

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA
ACEH TAMIANG DALAM MEWUJUDKAN
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

SKRIPSI

Oleh :

SILVIA RISKI SYAFITRI
1903110236

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



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

2023

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Silvia Riski Syafitri
NPM : 1903110236
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 12 Oktober 2023
Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Akhyar Anshori, S. Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Silvia Riski Syafitri
NPM : 1903110236
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat

Medan, Juni 2023

Pembimbing

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

NIDN : 0030017402

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN



Dengan ini saya Silvia Riski Syafitri, NPM 1903110236, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh 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 di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

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

Medan, 5 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



Silvia Riski Syafitri

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum,Wr.Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunianya yang telah memberikan penulis kesehatan, kesempatan dan kemudahan untuk dapat menyelesaikan hasil skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dengan judul **“Strategi Komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat”** Dan tidak lupa shalawat beriringan salam penulis ucapkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya.

Tugas akhir ini peneliti persembahkan kepada yang teristimewa untuk kedua orang tua yang saya sayangi, Ibunda Siti Liana dan Ayahanda Indra Setiawanto serta abang dan kakak saya Febri Hendika Syahputra dan Henni Riska Sari yang selalu memberikan dukungan dan perhatian dan juga doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.

Dalam penyelesaiannya skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr .Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr.Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya hingga menyelesaikan sripsi.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
7. Bapak Fadhil Pahlevi Hidayat, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan.
8. Kepada Bapak/Ibu Dosen serta seluruh karyawan/Wati Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
9. Kepada Bapak Budi, Kak Eva, Abang Anggi dan Staff CDO dan CSR PT.Pertamina EP Field 1 Rantau yang banyak membantu penulis dalam memberikan informasi dan pengetahuan baru.

10. Kepada sahabat saya Sri Julinda Saputri, saya ucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktu serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada sahabat saya Iin Azrine, Farah Mawaddah, dan Ella Rivana,teman saya yang dari semester awal hingga terselesaikannya skripsi ini, saya ucapkan terima kasih yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
12. Kepada teman-teman seperjuangan dalam menyusun skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak .

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan dapat memperluas cakrawala pemikiran kita dimasa yang akan datang dan berharap skripsi ini dapat menjadi lebih sempurna kedepannya.

Medan, Agustus 2023

Penulis

SILVIA RISKI SYAFITRI

1903110236

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

SILVIA RISKI SYAFITRI

1903110236

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan strategi komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan bentuk pemberdayaan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi CSR, pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang dimana menggunakan objek penelitian melalui metode wawancara, dokumentasi, dan observasi dan ada tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan atau kesimpulan. Analisis data dilakukan dengan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh melalui hasil penelitian dengan narasumber sebanyak 3 orang diantaranya 1 orang CDO PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, 1 orang Senior Koordinator Lapangan PPMP PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, serta 1 orang dari masyarakat binaan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang berada di Aceh Tamiang dengan adanya sosial mapping ataupun pemetaan yang dilakukan dapat membantu serta memudahkan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dalam membuat strategi komunikasi CSR sehingga program CSR yang nantinya akan dilaksanakan PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau dapat berjalan dengan lancar dan terkoordinasi. Beberapa kegiatan ataupun program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat adalah program CSR dalam bidang ekonomi, pertanian, kesehatan, sosial, dan pendidikan. Dengan adanya program CSR yang diberikan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field masyarakat mendapatkan kesejahteraan dalam bentuk peningkatan ekonomi dan peningkatan kualitas diri dan kemandirian sebagai salah satu SDM di Aceh Tamiang dan PT. Pertamina mendapatkan citra baik di masyarakat, penghargaan hingga proper awards.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Kesejahteraan Masyarakat

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS	10
2.1. Pengertian Komunikasi	10
2.2. Unsur Komunikasi.....	10
2.3. Strategi Komunikasi.....	11
2.4. Corporate Social Responsibility (CSR).....	19
2.5. Strategi Komunikasi CSR	21
2.6. Kesejahteraan Masyarakat.....	24
2.7. Pemberdayaan Masyarakat.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Kerangka Konsep.....	32
3.3. Definisi Konsep.....	32
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	34
3.5. Informan.....	36
3.6. Teknik Pengumpulan Data	37
3.7. Teknik Analisis Data	38
3.8. Waktu Lokasi Penelitian	39
3.8.1. Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Hasil Penelitian	44

4.1.1.	Deskripsi wawancara.....	44
4.1.2.	Penentuan Informan	45
4.1.3.	Strategi Komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.....	46
4.1.4.	Kegiatan Pelaksanaan Program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field	54
4.1.5.	Manfaat CSR sebagai Bentuk Kesejahteraan Masyarakat	59
4.2.	Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP		67
5.1.	Simpulan	67
5.2.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategorisasi Penelitian	32
Tabel 1.2 Informan	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	30
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sebagai bagian penting dalam proses berjalannya kegiatan dalam suatu wilayah, masyarakat juga memiliki peranan dalam pencapaian kesejahteraan. Salah satu indikator pemenuhan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan pembangunan sehingga dapat menyerap tenaga kerja, keberhasilan pembangunan adalah semakin meningkatnya kesejahteraan penduduk daerah yang bersangkutan dengan semakin meningkatnya pemerataan kesejahteraan penduduk.

