangguan suara lain. Begitu juga halnya kalau komunikasinya melalui radio, maka bunyi radio itu diatur sedemikian rupa dan diarahkan langsung kepada pendengarnya.

3. Menggunakan signal lain. Sebagai tambahan terhadap dasar pertama, dapat digunakan taktik lain untuk menetralsir gangguan yaitu dengan gerakan kepala, gerakan badan, sentuhan dan sebagainya.
4. Redudansi. Redudansi dalam situasi yang normal kurang baik digunakan. Tetapi dalam suasana yang banyak gangguan misalnya dalam suasana hiruk pikuk pengulangan kata-kata kunci dalam pembicaraan perlu dilakukan untuk membantu memperjelas pesan yang disampaikan. Begitu juga halnya dengan komunikasi yang menggunakan radio misalnya maka pernyataan perlu diulang. (Muhammad, 2014: 5-9).

2.1.3 Komponen Dasar Komunikasi

Dari bermacam-macam model komunikasi yang telah dikemukakan diatas kelihatan bahwa ada bermacam-macam komponen atau elemen dalam proses komunikasi. Kadang-kadang untuk komponen yang sama digunakan istilah yang berbeda seperti halnya ada yang menggunakan istilah informasi dan pesan untuk menyatakan komponen pesan yang dikirimkan dan begitu juga ada yang memakai istilah *sender* dan *source* untuk menyatakan orang yang mengirimkan pesan. Dengan demikian, komponen dasar komunikasi ada lima yaitu: pengirim pesan, pesan, saluran, penerima pesan dan balikan. Masing-masing komponen tersebut akan dijelaskan kembali secara ringkas:

1. Pengirim Pesan

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan/*encode* arti tersebut ke dalam satu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

2. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat digunakan tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

3. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan penerima. *Channel* yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Misalnya bila dua orang berbicara tatap muka gelombang suara dan cahaya di udara berfungsi sebagai saluran.

4. Penerima Pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Balikan

Balikan adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Seringkali respons yang diberikan tidak seperti yang diharapkan oleh si pengirim karena si penerima pesan kurang tepat dalam menginterpretasikan pesan, Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor dalam diri si penerima yang mempengaruhi dalam pemberian arti pesan. (Muhammad, 2014: 17-19)

2.1.4 Prinsip Komunikasi

Untuk dapat memahami hakikat suatu komunikasi perlu diketahui prinsip dari komunikasi tersebut. Menurut Seiler (1988), ada empat prinsip dasar dari komunikasi yaitu: suatu proses, suatu sistemik, interaksi dan transaksi, dimaksudkan atau tidak dimaksudkan. Masing-masing prinsip komunikasi ini dapat dijelaskan berikut ini.

1. Komunikasi adalah Suatu Proses

Komunikasi adalah suatu proses karena merupakan suatu seri kegiatan yang terus-menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu berubah-ubah. Komunikasi juga bukanlah suatu barang yang dapat ditangkap dengan tangan untuk diteliti. Komunikasi menurut Seiler (1988) lebih merupakan cuaca yang terjadi dari bermacam-macam variable yang kompleks dan terus berubah. Kadang-kadang cuaca hangat, matahari bersinar, pada waktu yang lain cuaca dingin, berawan dan lembap. Keadaan cuaca merefleksikan satu variasi saling berhubungan yang kompleks yang tidak pernah ada duplikatnya.

Komunikasi juga melibatkan suatu variasi saling berhubungan yang kompleks yang tidak pernah ada duplikat dalam cara yang persis sama yaitu: saling hubungan di antara orang, lingkungan, keterampilan, sikap, status, pengalaman, dan perasaan, semuanya menentukan komunikasi yang terjadi pada suatu waktu tertentu. Misalnya: cobalah anda ingat hubungan yang terjadi dengan seseorang akhir-akhir ini. Bagaimana terjadi hubungan itu? Apakah secara kebetulan atau sengaja dipertemukan oleh teman atau anda sendiri yang merencanakannya. Tidak ada dua hubungan yang terjadi dalam cara yang persis sama atau tidak ada komunikasi yang terjadi pengantara terjadi dalam cara yang persis sama atau tidak ada komunikasi yang terjadi pengantara terjadinya hubungan itu yang persis sama. Beberapa hubungan hangat dan adakalanya dingin sama halnya dengan cuaca.

2. Komunikasi adalah Sistem

Seperti telah dikatakan pada bagian C bahwa komunikasi terdiri dari beberapa komponen dan masing-masing komponen tersebut mempunyai tugasnya masing-masing. Tugas dari masing komponen itu berhubungan satu sama lain untuk menghasilkan suatu komunikasi. Misalnya pengirim mempunyai peranan untuk menentukan apa informasi atau apa arti yang akan dikomunikasikan. Setelah tahu apa arti atau informasi yang akan dikirimkan, informasi tersebut perlu diubah ke dalam kode-kode atau sandi-sandi tertentu sesuai dengan aturannya sehingga berupa suatu pesan.

3. Komunikasi Bersifat Interaksi dan Transaksi

Yang dimaksud dengan istilah interaksi adalah saling bertukar komunikasi. Misalnya seseorang berbicara kepada temannya mengenai sesuatu, kemudian temannya yang mendengar memberikan reaksi atau komentar terhadap apa yang dibicarakan itu. Begitu juga selanjutnya berlangsung secara teratur ibarat orang yang bermain melempar bola. Seorang melemparkan yang lainnya menangkap kemudian yang menangkap melemparkan kembali kepada si pelempar pertama.

4. Komunikasi Dapat Terjadi Disengaja Maupun Tidak Disengaja

Komunikasi yang disengaja terjadi apabila pesan yang mempunyai maksud tertentu dikirimkan kepada si penerima yang dimaksudkan. Misalnya seorang pimpinan bermaksud mengadakan rapat dengan kepala-kepala bagiannya. Apabila pimpinan tersebut mengirimkan pesan yang

berisi undangan rapat kepada kepala-kepala bagiannya, maka itu dinamakan komunikasi yang sengaja. Tetapi bila pesan yang tidak sengaja dikirimkan atau tidak dimaksudkan untuk orang tertentu untuk menerimanya maka itu dinamakan komunikasi tidak disengaja. Misalnya seorang memakai warna pakaian yang agak terang yang tidak mempunyai maksud untuk mengirim pesan tertentu, kadang-kadang diterima secara tidak sengaja sebagai pesan oleh orang lain, karena tanpa disadari orang lain juga melihat warna pakaian yang dipakainya. (Muhammad, 2014:19-21)

2.1.5 Dimensi Komunikasi

1. Komunikasi sebagai proses, adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti ada titik awal di mana suatu kegiatan dimulai dan bergerak di titik akhir yang menjadi tujuan yang ingin dicapai.
2. Komunikasi sebagai simbolik, artinya pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima dinyatakan dalam bentuk verbal yang tertulis atau lisan, dan juga dalam bentuk tanda-tanda atau isyarat non-verbal.
3. Komunikasi sebagai interaksional, artinya komunikasi antarmanusia tidak terjadi tanpa melibatkan orang lain
4. Komunikasi sebagai aktivitas sosial, sudah menjadi sifat manusia yakni selalu berusaha untuk berhubungan dengan sesamanya. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan ketersaingan mereka, juga

keinginan untuk mengetahui apa yang terjadi di luar dirinya (*communication is human*).

5. Komunikasi sebagai sistem, sistem sering kali didefinisikan sebagai suatu aktivitas di mana semua komponen atau unsur yang mendukungnya saling berinteraksi satu sama lain dalam menghasilkan saluran.
6. Komunikasi sebagai multi-dimensional, artinya semua elemen yang membangunnya saling pengaruh mempengaruhi satu sama lain. Artinya komunikator tidak hanya memengaruhi pesan tapi juga bisa memengaruhi media dan penerima. (Cangara, 2014:38-39)

2.2.Persepsi

2.2.1 Pengertian Persepsi

Sarlito W. Sarwono berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan.

Di dalam persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi.

Proses interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu yang lain, sehingga memunculkan apa yang dinamakan persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian terhadap sikap. Perilaku dan tindakan seseorang di dalam kehidupan bermasyarakat.

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Sarlito faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

- a. Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsang yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus perhatian antara satu dengan orang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- b. Kesiapan mental seseorang terhadap rangsangan yang akan timbul.
- c. Kebutuhan merupakan kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan persepsi bagi tiap individu.
- d. Sistem nilai, suatu yang berlaku dalam masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi.
- e. Tipe kepribadian, yaitu dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya

persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.

Menurut Robbin mengemukakan bahwa beberapa faktor utama yang memberi pengaruh terhadap pembentukan persepsi sosial seseorang dan faktor-faktor itu adalah faktor penerima (*the perceiver*), situasi (*the situation*), dan objek sasaran (*the target*).

2. Teori Persepsi Masyarakat

a. Teori Atribusi

Teori atribusi yang sering dikenal adalah teori atribusi Kelly. Dasar teori atribusi adalah suatu proses mempersepsikan sifat-sifat dalam menghadapi situasi-situasi di lingkungan sekitar. Teori atribusi merupakan bidang psikologi yang mengkaji tentang kapan dan bagaimana orang akan mengajukan pertanyaan “mengapa” atau prinsip menentukan bagaimana atribusi kausal dibuat dan apa efeknya. Atribusi kausal pada intinya yaitu menjelaskan antara sebab akibat terhadap dua peristiwa.