Kehidupan yang didambakan oleh semua manusia adalah kesejahteraan. Sejahtera menunjuk ke keadaan yang lebih baik, kondisi manusia dimana orang-orangnya dalam keadaan makmur, sehat dan damai. Kesejahteraan meliputi seluruh bidang kehidupan manusia, mulai dari ekonomi, sosial, budaya, iptek, hankamnas, dan lain sebagainya.(Yunara, 2019)

Kelayakan hidup masyarakat dapat dilihat dari perkembangan pembangunan dan pemberdayaan di bidang ekonomi, lingkungan serta sosial yang digunakan sebagai salah satu faktor pencapaian kesejahteraan sosial. Salah satu contoh strategi pemberdayaan masyarakat yang terdapat di PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field khususnya di kampung pertamina yaitu terbentuknya Program Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina (PPMP).

Dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dasarnya identik dengan sebuah upaya manajemen strategis dengan formula siklus yang tidak berujung. Kemunculan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dikembangkan dengan cara membagi antara tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai persoalan lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu program sosial yang dimiliki perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat.

Dan di dalam pelaksanaannya, CSR tidak dapat dipisahkan oleh praktik pemberdayaan masyarakat atau *Community Development*. Pada dasarnya kegiatan-kegiatan CSR, terutama dalam bidang sosial dan ekonomi diarahkan kepada pemberdayaan masyarakat. Begitu juga sebaliknya, dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, tidaklah jarang untuk melibatkan program dari CSR. Karena itu, salah satu tujuan diselenggarakannya program-program CSR adalah untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya.

Melalui kegiatan CSR, perusahaan mengajak masyarakat untuk ikut serta atau berpartisipasi dengan menyalurkan ide ataupun pendapat mereka mengenai tujuan dari masing-masing pihak. Dan hal ini tentu berkaitan dengan konsep *community development*. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan bersama dengan masyarakat sekitar, kegiatan ini diharapkan dapat mampu mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat sekitar sehingga dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang maupun pendek pada perusahaan dan masyarakat sekitarnya.

Tidak jauh berbeda dengan perusahaan multinasional swasta, BUMN juga melakukan kegiatan CSR, yaitu bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan pemberdayaan UMKM. Salah satunya adalah Pertamina, menjalankan kegiatan CSR berfokus kepada kepedulian lingkungan, karena salah satu tugas utama Pertamina adalah menjalankan bisnis energi dari hulu ke hilir. Penanaman pohon salah satu kegiatan CSR Pertamina untuk memperbaiki atau menjaga lingkungan tetap segar, sehat dan terpeliharanya hutan di kawasan-kawasan eksplorasi BUMN.

Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang- Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, yaitu pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas berbunyi:

Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Ayat (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.

Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang – Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari kedua pasal diatas dapat kita lihat bagaimana pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau penanam modal.(Muchaddam Fahham, 2012)

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (Good Coporate Governance). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang oli dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahankesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. (Nilamsari, 2015)

Salah satu anak perusahaan Pertamina yang melaksanakan kegiatan-kegiatan CSR yaitu Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, merupakan anak perusahaan PT. Pertamina (Persero) yang bergerak di sektor hulu minyak dan gas untuk mengelola Wilayah Kuasa Pertambangan (WKP) Pertamina. PT Pertamina EP atau biasa disingkat dengan PEP, merupakan salah satu anak usaha Pertamina Hulu Energi yang berjalan di bidang pengeboran minyak dan gas. Salah satu PEP di Indonesia yaitu PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang, Provinsi Aceh.

PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field merupakan perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di sektor hulu bidang minyak dan gas bumi. Selain itu PT Pertamina EP 1 Rantau Field juga melakukan kegiatan usaha penunjang lainnya, yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung kegiatan usaha utama. PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field juga harus menciptakan hubungan baik yang dapat berupa terjalinnya komunikasi antara pihak perusahaan dan masyarakat. Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yaitu Program Pemberdayaan Masyarakat.

Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina (PPMP) merupakan salah satu program CSR PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field di bidang pemberdayaan Masyarakat dengan maksud untuk memberikan dasar pengetahuan atau keterampilan kepada masyarakat agar memiliki bekal untuk berdaya secara berkelanjutan, baik dalam bidang ekonomi, lingkungan, pendidikan, sosial dan budaya.

Keberhasilan Program CSR melalui komunikasi eksternal baik di media maupun secara tatap muka langsung dan memberikan contoh keberhasilan program CSR yang telah dijalankan di masyarakat sekitar wilayah operasional kerja perusahaan. Sehingga strategi komunikasi perlu dalam proses sosialisasi yaitu penyampaian pesan yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat.

Tujuan dari fungsi-fungsi kesejahteraan sosial menurut Friedlander dan Apte sebagaimana dikutip (Adi, 2012) adalah untuk mengurangi tekanan-tekanan yang diakibatkan terjadinya perubahan-perubahan sosio-ekonomi, menghindari terjadinya konsekuensi-konsekuensi sosial yang negatif akibat pembangunan serta menciptakan

Namun dalam implementasinya seringkali pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui Program CSR ini mengalami kendala karena terjadinya masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatannya. Karena itu strategi komunikasi sangat dibutuhkan untuk dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk melakukan strategi komunikasi yang baik PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field haruslah melakukan beberapa tahapan terlebih dahulu, agar mereka berhasil dalam tujuan yang mereka inginkan yakni upaya pemberdayaan terhadap masyarakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat di kampung pertamina. Oleh karena itu strategi komunikasi merupakan salah satu senjata untuk mencapai keberhasilan dari tujuan perusahaan. Sebagaimana telah diuraikan di atas bahwa PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field bergerak dibidang pengeboran minyak dan gas bumi, tetapi juga memiliki sumber daya alam yang lain untuk digunakan sebagai pemberdayaan di lingkungan setempat. Strategi komunikasi seperti apakah yang digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya?