2.3. Perspektif

2.3.1. Pengertian Perspektif

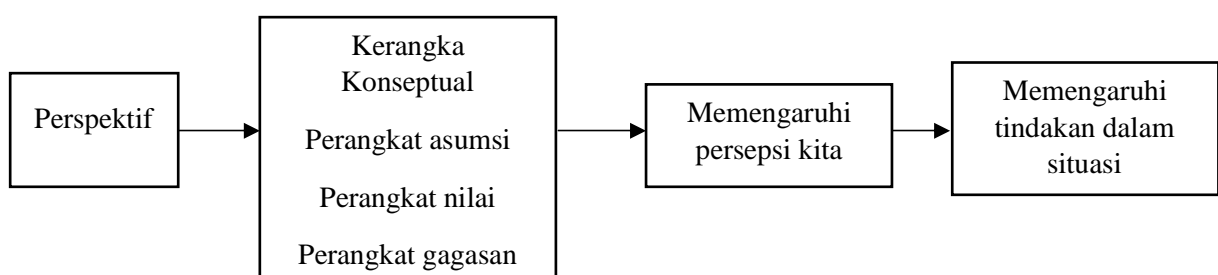
Becker mendefenisikan perspektif sebagai “seperangkat gagasan yang melukiskan karakter situasi yang memungkinkan pengambilan tindakan”; “suatu spesifikasi jenis-jenis tindakan yang secara layak dan masuk akal dilakukan orang”; “standar nilai yang memungkinkan orang

dapat dinilai”. Sedangkan Wimmer & Dominick menyebut pendekatan dengan paradigma yaitu seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang di yakini tentang bagaimana penelitian melihat dunia. Perspektif tercipta berdasarkan komunikasi antara anggota suatu kelompok selama seseorang menjadi bagian kelompok tersebut. Jadi, orang akan mempunyai perspektif tertentu jika dia hidup dalam kelompok dan berinteraksi dengan orang lain.

Istilah lain dari perspektif adalah pendekatan. Ada dua sifat perspektif atau pendekatan, yaitu bersifat membatasi pandangan kita dan selektif. Artinya, perilaku orang ditentukan oleh perspektifnya tentang realitas. Berdasarkan perspektif itu, dia memperhatikan, menginterpretasi, dan memahami stimuli dari realitas yang ditemui serta mengabaikan stimuli lainnya, lalu berperilaku berdasarkan pemahamannya lewat perspektif itu. Jadi, realitas yang kita tangkap dan tafsirkan bukanlah realitas yang utuh, melainkan realitas yang telah kita pilih beberapa aspek tertentu saja yang kita anggap menarik dan penting. Perspektif merupakan dasar bagi persepsi karena itu sangat memengaruhi persepsi kita akan realitas. Persepsi diartikan sebagai proses memberikan makna pada objek atau realitas. (Kriyantono, 2006:48)

Gambar 3.

Hubungan Perspektif dengan Persepsi



2.4. Masyarakat

2.4.1. Pengertian Masyarakat

Para ilmuwan di bidang sosial sepakat tidak ada definisi tunggal tentang masyarakat dikarenakan sifat manusia selalu berubah dari waktu ke waktu. Pada akhirnya, pada ilmuwan tersebut memberikan definisi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Berikut ini beberapa definisi masyarakat menurut pakar sosiologi :

1. Selo Soemardjan mengartikan masyarakat sebagai orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan.
2. Max Weber mengartikan masyarakat sebagai struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan dan nilai nilai yang dominan pada warganya.

Emile Durkheim mendefinisikan masyarakat sebagai kenyataan objektif individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Kehidupan sebuah masyarakat merupakan sebuah sistem sosial di mana bagian-bagian yang ada di dalamnya saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya dan menjadikan bagian-bagian tersebut menjadi suatu kesatuan yang terpadu. Manusia akan bertemu dengan manusia lainnya dalam sebuah masyarakat dengan peran yang berbeda-beda, sebagai contoh ketika seseorang melakukan perjalanan wisata, pasti kita akan bertemu dengan sebuah sistem wisata antara lain biro wisata, pengelola wisata, pendamping perjalanan wisata, rumah makan, penginapan dan lain-lain.

Adapun Soerjono Soekanto mengemukakan bahwa ciri-ciri kehidupan masyarakat adalah:

1. Manusia yang hidup bersama-sama sekurang-kurangnya terdiri dari dua orang individu.
2. Bercampur atau bergaul dalam waktu yang cukup lama.
3. Menyadari kehidupan mereka merupakan satu kesatuan.

Merupakan sistem bersama yang menimbulkan kebudayaan sebagai akibat dari perasaan saling terkait antara satu dengan lainnya.

2.4.2 Klasifikasi Masyarakat

Ada sedikit masalah dalam mengidentifikasi masyarakat yaitu dengan siapa kita tidak boleh berkomunikasi. Pengetahuan yang minim mengenai hal tersebut dapat berbahaya. Karena bisa menggiring ke arah perumusan peran yang keliru atau menyeleksi saluran komunikasi tidak sebagaimana mestinya. Informasi untuk masyarakat tidak boleh ditumpuk untuk diri sendiri. Sebab, hal itu akan mencerminkan data-data mengenai pekerjaan yang dapat digunakan sebagai dasar tindakan lebih lanjut.

Informasi kepada masyarakat hendaknya harus *up-to-date*. Profil masyarakat bukanlah sesuatu yang dapat diisi berbulan-bulan, tanpa tinjauan berkala. Hal ini berlaku untuk informasi mengenai orang, terutama tokoh-tokoh kunci dalam masyarakat tertentu. Dalam beberapa kasus, tokoh utama mungkin sangat “umum”. Ini benar untuk para pemimpin dari kelompok-kelompok tertentu.

Memahami sarana-sarana kelompok, mungkin menuntut pengetahuan tentang latar belakang, kepentingan dan dorongan-dorongan kepribadian tokoh-tokohnya. Dan, setiap orang senantiasa berusaha memperoleh informasi yang *up-to-date*, tetapi kepala-kepala kantor harus diberi prioritas utama untuk memperoleh informasi. Namun, yang perlu disadari pengunduran diri tokoh tertentu dapat mengakibatkan perubahan arah penting.

Sikap-sikap kelompok, minat dan apa yang dicoba diraihinya seringkali merupakan kriteria paling efektif untuk menentukan klasifikasi masyarakat. Jika masalah-masalah yang diidentifikasi digunakan sebagai dasar untuk menetapkan batasan-batasan kelompok, maka kita bisa menentukan dengan baik sasaran-sasaran, pesan-pesan dan memilih salinan-salinan.

Karakteristik-karakteristik sikap muncul dalam berbagai bentuk: tantangan pada perubahan dan kecenderungan ke arah stabilitas; kebutuhan akan rangsangan dan kemajuan; ketidaksukaan terhadap automasi atau pembicaraan yang melulu tentang kesenjangannya. Di antara kelompok-kelompok manajer senior, mungkin akan menentukan pembicaraan-pembicaraan mengenai kesukaannya, katakanlah diversifikasi atau beberapa bidang bisnis yang menarik dan mempunyai sejarah penting. (Thomas, 2005 84-86)

2.4.3. Masyarakat Khas

Bagian ini membahas sifat-sifat dari pilihan dan masyarakat-masyarakat yang khas. Pembahasan ini tidaklah berlebihan, karena ia dapat berfungsi untuk melukiskan betapa besar perbedaan yang ada di dalam masyarakat. Dan, kepentingan masing-masing masyarakat sangat bersatu bagaimana organisasi memandang mereka. Kodrat dari masing-masing masyarakat akan bervariasi, seperti organisasi yang satu dengan organisasi lainnya. Misalnya, karyawan-karyawan perusahaan kehakiman akan berbeda dari karyawan-karyawan pabrik baja berat.

1. Karyawan

Sebagai suatu masyarakat, karyawan sangat heterogen dan harus sungguh-sungguh dipikirkan sebagai suatu gabungan dari masyarakat-masyarakat yang terpisah.

2. Karyawan Perusahaan

Tidak ada dua orang staf dari dua organisasi yang sama. Namun, ada kategori-kategori karyawan tertentu, yang mungkin ditemukan dalam kebanyakan perusahaan. Dan, sifat-sifat mereka mungkin akan membentuk basis pembagian staf dalam masyarakat.

3. Calon Karyawan

Calon karyawan dapat membentuk sejumlah masyarakat yang berbeda. Karyawan perusahaan yang potensial, mungkin membentuk sub-kelompok dari komunitas lokal.

4. Pers, Radio dan Televisi

Pers dapat dibagi dalam berbagai bidang; nasional, regional, lokal, komersial, dan profesional. Setiap harian mungkin akan memperkaya para wartawannya dengan berbagai macam minat. Wartawan ekonomi, industry dan kota, misalnya, dapat bekerjasama tetapi mempunyai kebutuhan informasi yang berbeda.

5. Pemimpin-pemimpin Pendapat

Daftar orang-orang yang mempengaruhi pemikiran orang-orang lain yang relevan akan berbagai macam dari masalah ke masalah.

6. Anggota-anggota Parlemen

Dalam program-program khusus, masyarakat yang tergolong sebagai pelopor-pendapat mungkin perlu dibagi dalam sub-sub kelompok.

7. Komunitas Lokal.

Suatu masyarakat, tentu saja, terdiri dari beberapa kelompok seperti keluarga karyawan, teman, anak-anak, pelajar, pedagang, penyuplai dan pelanggan, yang memiliki sasaran-sasaran akhir.

8. Para Pelanggan

Para pelanggan dapat membentuk sejumlah masyarakat. Ada pembeli tunggal, pembeli tetap, dan pembeli industrial.

9. Para Pensuplai

Defenisi masyarakat pensuplai harus mencakup perkiraan organisasi-organisasi besar, kebijakan-kebijakan mereka, kebutuhan dan sikap serta kepentingan organisasi kita sendiri terhadap mereka.

10. Pedagang Perantara

Dalam menaksir pentingnya pedagang perantara sebagai suatu masyarakat, kita perlu mengingat beberapa faktor seperti posisi dalam mata rantai pembayaran dan arus setiap kontrak, juga faktor-faktor yang lebih jelas seperti tingkat perputaran uang. (Thomas, 2005:88-100)

2.5. Program

2.5.1. Pengertian Program

Menurut Arikunto dan Jabar ada dua pengertian untuk istilah “program”. Program dapat diartikan dalam arti khusus dan program dalam arti umum. Pengertian secara umum program adalah sebuah bentuk rencana yang akan dilakukan. “Program” apabila dikaitkan langsung dengan evaluasi program maka program diartikan sebagai unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan sekelompok orang. Lebih lanjut Arikunto mengatakan bahwa ada tiga pengertian penting dan perlu ditekankan dalam menentukan program, yaitu

1. Realisasi atau implementasi suatu kebijakan.
2. Terjadi dalam waktu relatif lama bukan kegiatan tunggal tetapi jamak berkesinambungan.
3. Terjadi dalam organisasi yang melibatkan sekelompok orang. Program diartikan sebagai suatu unit atau kesatuan kegiatan yang dapat disebut

sebagai sistem yang didalamnya terdapat rangkaian kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan.

Menurut Tayibnapiis “program ialah segala sesuatu yang dicoba lakukan seseorang dengan harapan akan mendatangkan hasil atau pengaruh”. Menurut Widoyoko “program diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan saksama dan dalam pelaksanaannya berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang”.

Program dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau aktifitas yang terencana dengan sistematis untuk diimplementasikan dalam kegiatan nyata secara berkelanjutan dalam organisasi serta melibatkan banyak orang di dalamnya.

2.6. *Corporate Social Responsibility*

Program sosial CSR meliputi aktivitas-aktivitas di mana perusahaan berinteraksi dengan komunitas, dan contohnya termasuk partisipasi staf dalam program *school-reading* dan proyek membersihkan kebun atau membuat sambungan amal. Tidak ada yang memungkiri bahwa hal tersebut merupakan proyek penting yang memberikan manfaat bagi komunitas dan juga menawarkan makna dan pemenuhan kebutuhan diri bagi mereka orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dan beberapa bukti menyebutkan bahwa jenis program ini kerap digerakkan oleh Departemen

Sumber Daya Manusia (SDM) karena program semacam itu baik untuk semangat kerja staf.

a. *Environmental Corporate Responsibility*

Sebagian besar program CSR ini mengenai isu-isu lingkungan. Pemerintah Inggris giat menggalakkan CSR, dan menyatakan bahwa “Pemerintah memandang CSR sebagai kontribusi bisnis untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Secara esensial CSR berbicara tentang bagaimana bisnis memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan dampak lingkungan dalam caranya beroperasi”.

Inti pemahaman pemerintah mengenai CSR adalah pembangunan berkelanjutan: *Pembangunan berkelanjutan adalah isu bisnis utama yang dapat meningkatkan baik reputasi perusahaan maupun daya saing mereka.*

b. Tujuan Berkelanjutan

Tujuan pembangunan berkelanjutan adalah memastikan suatu masyarakat yang adil, bertindak ramah terhadap lingkungan, dan meningkatkan kualitas hidup. Jika semua bisnis mengikuti praktik pembangunan berkelanjutan, dapat dikatakan bahwa masyarakat akan memperoleh manfaat dari kesejahteraan yang meningkat dan lingkungan yang bersih dan aman. Pembangunan berkelanjutan juga membantu menanggulangi terjadinya pengucilan sosial dan mengurangi bahaya kesehatan yang disebabkan oleh kemiskinan, perumahan yang buruk, pengangguran dan polusi.

Manfaat bisnis dari mengadopsi program CSR, di antaranya :

1. Reputasi meningkat.
2. Nilai pemegang saham bertambah.
3. Para karyawan termotivasi dan bahagia.

Selain itu, CSR juga dapat dianggap memberikan kontribusi terhadap komunitas bisnis untuk membantu masyarakat memenuhi tantangan lingkungannya. Banyak perusahaan tidak lagi menjalankan praktis bisnis ramah lingkungan hanya untuk alasan 'kosmetik' atau finansial yang menguntungkan, namun mulai lebih menekankan pada kesadaran diri bahwa bisnis ramah lingkungan adalah kebijakan yang benar dan sudah seharusnya dilaksanakan. Namun demikian, komitmen CSR juga sering kali diuji. Apakah program-program semacam itu dipertahankan ataukah ditiadakan oleh perusahaan ketika terjadi kebangkrutan. Jika ditiadakan, maka menunjukkan bahwa bisnis tidak menganggap CSR sebagai inti yang penting, namun hanya sebagai aktivitas tambahan yang dapat ditiadakan ketika situasi menjadi sulit.

c. Apakah CSR Hanyalah PR yang Disamarkan?

Banyak perusahaan menjalankan program CSR mereka melalui PR atau departemen komunikasi mereka, sehingga memungkinkan kritikus CSR untuk berpendapat bahwa jika program yang dijalankan oleh departemen PR, maka program itu dilakukan untuk tujuan dan

maksud utilitarian-yakni, menghadirkan penampilan terbaik perusahaan.

Fauset meyakini bahwa CSR itu:

Membantu memunculkan citra bahwa suatu perusahaan peduli pada lingkungan, untuk menutupi dampak negatif dengan citra positif tentang amanat CSR perusahaan. CSR memungkinkan bisnis mengklaim adanya kemajuan pada saat terdapat bukti tidak adanya perkembangan positif. Karena banyak kasus bisnis untuk CSR bergantung pada perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial, CSR akan lebih baik daripada PR sepanjang lebih mudah dan murah digunakan untuk 'mengalihkan isu' daripada mengubah suatu keadaan yang sudah terlanjur buruk.

Cutlip et al. (2000) yang meyakini bahwa CSR baik untuk PR karena ada banyak hal baik yang dapat mendukung praktis PR yang etis, dan memberikan kesempatan untuk melayani kepentingan publik.

CSR menarik para kritikus dari kedua ujung spectrum politik; ada yang di sisi kiri, yang tidak memercayai semua bisnis khususnya yang dilakukan bisnis besar, dan di sisi kanan yang memercayai bahwa bisnis tidak harus terlibat dalam seluruh aktivitas CSR. Apapun motivasi di baliknya, banyak program CSR yang baik telah bermanfaat bagi masyarakat maupun individu-individu, dan tampaknya terus berlanjut menuju CSR yang lebih.

d. Memberikan CSR

Menurut CIPR, para praktisi PR yang bertanggung jawab untuk program-program CSR seharusnya mampu untuk:

1. Memahami masyarakat.
2. Membangun hubungan.
3. Mempertanyakan bisnis (bisnis mereka sendiri).
4. Menangani hubungan dengan pemangku kepentingan.
5. Berkontribusi untuk menciptakan visi strategis bagi perusahaan mereka.

Jika perusahaan serius menjalankan program CSR-nya dan menjalankan di bawah divisi PR, maka PR akan mampu memberikan masukan strategis bagi perusahaan yang pada dasarnya memang menjadi perannya. Dalam skenario ini, PR akan menyediakan informasi dan umpan balik dari perusahaan terhadap publik eksternal yang terlibat, serta merancang strategi bagaimana pusat menanggapi publik eksternal tersebut. Dengan cara ini, PR dapat bertindak berdasarkan suara hati perusahaan, tidak hanya atas nama mereka, namun dengan pasar kepentingan seluruh komunitas. (Butterick, 2012:96-99)

e. Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan

Ada beberapa manfaat jika perusahaan mengadopsi program *Corporate Social Responsibility*, diantaranya adalah :

1. Meningkatkan citra perusahaan.
2. Memperkuat “brand” perusahaan.
3. Mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan.
4. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya.
5. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan. (G.Floor, 2018:238-239)

2.7. Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan adalah penggunaan pendekatan, prinsip, strategi dan teknik-teknik komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan. Ringkasnya, komunikasi lingkungan adalah pertukaran informasi yang disengaja baik dalam bentuk pengetahuan maupun dalam bentuk kebijakan tentang lingkungan.

Di dalam agenda program lingkungan, komunikasi tidak boleh dipandang sebagai instrumen atau alat untuk mendukung pelaksanaan pengelolaan lingkungan, melainkan ia menjadi bagian integral dari pengelolaan lingkungan itu sendiri. Artinya, tanpa komponen komunikasi maka pengelolaan lingkungan akan menghadapi banyak masalah yang cukup krusial. (G.Floor, 2018:3-4)

2.8. Komunikasi Pembangunan

Penggunaan yang luas istilah *development* sebagai suatu kerangka berpikir yang konseptual atau *conceptual ramework* untuk menyebut perubahan individual, institusional, nasional dan internasional, dan juga menyebut kemajuan atau *progress* merupakan fenomena pasca PD II. Pada

tahun 40-an dan khususnya tahun 50-an dan 60-an, istilah *development* menjadi sinonim dengan pertumbuhan (*growth*), modernisasi, perubahan, demokrasi, produktivitas industrialisasi, dan sejumlah perubahan historis Barat yang mirip.

Beberapa definisi berikut ini kiranya dapat memberikan gambaran umum tentang pembangunan, pembangunan adalah:

1. Perubahan menuju pola-pola masyarakat yang memungkinkan realisasi yang lebih baik dari nilai-nilai kemanusiaan yang memungkinkan suatu masyarakat mempunyai control yang lebih besar terhadap lingkungannya dan terhadap tujuan politiknya, dan yang memungkinkan warganya memperoleh control yang lebih terhadap diri mereka sendiri.
2. Suatu jenis perubahan sosial di mana ide-ide baru diperkenalkan kepada suatu sistem sosial untuk menghasilkan pendapatan perkapita dan tingkat kehidupan yang lebih tinggi melalui metode produksi yang lebih modern dan organisasi sosial yang lebih baik.
3. Suatu proses perubahan sosial dengan partisipatori yang luas dalam suatu masyarakat yang dimaksudkan untuk kemajuan sosial dan material (termasuk bertambah besarnya keadilan, kebebasan dan kualitas lainnya yang dihargai) untuk mayoritas masyarakat melalui control yang lebih besar yang mereka peroleh terhadap lingkungan mereka.

Tujuan umum (*goals*) Pembangunan adalah:

Proyeksi terjauh dari harapan-harapan dan ide-ide manusia, komponen-komponen dari yang terbaik yang mungkin, atau masyarakat ideal terbaik yang dapat dibayangkan.

Tujuan Khusus (*Objective*) Pembangunan adalah:

Tujuan jangka pendek, biasanya yang pilih sebagai tingkat pencapaian sasaran dari suatu program tertentu.