Apakah menggunakan komunikasi massa dan komunikasi antarbudaya akan meningkatkan efektivitas dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat? Tulisan ini di jadikan judul Skripsi yaitu “STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT” .

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pada pelaksanaan CSR dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat kompleks di PT PERTAMINA EP Asset 1 Field Rantau, Aceh Tamiang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi CSR di PT Pertamina EP Asset 1 Field Rantau dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat Aceh Tamiang

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, dan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti lain maupun masyarakat yang tertarik kepada permasalahan CSR dalam penelitian yang dilakukan oleh PT Pertamina EP Asset 1 Field Rantau serta memberi manfaat untuk perkembangan studi CSR secara khusus dan studi PR secara umum.

1.4.2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi akademisi yang mengambil bidang ilmu komunikasi terkhususnya yang menaruh minat pada konsentrasi hubungan masyarakat atau *public relations* . Dan juga menjadi bahan rujukan untuk peneliti yang mengkaji tentang strategi komunikasi CSR. Serta diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi *Public Relations* yang bekerja pada suatu perusahaan atau instansi dalam rangka perkembangan pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan CSR.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan skripsi ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, kemudian pembatasan masalah, diikuti oleh tujuan dan manfaat penelitian. Selanjutnya uraian teoritis, pada bagian ini akan diuraikan mengenai apa itu strategi, apa itu komunikasi, termasuk yang dimaksud strategi komunikasi, lalu dijelaskan apa itu CSR dan juga menjelaskan mengenai pemberdayaan masyarakat serta kesejahteraan masyarakat. Dan terakhir ada metode penelitian, yang akan menjelaskan tentang jenis penelitian, kerangka konsep kategorisasi penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian .

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan mengguraikan tentang komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi CSR, pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

BAB III : METODE PENELITIAN

Terdiri dari uraian jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta deskripsi ringkas tentang objek penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari hasil penelitian dalam bentuk data uraian maupun dalam bentuk ilustrasi. Juga terdiri dari pembahasan mengenai arti atau makna temuan yang sudah diperoleh oleh peneliti.

BAB V : PENUTUP

Terdiri dari simpulan dan saran hasil penelitian

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi (*communication*) secara etimologis berasal dari bahasa latin “*communis*”, yang artinya sama makna. Penjelasan lain dari kata komunikasi adalah “berbagi” atau “menjadi milik bersama”, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan dan kesamaan makna. Komunikasi dianggap tercapai ketika penerima pesan memahami pesan dan perasaan dari pengirim pesan dengan makna yang sama seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan. Tujuan komunikasi sangat luas, diantaranya untuk memberikan informasi, memperoleh informasi, memengaruhi orang lain, merangsang minat agar seseorang berbuat sesuatu, mendidik perilaku, menyelesaikan masalah, membuat keputusan, dan mengevaluasi perilaku. (Ganiem et al., 2019)

2.2. Unsur Komunikasi

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

- 1) Sumber (Source) atau Komunikator, ialah pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima.

- 2) Pesan (Message), Pernyataan ide atau gagasan yang disampaikan pengirim kepada penerima yang dapat berbentuk verbal (lisan & tulisan) dan non-verbal (isyarat, gesture).
- 3) Saluran atau Media (Channel), Merupakan alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.
- 4) Penerima (Receiver) atau Komunikan, ialah sasaran penerima pesan yang dikirim oleh komunikator
- 5) Efek (Effect), Efek merupakan pengaruh yang dirasakan, dipikirkan dan dilakukan oleh penerima dari sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh tersebut dapat berupa pengetahuan, sikap dan tingkah laku.(Mulyana, 2010)

Everett M. Rogers mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dapat dikatakan bahwa komunikasi membawa dampak atau efek bagi penerima pesan (komunikan) baik secara langsung maupun tidak langsung.(Mulyana, 2010)

2.3. Strategi Komunikasi

Segala perkembangan suatu bidang saat ini membutuhkan suatu strategi komunikasi, komunikasi bisa dianggap berhasil atau tidak, banyak ditentukan oleh sebuah strategi komunikasinya. Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management communication) dalam mencapai tujuannya.(Effendy & Uchjana, 2022)

Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis, dalam arti pendekatan bisa berubah sewaktu waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dalam strategi komunikasi ketika kita sudah memahami sifat komunikan, dan memahami efek yang ditimbulkan dari mereka, maka sangatlah penting dalam memilih cara apa yang baik untuk berkomunikasi, karena ini berkaitan dengan media apa yang akan kita gunakan. Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation) hingga evaluasi (evaluation) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran. (Putri Atalia et al., 2020)

Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Adapun langkah - langkah pengenalan khalayak dan sasaran menurut adalah sebagai berikut:

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan.

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan yaitu menentukan teman dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak ialah mampu membangkitkan perhatian. Hal ini sesuai dengan Attention To Action Procedure (AA Procedure) yaitu membangkitkan perhatian (attention) yang selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (action) sesuai tujuan yang dirumuskan.

3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut diuraikan lebih lanjut bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu sendiri dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedangkan yang kedua yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandung. Olehnya itu, yang pertama (menurut cara pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut (menurut bentuk isinya) dikenal dengan sebutan metode informatif, persuasif, deduktif dan kursif.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat, dalam awal abad 21 adalah suatu hal yang merupakan keharusan. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak, dan sekarang ini rasanya tidak bisa hidup tanpa surat, radio dan televisi. Semua

alat tersebut merupakan alat komunikasi, selain berfungsi sebagai alat penyalur juga mempunyai fungsi yang kompleks. Selain harus berfikir dalam jalani faktor-faktor komunikasi juga hubungannya dengan situasi sosial-psikologis, harus diperhitungkan dikarenakan masing-masing medium tersebut mempunyai kemampuan dan kelemahan tersendiri sebagai alat komunikasi.

5. Hambatan dalam Komunikasi

Saat penyampaian pesan, dari komunikator pada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki sebaliknya timbul kesalahpahaman tidak diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Ataupun terdapat hambatan teknis lainnya yang dipergunakan dengan yang diterima yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran system komunikasi kedua belah pihak. (Suprpto, 2011)

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen komunikasi dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Bidang ini harus disusun secara mengalir, sehingga dalam operasionalnya dapat disesuaikan dengan kondisi atau faktor yang berpengaruh, untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif, seorang yang melaksanakan strategi komunikasi wajib memiliki pemahaman tentang sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan sebuah media yang akan diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan. (Effendy & Uchjana, 2022)

Pandangan ahli lain terkait strategi yang menarik untuk disimak sebagai berikut, strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikira, ide-ide dan pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan. Keberadaan strategi tidak lepas dari tujuan.(Ganiem et al., 2019)

Strategi komunikasi juga memiliki beberapa kriteria atau standar kualitas. Strategi komunikasi dimulai dengan:

1. Menegidentifikasi visi dan misi. Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita- cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.
2. Menentukan program dan kegiatan. Program dan kegiatan adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.
3. Menentukan tujuan dan hasil. Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.
4. Seleksi audiens yang menjadi sasaran. Perencanaan komunikasi menentukan katagori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
5. Mengembangkan pesan. Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi khusus, jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-

nilai audiens, penampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat, atau menunjukkan tindakan tertentu.

6. Identifikasi pembawa pesan. Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.

7. Mekanisme komunikasi/media. Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens.

8. Scan konteks dan persaingan. Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.(Ganiem et al., 2019)

Cangara (2014) menjelaskan langkah-langkah dalam perumusan strategi:

a) Memilih dan menetapkan komunikator

Komunikator merupakan pelaku/pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima. Dalam memilih dan menetapkan komunikator, terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator, yakni: (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), (2) daya tarik (attractive), dan (3) kekuatan (power).

Kredibilitas seorang komunikator dapat dilihat dari berbagai faktor atau kompetensi. Berlo menjelaskan faktor kredibilitas seorang komunikator bisa timbul dari keterampilannya berkomunikasi, pengetahuan terkait materi

(knowledge), sikap jujur dan bersahabat (attitude), dan mampu beradaptasi dengan sistem sosial budaya masyarakat atau komunikan. (Cangara, 2014)

b) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Komunikasi akan berjalan efektif apabila komunikator mengenal bagaimana karakteristik dari khalayak yang dituju. Untuk mengetahui dan memahami khalayak sasaran dapat dilakukan dengan memetakan karakteristik dan preferensi dari khalayak. Terdapat tiga cara, yakni dengan melihat: (1) aspek sosiodemografi, seperti: usia, jenis kelamin, pendidikan, dll. (2) aspek profil psikologis, melihat kejiwaan masyarakat (terbuka, dendam, antipati, tertutup). (3) aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaan dalam kehidupan bermasyarakat, seperti: pelit, solidaritas tinggi, dll. Kotler dalam Cangara 2014, merumuskan enam hal yang menjadi dasar dalam memetakan target sasaran yakni: (1) demografi, (2) kondisi ekonomi, (3) kondisi fisik, (4) teknologi, (5) partai politik yang diikuti masyarakat, dan (6) kondisi sosial budaya masyarakat. Dalam memetakan tersebut diperlukan data yang bersumber dari masyarakat sasaran itu sendiri. (Cangara, 2014)

c) Teknik menyusun pesan

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

Pesan bersifat informatif, yakni merupakan pesan yang bersifat memberikan informasi, bersifat aktual ditantai dengan kebaruan. Dapat dikatakan bahwa pesan ini menekankan unsur kognitif dari khalayak. Kedua pesan bersifat persuasif,

yakni sebuah pesan atau informasi yang disusun diharapkan atau diusahakan dapat mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku khalayak terhadap program yang akan dilaksanakan. Ke-tiga pesan bersifat edukatif, yakni merupakan pesan yang sifatnya tidak hanya memberikan informasi saja, namun juga ke arah perubahan.

Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dikenal 2 teknik penyusunan yakni (1) one-side issue dan (2) Two-side issue. Teknik one side merupakan suatu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan satu sisi (kebaikan/keburukan). Sedangkan teknik two side menunjukkan dari dua sisi, yakni baik dan buruk.

d) Memilih media komunikasi

Pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Unesco merumuskan tiga hal yang menjadi dasar dalam pemilihan media, yakni: sumber daya komunikasi yang tersedia, pemilihan media, dan terjangkau tidaknya pesan. Lebih lanjut Cangara mengklasifikasikan media atau saluran komunikasi menjadi dua, yaitu: (1) Media lama, yang mencakup; media cetak, media elektronik, media luar ruang dan media format kecil, dan (2) Media baru, yakni internet.

e) Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan. Menurut Cangara (2014), terdapat dua jenis evaluasi, yakni evaluasi program dan evaluasi manajemen.