Target Pembangunan adalah:

Tujuan-tujuan yang dirumuskan secara konkret, dipertimbangkan rasional dan dapat direalisasikan sebatas teknologi dan sumber-sumber yang tersedia, yang ditegakkan sebagai aspirasi antara suatu situasi yang ada dengan tujuan akhir pembangunan. (Nasution, 2002:27-29)

2.9. Perkebunan

2.9.1. Keberadaan Perkebunan

Di Indonesia sistem perkebunan berkembang pesat dengan berakhirnya tanaman paksa tahun 1870 walaupun tanaman-tanaman ekspor kopi, lada, tembakau dan gula sudah diusahakan rakyat dalam sistem tanaman paksa (1830-1870), namun sistem liberal mulai 1870 benar-benar membuka lembaran baru sejarah perkebunan Indonesia, satu-satunya hambatan perkembangan sistem perkebunan swasta hanyalah diperlambatnya penghapusan tanaman paksa bagi tanaman-tanaman yang paling menguntungkan pemerintah yaitu gula dan kopi yang masing-

masing baru diharapkan secara bertahap pada tahun 1890 untuk gula dan 1917 untuk kopi.

Tahun 1870 adalah tahun yang sangat penting bagi perkembangan sistem perekonomian di Indonesia, yaitu tahun diumumkannya undang-undang agraria, melalui undang-undang inilah pemilik-pemilik modal Belanda (dan orang-orang Eropa lainnya) dapat menyewa tanah yang luas untuk membuka perkebunan sampai 75 tahun untuk tanah-tanah pemerintah dan 5-20 tahun untuk tanah-tanah rakyat.

Melalui sistem perkebunan swasta besar-besaran ini orang-orang Belanda dan Eropa berdatangan ke Indonesia terutama Jawa kalau tahun 1859 dilaporkan hanya 17.285 orang Eropa di Jawa maka pada tahun 1900 jumlah ini melonjak menjadi 62.277 orang lebih. Jumlah perkebunan meningkat pesat dan arealnya mengambil over perkebunan-perkebunan yang sebelumnya diusahakan oleh negara, kebanyakan tanah-tanah yang sebelumnya diusahakan oleh negara, kebanyakan tanah-tanah perkebunan swasta ini di Jawa dalam bentuk persewaan tanah rakyat (terutama untuk tanaman gula) dan di luar Jawa dalam bentuk tanah-tanah konsesi.

Karena perkebunan di Sumatera, timbulnya perkebunan-perkebunan besar asing yang justru mendorong penduduk (asli) untuk mengusahakan tanaman yang sama di tanah-tanah mereka, khususnya yang mudah ditanami karet, kopi, lada dan lain-lain. Perkembangan inilah yang kelak

menjadi sangat penting sebagai perkebunan rakyat yang dibedakan dari perkebunan swasta maupun perkebunan negara. (Lubis, 2017:3-4)

2.9.2. Peran Perkebunan

Sejarah membuktikan bahwa kehadiran PTP. Nusantara (PTPN) yang pada awalnya merupakan perusahaan Perkebunan milik Belanda yang di Nasionalisasikan adalah Perkebunan yang selain mempergunakan lahan milik bangsa/negara dan di lain pihak hasil produksinya juga diolah adalah untuk kepentingan bangsa dan masyarakat perkebunan dan sekitarnya.

Oleh karenanya berdasarkan hal tersebut para pendiri bangsa dan para pelaku dan pemikir di bidang Perkebunan masa itu sudah berpikir dan berjalan seiring dengan kemandirian ekonomi tidak lari dari makna Pasal 33 UUD 1945 dalam perjalanannya mengolah Perusahaan Perkebunan Milik Negara ini dengan mencetuskan apa yang dinamakan Tri Dharma Perkebunan yaitu :

1. Peningkatan produksi dan pemasaran dari berbagai jenis komoditi perkebunan, baik untuk kepentingan konsumsi dalam negeri maupun peningkatan ekspor non migas guna meningkatkan devisa bagi negara.
2. Peningkatan kesempatan kerja dengan cara memperluas lapangan kerja dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat pada umumnya serta meningkatkan kesejahteraan petani dan karyawan pada khususnya.

3. Memelihara pelestarian sumber daya alam dan lingkungan, air dan kesuburan tanah guna menjamin eksistensi usaha.

Dengan demikian juga di antara PTP saling bersinergi dengan arti bahwa di antara PTP yang kurang sehat dengan peran Menteri Pertanian dan Menteri Keuangan sebagai pemegang saham PTP yang kurang sehat dapat dibantu lewat suntikan dana dari Bank dan bahkan di antara PTPN juga memberikan bantuannya, di samping itu ketika krisis ekonomi peran PTP juga ikut andil untuk memberi sumbangan dari sector Pertanian sub sektor perkebunan bagi penyedia kebutuhan bahan pokok seperti minyak goreng, gula, penyediaan lapangan kerja dan lain-lain. (Lubis, 2017:14-15)

2.9.3. Visi Misi PT. Perkebunan Nusantara IV

Berdasarkan visi PT Perkebunan Nusantara IV (Persero) kalau dilihat tampaknya masih relevan dengan kondisi serta sasaran yang akan dicapai sebagai mana yang tertulis visinya adalah “Menjadikan Perusahaan Agribisnis yang tangguh dan mampu bersaing, baik di sektor hulu dan hilir di tingkat nasional dan regional”.

Adapun sebagai misi dari PT Perkebunan Nusantara IV (Persero) dapat diuraikan berikut ini:

1. Menjalankan usaha Agribisnis perkebunan di bidang perkebunan kelapa sawit (komoditi utama), dan teh serta menghasilkan produk minyak sawit, inti sawit, inti sawit, teh jadi, serta produk turunannya yang berkualitas untuk memberikan kepuasan pelanggan.

2. Meningkatkan daya saing produk secara terus menerus yang didukung oleh sistem, cara kerja, dan lingkungan kerja yang mendorong munculnya kreativitas dan inovasi untuk peningkatan produktivitas dan efisiensi.
3. Menghasilkan laba yang berkesinambungan untuk menjamin pertumbuhan, perkembangan dan kesehatan perusahaan serta memberikan manfaat dan nilai tambah yang optimal bagi pemegang saham, karyawan dan stakeholdernya.
4. Mengelola usaha secara profesional untuk meningkatkan nilai perusahaan dan berpegang teguh pada nilai-nilai etika bisnis dan senantiasa berpedoman pada tata kelola perusahaan secara sehat.
5. Memberikan perhatian dan peran yang sungguh-sungguh dalam membangun kemitraan dan mengembangkan lingkungan, koperasi, usaha kecil dan menengah, serta kelestarian lingkungan hidup. (Lubis, 2017:26-27).

2.9.4. Holding Perkebunan Nusantara

Berita tentang Holding PTPN tampaknya bukan lagi sudah diambang pintu namun menurut kabar PP nya sudah ditanda tangani Presiden SBY pada tanggal 18 September 2014 saat hitung hari berakhirnya masa jabatan Presiden plus cabinet Bersatu jilid dua di bulan nopember 2014 ini, akhirnya wacana *holding company* BUMN Perkebunan yang telah hamper dua dasawarsa itu selesai setelah ditanda tanganinya PP tersebut, dan menunggu aksi dari pengimplementasiannya

di mana dari PTPN I s/d XIV akan berinduk ke PTPN III. (Lubis, 2017:161-162)

Memang bila memandang dari sudut kaca mata dari Kantor Kementrian BUMN bahwa kebijakan *holding company* merupakan bagian dari program Master Plan BUMN mengurangi jumlah perusahaan negara menjadi hanya 25 BUMN di tahun 2025, dari jumlahnya yang sekarang sebesar 140 BUMN, yang artinya organisasi lebih ramping dan lebih efisien, dan kekuatan modalnya akan mendorong tingkat perolehan laba yang lebih besar sesuai harapan Mentri BUMN, Dahlan Iskan dengan penerbitan PP mengenai holding tersebut nantinya akan menjadikan perusahaan perkebunan milik pemerintah mampu berkembang lebih cepat baik secara manajemen maupun lini bisnisnya. (Lubis, 2017:164)

Michael Gillooly mengungkapkan bahwa saat ini perusahaan-perusahaan berskala besar tidak lagi dijalankan melalui bentuk perusahaan tunggal, tetapi menggunakan konstruksi perusahaan grup (*holding company*), sementara itu Eddy mengemukakan bahwa *holding company* tidak lagi menjadi monopoli perusahaan besar saja, tetapi juga dipergunakan dengan perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran dan kompleksitas konstruksi *holding company* tidak dapat menjadi penanda keberadaan *holding company* itu sendiri.

Dalam dunia bisnis, kehadiran *holding company* merupakan sesuatu yang lumrah, mengingat banyak perusahaan yang telah melakukan kegiatan bisnis yang sudah sedemikian besar dengan berbagai garapan

kegiatan, sehingga perusahaan itu perlu dipecah-pecah menurut penggolongan bisnisnya. Namun dalam pelaksanaan kegiatan bisnis yang dipecah-pecah tersebut, masing-masing akan menjadi perseroan terbatas yang mandiri masih dalam kepemilikan yang sama dengan pengontrolan yang masih tersentralisasi dalam batas-batas tertentu, artinya walaupun perusahaan tersebut telah-pecah dan menjadi perseroan terbatas sendiri, tidak otomatis terpisah mutlak dari perusahaan holding. Dengan demikian pemertintah selaku pemegang saham masih tetap memantau pergerakan BUMN melalui mekanisme RUPS sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, kepemilikan saham pemerintah dalam induk perusahaan yang berjalan sesuai mekanisme holding company. (Perangin-angin, 2017:193-194)

2.10. Komunikasi Organisasi

2.10.1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi adalah bidang penting lainnya yang sedang berkembang. Para ahli komunikasi telah mengidentifikasi keterampilan komunikasi yang meningkatkan keberhasilan para profesional, dan mereka telah menelusuri dampak dari berbagai jenis komunikasi terhadap moral, produktivitas, dan komitmen dalam organisasi. Para ahli komunikasi organisasi telah mempelajari aspek-aspek kehidupan kerja seperti wawancara, mendengarkan, struktur organisasi, presentasi, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan. (Wood, 2013:14)

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi. Schein (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan oleh Schein ini adalah merupakan suatu sistem.