Evaluasi program merupakan evaluasi yang berfokus untuk melihat dan mengukur sejauh mana tujuan akhir yang ingin dicapai, dan untuk modifikasi tujuan program dan strategi. Sedangkan evaluasi manajemen merupakan evaluasi yang melihat pada pelaksanaan kegiatan, dengan mengidentifikasi apakah program berjalan lancar, adakah hambatan, dan cara untuk mengatasi hambatan tersebut.(Cangara, 2014)

Perencanaan strategis memberikan kontribusi berharga dalam keberhasilan suatu program komunikasi corporate. Komunikasi korporat dengan *stakeholder*-nya seharusnya direncanakan dengan efektif agar dapat membangun pemahaman lebih baik dari *stakeholder*, meningkatkan reputasi korporasi, memengaruhi sikap dari perilaku *stakeholder*,serta secara keseluruhan berdampak pada kesuksesan perusahaan. Sayangnya, pada kenyataannya perusahaan menengah terutama , tidak dapat melakukan perencanaan komunikasi korporasinya dengan baik.(Ganiem et al., 2019)

2.4. Corporate Social Responsibility (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu pendekatan kepada masyarakat dengan cara memegang komitmen karena perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab sosial bagi masyarakat dan lingkungan dengan cara mengeluarkan sebagian keuntungan untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

CSR secara global tidak hanya dimaknai sebagai sebuah aktivitas derma atau karitatif atau sikap sukarela yang dilakukan pihak perusahaan. Namun, paradigma baru CSR mengarah pada sebuah bentuk komitmen suatu perusahaan,

dalam melakukan tanggung jawab atau timbal balik (feed back) kepada masyarakat dan lingkungan, serta pembangunan ekonomi mandiri secara berkelanjutan.(Pranoto & Yusuf, 2014)

Bentuk tanggung jawab dapat berupa melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat yang banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan yang merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan.(Harahap, 2019)

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, berbicara tentang Corporate Social Responsibility , terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan dengan kedewmawanan. Padahal CSR terkait dengan sustainability dan acceptability, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan ingin usaha tersebut berkelanjutan dalam jangka panjang.(Suryani & Hendra, 2018)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kepedulian perusahaan kepada masyarakat terutama masyarakat sekitar. Dengan demikian masyarakat akan merasa senang dan dengan senang hati akan mendoakan kebaikan untuk perusahaan tersebut. Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki banyak manfaat bagi perusahaan meskipun perusahaan harus mengeluarkan sebagian keuntungan yang didapatnya. Adapun manfaat Corporate

Social Responsibility (CSR) bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

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

Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan dengan cara mengeluarkan Corporate Social Responsibility (CSR) maka masyarakat akan memberikan penilaian tersendiri bagi perusahaan. Mendapatkan izin hukum atau lisensi untuk beroperasi, secara sosial yaitu adanya Corporate Social Responsibility (CSR) memenuhi tugasnya dalam bagian sosial selain beroperasi untuk mendapatkan keuntungan.(Yunara, 2019)

2.5. Strategi Komunikasi CSR

Komunikasi CSR sebagai upaya perusahaan untuk berkomunikasi dengan setiap pemangku kepentingan terkait komitmen, kebijakan, program dan kinerja perusahaan dalam pilar ekonomi, lingkungan dan sosial. Selain itu komunikasi CSR dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membangun reputasi. Perusahaan

akan mengelola komunikasi CSR secara cermat karena memahami potensi kegiatan CSR terhadap reputasi perusahaannya, sehingga perusahaan melalui divisi CSRnya diharapkan bisa mengelola kemampuan untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, komunikasi CSR harus direncanakan, diarahkan, dan dilaksanakan secara berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan untuk menciptakan reputasi perusahaan sebagai hasil dari pelaksanaan program CSR yang telah dilaksanakan. (Rusdianto, 2013)

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

Secara umum CSR (Corporate Social Responsibility) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah didefinisikan sebagai suatu operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi untuk pembangunan sosial-ekonomi daerah secara holistik, terlembaga dan berkelanjutan. Ruang lingkup CSR meliputi Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan Hidup, Modal Sosial, serta Ekonomi dan Kewirausahaan. Ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melaksanakan CSR. Pertama, itu eksistensi perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan serta

perusahaan mendapat citra positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih besar kemungkinannya memperoleh akses terhadap permodalan (capital). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal kritis (critical Decision Making) dan menyederhanakan pengelolaan manajemen risiko.(Saleh et al., 2019)

Dalam pelaksanaannya menurut Wahyudi dan Azheri (2011) bentuk CSR bisa berupa dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu pengelolaan lingkungan kerja yang baik, kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat (khusus masyarakat lokal), penanganan kelestarian lingkungan, dan investasi sosial. Pemberdayaan berarti menyediakan sumber daya, peluang, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menentukan masa depan mereka sendiri dan untuk berpartisipasi serta mempengaruhi kehidupan masyarakatnya. Pengertian pemberdayaan lebih diarahkan pada peningkatan kemampuan suatu masyarakat agar mampu mandiri, dapat mengendalikan masa depannya bahkan dapat mempengaruhi orang lain. Salah satu praktik CSR yang menonjol di Indonesia adalah penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat (Community Development/CD). Maka CSR sebagai sebuah konsep yang berubah dan tumbuh sesuai dengan perkembangan dunia usaha dan kebutuhan masyarakat dapat menjadi salah satu jawabannya.(Saleh et al., 2019)