Selanjutnya Kochler (1976) mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasikan usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Lain lagi dengan pendapat Wright (1977); dia mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Walaupun ketiga pendapat mengenai organisasi tersebut kelihatannya berbeda-beda perumusannya tapi ada 3 hal yang sama-sama dikemukakan yaitu: organisasi merupakan suatu sistem, mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian

yang saling tergantung satu sama lain . Bila satu bagian terganggu maka akan ikut berpengaruh pada bagian lain.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik. (Muhammad, 2014:23-24)

2.10.2. Teori Komunikasi Organisasi

1. Teori Klasik

Teori klasik atau structural berasal dari dua teori. Pertama, teori saintifik manajemen yang dikembangkan oleh W. Tylor 1911 yang menekankan pada pembagian pekerjaan untuk mendapatkan hasil maksimal dengan biaya seefisien mungkin. Sejalan dengan prinsip Tylor ini Henry Fayol 1919 mengembangkan teori yang agak lebih luas yang menekankan pada spesialisasi pekerjaan, otoritas, control dan pendelegasian tanggung jawab. Kedua: berasal dari teori birokrasi yang dikembangkan oleh Max Weber 1947 yang menekankan pada pentingnya bentuk struktur hierarki yang efektif bagi organisasi. (Muhammad, 2014:35)

a. Anggapan Dasar Teori Klasik

Pandangan teori klasik mengenai organisasi berdasarkan asumsi sebagai berikut :

- 1) Organisasi ada terutama untuk menyelesaikan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

- 2) Bagi suatu organisasi, ada struktur yang tepat bagi tujuan, lingkungan, teknologi dan partisipannya.
- 3) Pekerjaan organisasi, ada struktur yang tepat bagi tujuan, lingkungan, teknologi dalam partisipannya.
- 4) Spesialisasi akan meningkatkan taraf keahlian dan peforman individu.
- 5) Koordinasi dan control paling baik melalui praktik otoritas dan aturan-aturan yang tidak bersifat pribadi.
- 6) Struktur dapat dirancang secara sistematis dan dapat dilaksanakan.
- 7) Masalah-masalah organisasi biasanya merefleksikan struktur yang tidak tepat, dan dapat diselesaikan melalui perancangan dan pengorganisasian kembali.

Ahli-ahli teori klasik cenderung melihat organisasi sebagai sistem yang tertutup secara relatif, dalam mengejar tujuan-tujuan yang telah dinyatakan. Di bawah kondisi tersebut organisasi dapat bekerja secara rasional dengan tingkat kepastian dan kemampuan memperkirakan. Jika organisasi sangat tergantung kepada lingkungan maka organisasi akan terus-menerus dipengaruhi atau terganggu oleh lingkungan. Untuk mengurangi gangguan dari lingkungan, bermacam-macam mekanisme structural yang diciptakan untuk melindungi aktivitas pokok dari keterombang-ambing dan ketidakpastian.

Alat untuk melindungi organisasi dan untuk mengurangi ketidakmampuan memperkirakan di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pengkodean, menciptakan skema klasifikasi bagi input.
- 2) Penimbunan barang, menyimpan bahan mentah dan hasil produksi sehingga input dan output dapat diatur.
- 3) Penyamaraan, memotivasi pemberi suplai untuk memberikan input atau menentukan permintaan bagi output
- 4) Meramalkan, memperkirakan perubahan dalam permintaan.
- 5) Pertumbuhan, berusaha keras untuk mencapai tingkat ekonomi tertentu yang akan memberi organisasi pengaruh melalui lingkungan.

b. Unsur Kunci Teori Klasik

Menurut Scott (Goldhaber, 1986) ada empat yang merupakan unsur kunci dari teori organisasi klasik yaitu: pembagian kerja, hierarki proses fungsional, struktur dan pengawasan yang ketat. Penjelasan nya adalah sebagai berikut:

1. Pembagian kerja, maksudnya adalah bagaimana organisasi membagi sejumlah pekerjaan terhadap tenaga kerja yang ada dalam organisasi.
2. Hierarki proses fungsional, maksudnya adalah bahwa setiap organisasi terdapat adanya tingkat-tingkat karyawan/pekerja menurut fungsinya atau pekerjaan khusus di dalam organisasi.
3. Struktur, maksudnya adalah merupakan jaringan hubungan dan peranan dalam organisasi.
4. Pengawasan yang ketat, adalah pengawasan ini dapat mempengaruhi bentuk organisasi. Misalnya: bila kebanyakan

pimpinan melakukan pengawasan yang sedikit dalam suatu organisasi, maka bentuk struktur organisasinya adalah tinggi. Tetapi bila pengawasan dilakukan dengan cara besar, maka bentuk struktur organisasi adalah datar. Muhammad (2014:37-39)

BAB III

METODE PENELITIAN

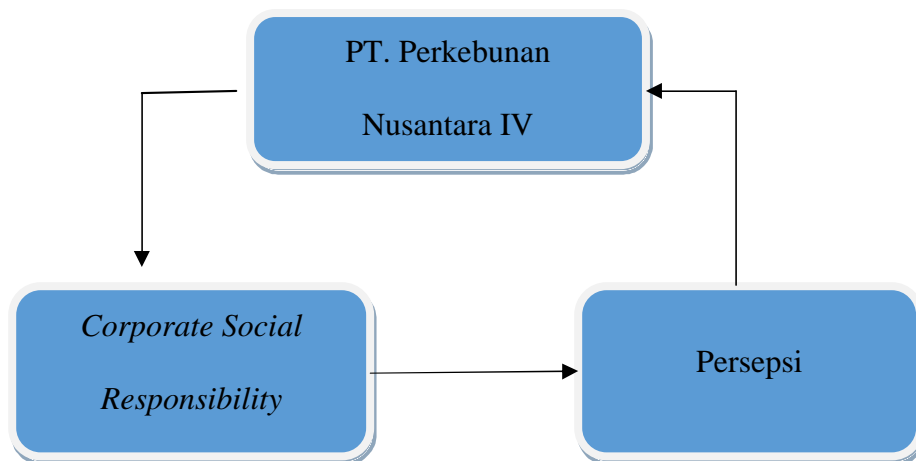
3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berarti peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan objek tertentu. Penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber, sehingga dapat ditemukan gambaran bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV.

3.2. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1: Kerangka Konsep



3.3. Definisi Konsep

Adapun konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sarlito W. Sarwono berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan.
- b. *Corporate Social Responsibility* meliputi aktivitas-aktivitas di mana perusahaan berinteraksi dengan komunitas, dan contohnya termasuk partisipasi staf dalam program *school-reading* dan proyek membersihkan kebun atau membuat sambungan amal. Tidak ada yang memungkiri bahwa hal tersebut merupakan proyek penting yang memberikan manfaat bagi komunitas dan juga menawarkan makna dan pemenuhan kebutuhan diri bagi mereka orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dan beberapa bukti menyebutkan bahwa jenis program ini kerap digerakkan oleh Departemen Sumber Daya Manusia (SDM) karena program semacam itu baik untuk semangat kerja staf.
- c. PT Perkebunan Nusantara IV Medan merupakan Badan Usaha Milik Negara bidang perkebunan yang berkedudukan di Medan, Provinsi Sumatera Utara. PT. Perkebunan Nusantara IV Medan memproduksi tanaman kelapa sawit dan teh. Pada umumnya perusahaan-perusahaan perkebunan di Sumatera Utara memiliki sejarah panjang sejak zaman

Belanda. Pada awalnya keberadaan perkebunan ini merupakan milik Maskapai Belanda yang di nasionalisasi pada tahun 1959, dan selanjutnya berdasarkan kebijakan pemerintah telah mengalami beberapa kali perubahan organisasi sebelum menjadi PT Perkebunan Nusantara IV Medan.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 1: Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Persepsi Mengenai Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Perolehan - Dampak Ekonomi - Dampak Sosial - Dampak Lingkungan

Sumber; Hasil Olahan 2019

3.5. Informan atau Narasumber

Informan adalah orang-orang yang terlibat dalam objek penelitian yang akan di manfaatkan peneliti dalam menggali informasi terkait objek yang akan diteliti Informan adalah Masyarakat di Desa Batang Terap Kecamatan Perbaungan

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui :

3.6.1. Wawancara

Seperti yang ditegaskan oleh (Moleong, 2013: 186) adalah percakapan dengan maksud tertentu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*ininterviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewer*) itu. Menurut moleong (2013: 190) persiapan wawancara tak terstruktur dapat dilaksanakan menurut tahapan-tahapan tertentu, yakni sebagai berikut :

1. Tahap pertama, ialah menemukan siapa yang akan di wawancarai.

Barangkali suatu saat pilihan hanya berkisar diantara beberapa orang menemui persyaratan

2. Tahap kedua, ialah mencari tahu bagaimana cara yang sebaiknya untuk mengadakan kontak dengan responden. Karena responden adalah orang-orang pilihan, dianjurkan agar jangan membiarkan orang ketiga menghubungi, tetapi peneliti sendirilah yang melakukannya.

3. Tahap tiga, adalah mengadakan persiapan yang matang untuk melakukan wawancara

3.6.2 Dokumentasi

Menurut Gunawan (2013:178) dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar, (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.

3.6.3 Observasi

Observasi merupakan interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset. Artinya selain perilaku nonverbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. (Kriyantono, 2006:110)

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan data dengan menganalisisnya secara kualitatif, artinya peneliti akan meninjau kualitas suatu informasi berupa penjabaran berbentuk kata-kata. Di analisa dengan teknik atau cara deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya adalah data di identifikasikan, di kategorikan kemudian di jelaskan dan diambil kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Diantaranya adalah melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Bungin, 2008: 144).

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Masyarakat Desa Batang Terap Kecamatan Perbaungan. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Juli 2019 hingga September 2019.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini penulis mengambil judul Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV. Adapun program CSR yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV diantara lain adalah program buruh harian lepas, sarana masjid, serta perbaikan jalan. Penelitian yang dilakukan penulis ini adalah dalam bentuk wawancara dan kemudian hasil dari wawancara tersebut penulis menganalisis dalam bentuk penjelasan berupa narasi. Selain itu penulis juga menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan kepada informan agar informan tersebut mudah memahami pertanyaan yang diajukan penulis. Penulis juga memberikan kebebasan kepada informan untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan penulis dan juga tidak menilai salah ataupun benar dari setiap jawaban yang diberikan informan.

Berikut laporan hasil penelitian penulis melalui wawancara langsung bersama 3 (tiga) orang informan yaitu, Kepala Lingkungan, Pengurus Sekolah MTS Al Hidayah Adolina, dan Ibu Rumah Tangga. Untuk mendeskripsikan bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV dilihat pada hasil wawancara berikut ini :

1. Informan I**Nama : Selamat Purba****Usia : 52 Tahun****Jabatan :Kepling/Karyawan PTPN IV Desa Batang
Terap****Tanggal Wawancara : 19 September 2019**

Pak Selamat Purba atau yang lebih dikenal dengan nama akrab pak mamat merupakan orang kepercayaan dari lurah desa batang terap kecamatan perbaungan, dia dikenal sebagai sosok yang suka bercanda, ramah dan aktif dalam setiap kegiatan lingkungan yang berkaitan dengan desa batang terap.



Gambar 4.1

Sumber : Hasil Penelitian 2019

2. Informan II

Nama : Kusnan Budiarto
Usia : 68 Tahun
Jabatan : Petugas MTS Al-Hidayah Adolina
Tanggal Wawancara : 19 September 2019

Pak Kusnan Budiarto atau sering disapa pak kusnan adalah seorang petugas di sekolah MTS Al-Hidayah dan beliau juga merupakan pensiunan karyawan dari PT. Perkebunan Nusantara IV Adolina, dan di dalam kegiatan kesehariannya beliau juga aktif dalam kegiatan pengurusan di Masjid Al-Kautsar Afdeling II KS Pondok Rendah.



Gambar 4.2 Informan II

Sumber : Hasil Penelitian 2019

3. Informan III

Nama : Sumiyani
Usia : 41 Tahun
Jabatan : Ibu Rumah Tangga
Tanggal Wawancara : 19 September 2019

Ibu Sumiyani merupakan ibu dari 3 orang anak ibu sumiyani adalah orang bersuku jawa dengan sifatnya yang ramah dan dermawan, beliau termasuk warga yang lama menetap di kompleks Pondok Rendah Kelurahan Batang Terap.



Gambar 4.3 Informan III

Sumber : Hasil Penelitian 2019

4.1.1. Persepsi Mengenai Program CSR

Hasil penelitian ini menunjukkan melalui wawancara dengan narasumber yaitu Kepala Lingkungan, Petugas MTS sekaligus pengurus Masjid dan juga salah satu ibu rumah tangga di lingkungan batang terap tersebut terkait bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT.Perkebunan Nusantara IV.

A. Perolehan

Informan Selamat Purba sebagai Kepala Lingkungan Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Beliau selaku Kepala Lingkungan di Desa Batang Terap memberikan jawaban persepsi mengenai program apa saja yang diberikan PT. Perkebunan Nusantara IV kepada lingkungan sekitarnya, adapun perolehan yang di dapatkan di lingkungan Desa Batang Terap menurut Pak Mamat salah satunya adalah pembangunan Masjid, akses jalan seperti pemerataan akses jalan masuk dan juga ada bantuan akses jalan dalam bentuk koral untuk warga lingkungan desa batang terap, beliau juga mengatakan tentang adanya wacana untuk bantuan yang akan diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV untuk kedepannya, antara lain adalah Afdeling Pamina, Afdeling Batang Terap, Afdeling Pondok Rendah .”

Informan Kusnan Budiarmo sebagai Petugas MTS Al-Hidayah Adolina. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Jawaban Pak Mamat juga senada dengan apa yang dikatakan oleh Pak Kusnan dia sangat menikmati perolehan program-program yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV. Apalagi mengenai masalah akses jalan, dia juga lebih menekankan kepada perolehan lingkungan yang nyaman, tentram, jauh dari masalah-masalah sosial, contohnya adalah narkoba, beliau sangat menekankan pada hal narkoba ini.”

Informan Sumiyani sebagai Ibu Rumah Tangga Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Ibu Sumiyani juga ikut turut menyatakan perolehannya, diantaranya adalah adanya perawatan tanaman-tanaman di lingkungannya, yang menurut beliau sungguh indah untuk dilihat ketika tanaman-tanaman tersebut dipangkas dan di tata rapi, dia juga mensyukuri akses jalan yang ketika hujan tidak berlumpur/becek.”

B. Dampak Ekonomi

Informan Selamat Purba sebagai Kepala Lingkungan Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Pak Mamat mengatakan dampak ekonomi yang di berikan oleh program-program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV adalah adanya tenaga kerja rekrutmen yang diadakan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV beliau mengatakan ada yang buruh harian lepas (bhl) dan adanya pengangkatan karyawan, Pak Mamat menjelaskan dengan adanya program rekrutmen ini, tentunya warga sekitar Desa Batang Terap akan

terbantu kehidupan perekonomiannya apalagi PT. Perkebunan Nusantara IV merupakan salah satu BUMN dari banyak BUMN yang lain.”

Informan Kusnan Budiarto sebagai Petugas MTS Al-Hidayah Adolina. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Pak Kusnan menyatakan kalau dia sampai saat ini masih memperoleh gaji pensiunan yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV itu sendiri sehingga dampak ekonomi tersebut dikit banyaknya masih bisa dia nikmati hingga saat ini. Karena beliau juga merupakan seorang yang direkrut PT. Perkebunan Nusantara IV. Serta gaji yang ia peroleh dari perekrutan itu mencukupi untuk kehidupan sehari-hari.”

Informan Sumiyani sebagai Ibu Rumah Tangga Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Keterangan tersebut juga diperkuat dari Ibu Sumiyani karena suaminya adalah seorang buruh harian lepas (bhl) sehingga pendapatannya untuk kebutuhan rumah tangga mencukupi, mulai dari sandang, pangan, papan.”

C. Dampak Sosial

Informan Selamat Purba sebagai Kepala Lingkungan Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Terkait dengan dampak sosial Pak Mamat juga menjelaskan bahwasannya banyak dampak sosial yang bersifat positif dari program

CSR PT. Perkebunan Nusantara IV adapun dampak sosial tersebut adalah berkembangnya sikap toleransi diantara masyarakat dengan masyarakat yang lain, dan beliau juga menambahkan adanya diferensiasi sosial dengan adanya diferensiasi sosial ini maka masyarakat tentu akan lancar menjalin komunikasi atau sapa menyapa di dalam masyarakat, hal ini dikarenakan tidak adanya suatu beban diantara masyarakat karena menyandang status sosial tertentu .”

Informan Kusnan Budiarjo sebagai Petugas MTS Al-Hidayah Adolina. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Dampak sosial yang di jawab oleh Pak Kusnan adalah dampaknya bersifat positif yang telah diberikan oleh PT. Perkebunan Nusanta IV dia sangat senang dengan pembangunan Masjid karena bahwasannya masyarakat bisa menggunakan masjid sebagai sarana musyawarah.”

Informan Sumiyani sebagai Ibu Rumah Tangga Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Ia juga setuju dengan apa yang dikatakan oleh Pak Kusnan, karena dia menganggap dengan adanya Masjid ini bisa menjadi sarana musyawarah antar warga serta juga untuk memperkuat silaturahmi antara Desa Batang Terap.”

D. Dampak Lingkungan

Informan Selamat Purba sebagai Kepala Lingkungan Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Adapun terkait dengan dampak lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat Desa Batang Terap, Pak Mamat memaparkan bahwasannya dampak-dampak tersebut bisa saya lihat mulai dari pemerataan jalan dimana program tersebut bisa memudahkan keluar masuk kendaraan masyarakat Desa Batang Terap sebagai aktivitas keseharian warga sekitar. Dan ia juga menambahkan terkait fasilitas ibadah khususnya masyarakat yang beragama Islam, dimana jarak untuk beribadah masyarakat tidak perlu lagi keluar jauh, karena Masjid sudah tersedia dan diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV untuk masyarakat sekitar.”

Informan Kusnan Budiarjo sebagai Petugas MTS Al-Hidayah Adolina. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Terkait dengan adanya dampak lingkungan, Pak Kusnan juga turut mengutarakan pandangannya, bahwasannya ia juga turut merasakan keadaan lingkungannya yang damai, tingkat keamanannya sudah cukup baik, serta tidak ada terjadinya penyimpangan-penyimpangan sosial yang dilakukan oleh masyarakat, seperti halnya dengan narkoba dan minuman-minuman yang memabukkan atau yang beralkohol.”

Informan Sumiyani sebagai Ibu Rumah Tangga Desa Batang Terap. Tanggal Wawancara : 19 September 2019

“Ibu Sumiyani juga menambahkan bahwa lingkungan Masjid tersebut bermanfaat bagi anak-anak di Desa Batang Terap, karena dengan adanya

lingkungan Masjid yang luas, orang tua lebih mengontrol anak-anak yang sedang bermain.”

4.2 Pembahasan

Setelah memperoleh informasi melalui wawancara secara mendalam terhadap 3 (tiga) informan yang terdiri dari Kepala Lingkungan Desa Batang Terap, Petugas MTS Al-Hidayah Adolina, dan Ibu Rumah Tangga di Desa Batang Terap tentang bagaimana Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV :

1. Dampak Ekonomi, keberadaan dampak ekonomi yang diberikan di lingkungan sekitar Desa Batang Terap sudah cukup memuaskan untuk menaikkan taraf ekonomi pada sekitar lingkungan mereka, hal ini dikarenakan adanya program tenaga rekrutmen yang diberikan oleh perusahaan PT. Perkebunan Nusantara IV mulai dari buruh harian lepas (bhl) sampai tingkat karyawan tetap, dan setelah mendapatkan tingkat karyawan tetap, tentunya akan ada jenjang karir yang menjanjikan bagi karyawan kedepannya, hal itupun tergantung terhadap kinerja masing-masing karyawan tersebut. Dan hal yang lain adanya gaji pensiunan yang diterima setiap bulan untuk para karyawan yang telah pension.
2. Dampak Sosial, adapun dampak sosial yang diberikan tersebut antara lain adalah berkembangnya sikap toleransi diantara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain di Desa Batang Terap, dengan adanya sarana Masjid yang berada di daerah tersebut maka masyarakat

tentunya memanfaatkan sarana Masjid terkadang untuk saling bermusyawarah, serta saling mempererat silaturahmi sesama masyarakat di Desa Batang Terap.