Kegiatan CSR yang telah diterapkan harus dikomunikasikan dengan baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan masyarakat, serta untuk target pemberdayaan masyarakat. (Saleh & Sihite, 2020)

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

Dalam strategi komunikasinya, perusahaan juga harus memilih media apa untuk mengomunikasikan kegiatan CSRnya. Media yang bisa jadi pilihan antara lain dokumen resmi, seperti laporan berkelanjutan yang diterbitkan setiap akhir tahun dan siaran pers. Selain itu, media lainnya adalah TV, majalah, koran, serta iklan di billboard atau dalam kemasan produk, termasuk pemanfaatan sosial media. (Saleh & Sihite, 2020)

2.6. Kesejahteraan Masyarakat

Dengan diketahuinya bahwa pembangunan adalah sebuah proses perubahan yang dilakukan secara terus-menerus dalam rangka mencapai suatu tujuan, maka pengertian pembangunan kesejahteraan sosial dapat diartikan sebagai sebuah proses perubahan, dilakukan secara berkesinambungan dalam rangka peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat. Kesejahteraan sosial masyarakat yang kami

maksud adalah kondisi dinamis dari suatu masyarakat yang mampu melaksanakan fungsi-fungsi sosialnya baik sandang, pangan, papan, kesehatan, dan rekreasi.

Jika setiap individu, keluarga atau kelompok masyarakat telah mampu melaksanakan fungsi-fungsi sosialnya, maka diharapkan kelak masyarakat ini untuk ikut menyelesaikan masalah-masalah sosial lain yang mungkin selalu timbul dari dampak perubahan sosial atau kemajuan pembangunan dan teknologi informasi. Kondisi inilah yang penulis sebut bahwa “kesejahteraan sosial” merupakan suatu kondisi yang harus diwujudkan bagi seluruh masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (spiritual, material, sosial) sehingga mampu melaksanakan fungsi-fungsi sosialnya. Kesejahteraan sosial adalah suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar, seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan dan perawatan kesehatan. (Yusri & Syafri, 2021)

Indikator kesejahteraan masyarakat yaitu tercapainya standar kehidupan pokok seperti sandang, pangan, dan papan serta tercapainya kebutuhan lainnya seperti kesehatan dan perlindungan. (Adi, 2012)

Fungsi-fungsi kesejahteraan sosial antara lain:

a. Fungsi Pencegahan (Preventive)

Kesejahteraan sosial ditujukan untuk memperkuat individu, keluarga, dan masyarakat supaya terhindar dari masalah-masalah sosial baru. Dalam masyarakat transisi, upaya pencegahan ditekankan pada kegiatan-kegiatan untuk membantu menciptakan pola-pola baru dalam hubungan sosial serta lembaga-lembaga sosial yang juga baru.

b. Fungsi Penyembuhan (Curative)

Kesejahteraan sosial ditujukan untuk menghilangkan kondisikondisi ketidakmampuan fisik, emosional, dan sosial agar orang yang mengalami masalah tersebut dapat berfungsi kembali secara wajar dalam masyarakat. Dalam fungsi ini tercakup juga fungsi pemulihan (rehabilitasi).

c. Fungsi Pengembangan (Development)

Kesejahteraan sosial berfungsi untuk memberikan sumbangan langsung ataupun tidak langsung dalam proses pembangunan atau pengembangan tatanan dan sumber-sumber daya sosial dalam masyarakat.

d. Fungsi Penunjang (Supportive)

Fungsi ini mencakup kegiatan-kegiatan untuk membantu mencapai tujuan sektor atau bidang pelayanan kesejahteraan sosial yang lain.(Ainun, 2020)

Indikator merupakan suatu yang dapat memberikan (menjadi) petunjuk atau keterangan. Untuk mendapatkan kesejahteraan memang tidak gampang, tetapi bukan berarti mustahil didapatkan, tidak perlu melakukan yang haram, sebab yang halal masih banyak yang bias dikerjakan untuk mencapai kesejahteraan, sehingga perlu memperhatikan indikator kesejahteraan.(Yunara, 2019)

Indikator kesejahteraan diantaranya:

a. Jumlah dan pemerataan pendapat

Hal ini berhubungan dengan masalah ekonomi pendapatan berhubungan dengan lapangan kerja, kondidi usaha, dan factor ekonomi lainnya. Penyediaan lapangan kerja mutlak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tanpa itu semua, mustahil manusia dapat mencapai kesejahteraan. Tanda-tanda masih

belum sejahterannya suatu kehidupan masyarakat adalah jumlah dan sebaran pendapatan yang mereka terima. Kesempatan kerja dan kesempatan berusaha diperlukan agar masyarakat mampu memutar roda perekonomian yang pada akhirnya mampu meningkatkan jumlah pendapatan yang mereka terima. Dengan pendapatan mereka ini, masyarakat dapat melakukan transaksi ekonomi.(Yunara, 2019)

b. Pendidikan yang semakin mudah untuk dijangkau.

Pengertian mudah disini dalam arti jarak dan nilai yang harus dibayarkan oleh masyarakat. Pendidikan yang mudah dan murah merupakan impian semua orang. Dengan pendidikan yang mudah dan murah itu, semua orang dapat dengan mudah mengakses pendidikan setinggi-tingginya. Dengan pendidikan yang tinggi itu, kualitas sumberdaya manusianya semakin meningkat. Dengan demikian kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak semakin terbuka. Sehingga kesejahteraan manusia dapat dilihat dari kemampuan mereka untuk mengakses pendidikan, serta mampu menggunakan pendidikan itu untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya.

c. Kualitas kesehatan yang semakin meningkat dan merata.

Kesehatan merupakan faktor untuk mendapatkan pendapatan dan pendidikan. Karena itu, faktor kesehatan ini harus ditetapkan sebagai hal yang utama dilakukan oleh pemerintah. Masyarakat yang sakit akan sulit memperjuangkan kesejahteraan dirinya.(Yunara, 2019)

Jumlah dan jenis pelayanan kesehatan harus sangat banyak. Masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Setiap saat mereka dapat mengakses layanan kesehatan yang murah dan berkualitas.(Yunara, 2019)

2.7. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan atau empowerment telah hadir di pertengahan abad ke-17 dan dipahami sebagai penanaman kewenangan (to invest with authority) atau memberikan kewenangan (authorize). Pemberdayaan masyarakat dinilai menjadi penting untuk dilakukan dalam upaya memberdayakan terutama pada kelompok maupun individu yang terlihat lemah dan rentan akan kemiskinan sehingga mereka memiliki kekuatan dan kemampuan untuk melepaskan diri dari berbagai macam permasalahan hidup, keterpurukan, dan keter-belakangan. Dengan melakukan pemberdayaan masyarakat, diharapkan kelompok mengalami kemajuan hidup, mandiri, dan dapat memenuhi segala kebutuhan hidup.(Haris, 2014)

Sementara itu Osmani (2000) mendefenisikan pemberdayaan sebagai suatu kondisi dimana orang yang tidak berdaya menciptakan suatu situasi sedemikian rupa sehingga mereka mampu menyampaikan keinginannya dan sekaligus mereka merasa dilibatkan di dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemerintahan.(Haris, 2014)

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu kemampuan individu yang bersenyawa dengan masyarakat dalam membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan, sehingga masyarakat dapat menemukan alternative baru dalam kehidupannya.(Octaviani et al., 2022)

Dari beberapa definisi yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang kepada masyarakat yang tidak berdaya, kurang mampu, sehingga masyarakat dapat disebut berdaya dengan pintar, maju, dan mampu untuk melanjutkan kehidupan menjadi lebih baik dari kehidupan sebelumnya. Kehidupan masyarakat dapat dikatakan berdaya apabila telah melewati berbagai upaya seperti Pendidikan, pendampingan, dan pelatihan sehingga masyarakat mengalami perubahan hidup sesuai harkat dan martabat mereka dalam melaksanakan hak dan kewajiban sebagai masyarakat pada umumnya.

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dapat dimulai dengan prinsip development. Yaitu, pengembangan konsep, tujuan serta sasaran kegiatan berdasarkan Analisa kebutuhan komunitas itu sendiri.

Pemberdayaan dapat dilakukan melalui peningkatan kapasitas masyarakat, perubahan perilaku masyarakat dan pengorganisasian masyarakat. Tentunya masih banyak kualitas masyarakat yang dapat dikembangkan, seperti kemampuan berbisnis, kemampuan mencari informasi, kemampuan mengelola kegiatan, kemampuan melakukan industri rumah tangga, dan lain-lain, tergantung

kebutuhan atau permasalahannya. Masyarakat. Hal terpenting dalam pemberdayaan adalah dimulai dari bagaimana menciptakan kondisi, iklim atau suasana yang memungkinkan berkembangnya potensi masyarakat.(Putra et al., 2023)

Dalam menganalisis kebutuhan tersebut, perusahaan harus bisa memahami situasi dan kondisi serta memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat sebenarnya. Analisis kebutuhan dapat dilakukan dengan melibatkan tokoh masyarakat sebagai salah satu cara dalam menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama.(Octaviani et al., 2022)

Tahap selanjutnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan sosialisasi program ke seluruh masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan. Dengan begitu, masyarakat akan merasa bertanggung jawab atas pelaksanaan hingga keberhasilan program yang dilakukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif, secara sederhana penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang sifatnya menggunakan penafsiran (*interpretif*) menggunakan banyak metode.

Metode deskriptif mengacu pada observasi dan suasana alamiah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, peneliti akan bertindak sebagai pengamat. Peneliti membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasi, serta peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi variabel.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala itu bersifat holistic (menyeluruh, tidak dapat dipisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yakni meliputi aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis. Deskriptif yaitu memberi gambaran yang menyeluruh dan jelas terhadap situasi sosial yang diteliti, komparatif terhadap berbagai peristiwa dari situasi sosial yang lain atau dari waktu yang lain. (Ainun, 2020)

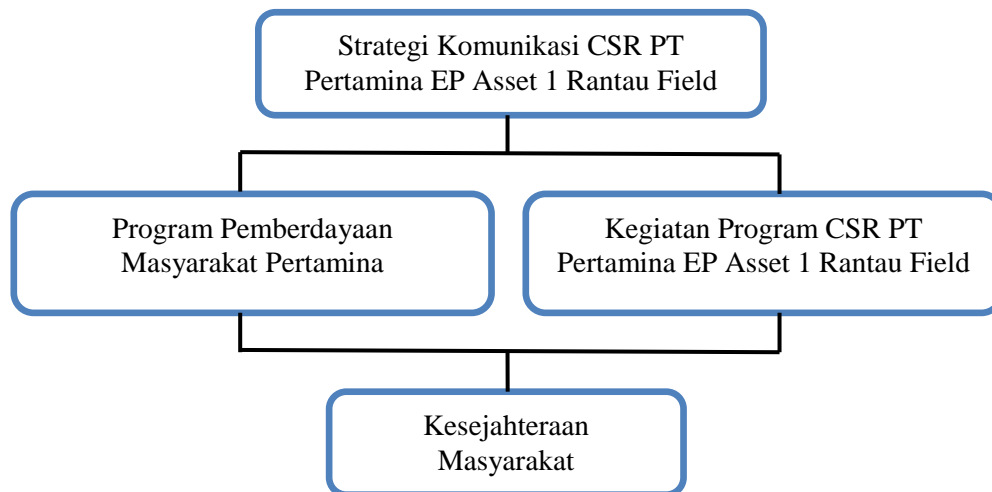
Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan

kualitatif ini peneliti mengharapkan hasil penelitian mampu menghasilkan suatu uraian yang memuaskan mengenai subyek penelitian, dalam hal ini adalah PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang.

3.2. Kerangka Konsep

Berikut ini merupakan kerangka konsep yang menggambarkan atau menjelaskan hubungan atau kaitan permasalahan yang diteliti:

Gambar 1.1 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Olahan, 2023

3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan suatu unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik masalah yang akan diteliti. Berikut ini merupakan definisis dari konsep-konsep yang akan di teliti:

1. Strategi komunikasi

Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan

(implementation) hingga evaluasi (evaluation) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah susunan rencana, manajemen, taktik, kendali, dan berbagai aktivitas lainnya dari komunikasi termasuk seluruh komponennya yang meliputi komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (akibat) yang dirancang agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan efisien serta sesuai dengan suatu tujuan yang diinginkan.

2. CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu pendekatan kepada masyarakat dengan cara memegang komitmen karena perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab sosial bagi masyarakat dan lingkungan dengan cara mengeluarkan sebagian keuntungan untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan citra yang baik dan mampu berkembang pesat karena mendapat dukungan dari masyarakat sekitar perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kepedulian perusahaan kepada masyarakat terutama masyarakat sekitar. Dengan demikian masyarakat akan merasa senang dan dengan senang hati akan mendoakan kebaikan untuk perusahaan tersebut.

3. Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Tingkat kesejahteraan dapat dinilai dari kemampuan seorang individu atau kelompok dalam usaha nya memenuhi kebutuhan material dan spiritual nya.

Kebutuhan material dapat kita hubungkan dengan pendapatan yang nanti akan mewujudkan kebutuhan akan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Kemudian kebutuhan spiritual kita hubungkan dengan pendidikan, kemudian keamanan dan ketentaraman hidup.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 1.1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Strategi komunikasi CSR PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field	<ul style="list-style-type: none"> - Memilih dan menetapkan komunikator - Analisis khalayak dan menetapkan target - Menyusun pesan - Memilih media - Evaluasi
2.	Kegiatan program CSR	<ul style="list-style-type: none"> - Bidang ekonomi - Bidang pertanian - Bidang kesehatan - Bidang sosial - Bidang pendidikan

Sumber: Hasil Olahan, 2023

Berikut merupakan definisi atau penjelasan dari kategorisasi yang digunakan dalam penelitian.

1. Strategi komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

- a) Memilih dan menetapkan komunikator. Komunikator merupakan pelaku/pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima.
- b) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Komunikasi akan berjalan efektif apabila komunikator mengenal bagaimana karakteristik dari khalayak yang dituju. Untuk mengetahui dan memahami khalayak sasaran dapat dilakukan dengan memetakan karakteristik dan preferensi dari khalayak.
- c) Teknik menyusun pesan. Pesan adalah informasi, ide, atau gagasan yang disampaikan oleh pengirim (komunikator) kepada komunikan dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Pesan dapat disampaikan dengan tiga teknik, yakni: informatif, persuasif, dan edukatif.
- d) Memilih media komunikasi. Pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh media baru, yakni internet.
- e) Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan.

2. Kegiatan program CSR

- a. Bidang ekonomi, membuat program Koperasi, membantu pengembangan UMKM sekitar

- b. Bidang pertanian, Meliputi bantuan pelayanan dan/atau fasilitasi di bidang pertanian untuk menunjang peningkatan kualitas hidup menuju kedaulatan dan kemandirian pangan.
- c. Bidang kesehatan, adanya program kesehatan, mengadakan kegiatan seminar yang berhubungan dengan kesehatan.
- d. Bidang sosial, meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial bagi penyandang masalah kesejahteraan sosial.
- e. Bidang pendidikan, pemberian beasiswa, pelatihan keterampilan dan seminar di bidang pendidikan.

3.5. Informan

Berdasarkan metode penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini maka informan ditentukan dengan cara purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian informan yang dipilih untuk diwawancarai adalah :

- a. CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field
- b. Koordinator Lapangan PPMP (