3. Dampak Lingkungan, keberadaan dampak lingkungan di sekitar masyarakat Desa Batang Terap diantaranya adalah pemerataan jalan di sekitar Desa Batang Terap, dikarenakan hal ini membuat akses perjalanan khususnya keluar masuk kendaraan lebih mudah, dan juga adanya sarana Masjid yang didirikan berguna untuk masyarakat sekitar, hal itu diberikan agar masyarakat di Desa Batang Terap tidak perlu keluar jauh untuk mencari Masjid. Dan keberadaan lingkungan di sekitar Desa Batang Terap juga terhindar dari banyaknya problem-problem sosial, seperti narkoba, judi, mabuk-mabukan. Serta juga anak-anak sekitar Di Desa Batang Terap memanfaatkan sarana lingkungan di sekitaran Masjid untuk sarana bermain, hal ini dikarenakan lingkungan di pekarangan Masjid tersebut cukup luas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti terhadap masyarakat pada Desa Batang Terap, masyarakat menyatakan bahwa mereka merasa program CSR yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV berjalan dengan sangat baik, dan masyarakat merasa puas dan terbantu dengan program CSR perusahaan.
2. Dengan adanya program rekrutmen tenaga kerja dari masyarakat sekitar mulai dari buruh harian lepas dan sampai pengangkatan karyawan, mereka sangat merasakan apa yang diberikan oleh program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV
3. Dengan berhasilnya program CSR dari PT. Perkebunan Nusantara IV, masyarakat Desa yang mendapatkan bantuan dari perusahaan tersebut menjadi lebih percaya, dan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat semakin baik.
4. Berkat himbauan dari perusahaan terhadap lingkungan di Desa Batang Terap, masyarakat lebih taat dan sadar terhadap lingkungan sekitar sehingga mengurangi masalah-masalah sosial, seperti narkoba, judi dan lain-lain. Dan juga masyarakat lebih sadar

lingkungan karena adanya gotong royong sehingga lingkungan tersebut lebih indah, bersih dan rapi.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu sistem, mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain . Bila satu bagian terganggu maka akan ikut berpengaruh pada bagian lain. Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebagai upaya untuk mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat sebaiknya perusahaan harus lebih cepat ataupun tepat waktu dalam memberikan bantuan kepada masyarakat Desa Batang Terap
2. Adapun saran terhadap masyarakat di Desa Batang Terap agar dapat menggunakan dengan lebih maksimal semua sarana dan prasarana yang diberikan oleh perusahaan, sehingga baik perusahaan maupun masyarakat menjadi saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- G.Floor, Alexander dan Hafied Cangara. 2018. *Komunikasi Lingkungan; Penanganan Kasus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lubis, Emir Rizal. 2017. *Pekebunan, Pertanian dan BUMN*. Yogyakarta: Plantaxia.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution, Zulkarimen. 2002. *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Perangin-angin, Christian Orchard. 2017. *Nasionalisme di Perusahaan Nasionalisasi: Menuju Profesionalisme Perusahaan BUMN Perkebunan*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Thomas, Coulin Coulson. 2005. *Public Relations, Pedoman Praktis Untuk PR*. Terjemahan Drs. Lucas Ginting. Jakarta : Bumi Aksara

Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber Jurnal:

P. Munthe, Ashiong. 2015. *Pentingnya Evaluasi Program Di Institusi Pendidikan: Sebuah Pengantar, Pengertian, Tujuan dan Manfaat*. Universitas Pelita Harapan Tangerang.

Listyana, Rohmaul dan Yudi Hartono. 2015. *Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)*. Universitas PGRI Madiun.

Awuy, Vinta Paulinda dkk. 2016. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient ERC*. Univerisitas Jember.

Tejokusumo, Bambang. 2014. *Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar*

Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Negeri Malang.

Website :

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/67136/Chapter%20II.pdf?sequence=3&isAllowed=y> / diakses pada tanggal 4 Juli 2019













Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan
Nusantara IV

Nama : M Rizki Ananda

Npm : 1503110132

Jurusan : Ilmu Komunikasi (Humas)

Pedoman Wawancara Untuk Masyarakat

1. Program CSR apa yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV terhadap lingkungan saudara?
2. Menurut saudara bermanfaatkah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV untuk kepentingan umum masyarakat?
3. Bagaimana persepsi saudara mengenai program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV?
4. Menurut saudara adakah hasil yang nyata secara langsung dari program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV?
5. Menurut saudara apa sajakah kegiatan setiap tahun yang dilakukan PT. Perkebunan Nusantara IV dalam memberikan CSR kepada lingkungan saudara? Contohnya?
6. Menurut saudara jelaskah tujuan dan target CSR PT. Perkebunan Nusantara IV dalam melakukan suatu? Contohnya?
7. Adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV melakukan suatu kegiatan yang mempunyai kepentingan khalayak ramai? Contohnya?
8. Menurut anda sesuikah pemilihan program CSR yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV?
9. Menurut penafsiran anda efektifkah program CSR yang diberikan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV?
10. Adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV yang memberikan dampak terhadap ekonomi anda?
11. Adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV yang memberikan dampak terhadap lingkungan anda dan sekitar?
12. Adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV yang memberikan dampak sosial di masyarakat sekitar anda?
13. Menurut saudara adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV yang melakukan perbaikan terhadap lingkungan?
14. Menurut persepsi saudara eratkah hubungan yang terjalin antara masyarakat dan PT. Perkebunan Nusantara IV dalam program-program CSR yang diberikan?
15. Menurut saudara adakah program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV yang berwujud kepada rekrutmen tenaga kerja untuk masyarakat sekitar?

16. Adakah pendapat saudara untuk program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV untuk kedepannya?
17. Adakah saran yang anda berikan untuk program-program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV ke depannya?
18. Apakah harapan anda untuk program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV di masa yang akan datang?



Widyaiswara
Mendapat dan melaksanakan tugas-tugasnya
di dan bertanggung jawab

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Said No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 5624567 - (061) 6010435 Fax. (061) 5625474
Website: www.umhu.ac.id E-mail: rektor@umhu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sic-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 24 Juni 2019

Assalamu alaikin wa, wa.

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

Nama lengkap : M. Rizki Amarda
NPM : 150318132
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI (PUBLIC RELATIONS)
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,21

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi:

1	EKSTIVITAS PUBLIC RELATIONS PRAKTIK III DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PERUSAHAAN	25/6-2019
2	ANALISIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA MABG SOM ETAF II KEMENTERIAN KEMERDEKAAN BAGIAN SOM ETAF II	
3	ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK CAPRES DAN CALONPRES NOMOR URUT 02 DALAM DEBAT PERTAMA GENRE 2019 TERHADAP MASYARAKAT	

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan;
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal.

Demikianlah permohonan saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

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

Medan, tgl.2019

Pemohon,

(M. Rizki Amarda)

Ketua,

[Signature]

[Signature]

[Signature]



UMSU
Agung dalam Persepsi
Siapa yang tidak mengabdikan diri
tidak akan berguna

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

Jalan Kapten Muztar Basri No. 3 Medan 20235 Telp. (061) 6624667 - (061) 6610153 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 11.199/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/E/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 25 Juni 2019 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **M. RIZKI ANANDA**
N P M : 1503110132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV**

Pembimbing : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 25 Juni 2020.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 13 Mulanrom 1441 H
13 September 2019 M

Dekan


DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Teminiscar :

1. Ketua P S Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Perintang.

Medan, 12 September 2019

Kepada : Yth. Ketua Program Studi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Tempat

Perihal : **Permohonan Perubahan Judul Skripsi**

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M Rizki Ananda
NPM : 1503110132
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Mengajukan permohonan perubahan judul skripsi, sebagai berikut :

Efektivitas Public Relations PTPN IV Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan

Menjadi:

Persepsi Masyarakat Mengenai Program CSR PT. Perkebunan Nusantara IV

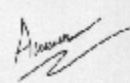
Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya.
Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Ibu saya ucapkan terima kasih.

Dosen Pembimbing I



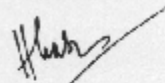
(Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M.A.P.)

Hormat Pemohon



(M Rizki Ananda)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom)



UMSU
Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian & Pengembangan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

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

Jalan Kapten Muchlis Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 230-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektbr@umsu.ac.id

Nomor : 766/KET/IL3-AU/UMSU-03/T/2019
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 18 Muharram 1441 H
18 September 2019 M

Kepada Yth : **Bagian SDM PTPN IV Adolina**
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 penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **M. RIZKI ANANDA**
N P M : 1503110132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) / Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



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

Cc : File.



PT PERKEBUNAN NUSANTARA IV

MEDAN - SUMATERA UTARA - INDONESIA

- KANTOR PUSAT, JL LETJEND SUPRIATNO NO.2 MEDAN
- KANTOR PERWAKILAN JAKARTA

TELP.: (051) 4154886 – FAX: (051) 4573117
TELP.: (021) 7231862 – FAX: (021) 7231863

Nomor : 04.11/X/051141/X/2019
Lamp : -
Hal : IZIN RISET SARJANA

Medan, 18 September 2019

Kepada Yth.
DEKAN
UNIVERSITAS MUHAMMAD YANI SUMATRA UTARA
JL. TARUMA KP KUDUR NO 31
MEDAN
(1 - MIFIAN)

Menjawab surat saudara/nomor 768/KET/13-AD/UMSU 03/F/2019 tanggal : 18 September 2019,
Mahasiswa/Rivani L.MU SOGIAL DAN ILMU POLITIK Jurusan ILMU KOMUNIKASI atas nama :

No.	Nama	NPM	Program Studi / Judul
1.	M RIZKI ANANDA	1503110132	PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV

Diizinkan untuk melakukan RISET di PT Perkebunan Nusantara IV sebagai berikut :

Tempat : KPRILIN ADOJINA
Bagian / Ruang : SDM UMUM DAN KEAMANAN
Terditung mulai tgl. : 20 September 2019 s.d 20 September 2019

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan disimpulkan sebagai berikut :

1. Semua biaya dianggung oleh siswa/mahasiswa yang bersangkutan.
2. Yang bersangkutan harus bertanggung jawab mematuhi peraturan/ketentuan yang berlaku di tempat pelaksanaan ini, sama dengan orang-orang lainnya.
3. Selama lamanya (satu) bulan setelah pelaksanaan diwajibkan mengirimkan 1 bundel laporan kepada Divisi PTPN IV cq Bagian SDM.
4. Laporan tersebut semaksimal mungkin dipergunakan untuk kepentingan ilmiah pada Sekolah/Universitas yang bersangkutan.
5. Apabila selama waktu pelaksanaan terjadi kecelakaan baik di dalam/luar PTPN IV maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab yang bersangkutan.
6. Yang bersangkutan agar melapor ke GM/Manajer/Kepik/Bagian yang dituju pada waktu pelaksanaan.
Terkait dengan paksa an yang digunakan selama pelaksanaan :
a. SMK/SMK/SD/terjail agar memakai pakaian lengkap, sepatu, helm, dan jaket.
b. Mahasiswa/Siswa agar memakai kacamata, helm, dan jaket.
c. Mahasiswa/Siswa agar memakai jaket, helm, dan jaket.
d. Mahasiswa/Siswa agar memakai jaket, helm, dan jaket.
8. Sesi klarifikasi selesai pelaksanaan praktik kerja lapangan/riset dilaksanakan oleh Bagian SDM Kantor Pusat melalui sistem E-Intersito berdasarkan permintaan dari Bagian/Unit/Kantor/Pabrik dimana tempat pelaksanaan aktivitas tersebut.
9. Bagi yang melanggar aturan tersebut, maka Perusahaan akan memberikan sanksi berupa dikurangkan dari program praktik kerja lapangan/riset.

GM/Manajer/Kepala Bagian yang menerima surat ini agar dapat membantu segala sesuatunya yang berkaitan dengan keperluan tersebut diatas, serta menjaga kerahasiaan data perusahaan. Demikian disampaikan.

PT PERKEBUNAN NUSANTARA IV
BMTF Sinar Desa Manusia



Muci Susanto, SE
Kepala Bagian

Tembusan
- KEBUN ADOLINA SUM UMUM DAN KEAMANAN
- Mursiana/Siswa YOG
(Email : mucianda15@gmail.com) (No.HP : 0815978510)



MADJIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20231 Telp. (061) 9824567 - (061) 6645462 Ext. 200-201 Fax. (061) 9824474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 21 - 05/2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : M. RIZKI ANANDA
 NPM : 150810132
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI (HUMAS)

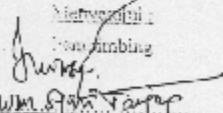
mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Skripsi dan Pembimbing No. 191/SK/ILMU/UMSU-03/P/2018, tanggal 21 - 05/2018, dengan judul sebagai berikut:

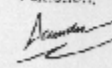
EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS PERDI ID DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PERUSAHAAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I 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. Gambar bebas dimasukkan ke dalam MAP.

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

Mohonkan,
 Pembimbing

 (M. RIZKI ANANDA)

Pemohon,

 (M. RIZKI ANANDA)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : BEK/EPH/3-AJ/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fak. Tarbiyah : Jurusan 02 Agustus 2019
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU
Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penguji	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
1	EMILY	1503110140	DR. NINGSYAKAZI HAS, M.A.	LUTHI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI KOMUNIKASI DI MAWAH BELUKAN DALAM PEMERIKSAAN PERSETELUASAN SARAN BANGUNAN DI MAJELISTULIMATTAQJIN
2	RO PRAMANTA P NEM	1503110115	DR. ANAS ARIK AZHAR, M.A.	DR. AMIR N. SA. PH, S.Sos., M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PEMERIKSAAN KARDUS MURBA DI LEMBAGA REHABILITASI PEMERIKSAAN PENTANJUNGAN KEMOTRIKA (PERM) BANGKANG KOTA INDONESIA KOTA MEDAN
3	M. RIZHANANDA	1503110132	DR. LEKHA KHARIZMI, M.Si.	DR. IRWAN SYARI T. G. S.Sos., M.AP.	LENYANG PULAU FLAT MEMPINIV DALAM KEMBARANGH OTRAPOSITIF PERJEPHAN
4	UNIKSI DALIAGUSTIN	1503110154	DR. ARIF N. SA. PH, S.Sos., M.Si.	DR. YAN HENDRIK, M.Si.	ORIENTASI TENTANG FENOMENA KOTAK SURAB KARDUS OLEH KOMISI PERUMAHAN UMUM (STUDI KASUS) RIFIT-2019 MASYARAKAT TAWILING MULA KECAMATAN MEDAN DELI MEDAN
5	SAYEC FATUL RAHMAN	1403110212	H. TENEKAMA, S.Sos., M.I.Kom.	COVY NICHICA A Y ENADA, S.Sos., M.S.	STRATEGI PROPOSAL WEDDING OR SAN ZER (CJOOV) DALAM MENJAJA EKSTERNI

Medan, 28 Desember 2018
21 Juli 2018

(Signature)
DR. AMIR N. SA. PH, S.Sos., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muhtar Dosi No. 1 Medan 20238 Telp. (061) 6624667 - (061) 6913451 Fax. 202 211 171
 Website: www.umhu.ac.id E-mail: rako@umhu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : M. Rizki Amanah
 NPM : 1503110132
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM
 CSR PT. PERKEBUNGAN MANGROVE IV

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	13-05-2019	BIMBINGAN JUDUL SKRIPSI	JH
2.	15-06-2019	BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI DAN REVISI	JH
3.	15-06-2019	BIMBINGAN DAN REVISI	JH
4.	3-07-2019	ACC SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI	JH
5.	06-08-2019	BIMBINGAN HASIL SEMINAR PROPOSAL	JH
6.	13-08-2019	BIMBINGAN HASIL OBSERVASI REVISI DAN	JH
7.	30-08-2019	PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI	JH
8.	12-09-2019	ACC PEDOMAN UNIVERSITAS	JH
9.	23-09-2019	BIMBINGAN BAB IV DAN V	JH
10.	01-10-2019	ACC SKRIPSI	JH

Medan, 01 - OKTOBER 2019..

Ditulis,

 (Dra. Arieta Sarika Sidi MSP)

Ketua Program Studi,

 (M. Hidayat M. Sidi M. Hidayat)

Pembimbing,

 (Dra. Rizki Amanah M. Sidi M. Amanah)



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

Sk-10

UNDANGAN PANGGILAN LUJAN SKRIPSI
Nomor : 615/JUNIL13-AUUM/BU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 04 Oktober 2019
Waktu : 07.45 WIB s.d. selesai
Tempat : Ruang Lab. FISIP JMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pasok Mahasiswa	TIM PENGLUJI			Judul Skripsi
			PENGLUJI I	PENGLUJI II	PEMBIMBING	
11	CARYA LESRI LARASATI	150310215	Dr. ARIF N. SAIBH, S.Sos., M.S.P.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M. Kom.	Dr. RUDIANTO, M.Si	ANALISIS PESAR IKLAN SATU INDONESIA (STUDI PADA IRLAN ASU) PAKSI ATRA VERSI PENERSEK KESEHATAN
12	TUNGGU HIRLY SAPTO	150310132	MERAR ADHANI, S.Sos., M. Kom.	Dr. AHANG AMAS AZHAR, M.A.	J. NADLI, S.Pd., M. Ed.	KOMUNIKASI MATA KULISI DESIDRASI LANGKAT URUT: MENARIK MIWAT BERILLUNG WISATAJAWA OLEH PEMERINTAH KABELANTEN JAKART
13	M. RIZK AMANDA	150310132	MURHASANAH HASBULTHA, S.Sos., M. Kom.	Dr. LE'YA KHAIKANI, M. Si	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos., MAP	PERSEPSI MASYARAKAT MERENJAI PROGRAM CSR PT. PERKURUKAN NUSANTARA V
14	AYU SAR RAMADHAN	150310242	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos., MAP	PUJI SANTOSO, S.S., M.S.P.	AGAR ADEHAI, S.Sos., M. Kom.	OFIYALIBLIK TERHADAP SLOGAN FOLITK PADA KAMPANYE PILPRES 2019
15	BRKANDY NDAH KORNAVA SARALIPIN A. DUDUJU	150310277	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos., MAP	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M. Kom.	Dr. RUDIANTO, M.Si	ANALISIS BAHASA JURNAL STIK PADA SUBYIK EKONOMI BISNIS DALAM SURAT BAKAR HARAH WAWA 3A

WALID SIARAN

16:50, 03 Oktober 2019
00 Oktober 2019 M



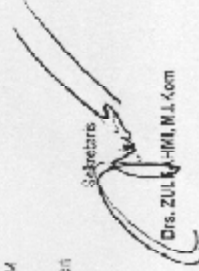
Dr. NURRAHMAD ANIFIN, SH, M.Hum



Dr. ANIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.



Panglilujian



Dr. ZULKI-IMI, M. I. Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : M Rizki Ananda
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 19 Nopember 1997
Jenis Kelamin : Pria
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Taruma Kp Kubur No 31
Anak ke : 1 (satu) dari 3 (tiga) Bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Salman Putra Bangun
Pekerjaan : Pegawai PT. Perkebunan Nusantara IV
Ibu : Asma
Alamat : Jl. Taruma Kp Kubur No 31

Pendidikan Formal

2003-2009 : SD Negeri 060884 Medan
2009-2012 : SMP Swasta Kartika I-1 Medan
2012-2015 : SMA Negeri 15 Medan
2015-2019 : S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara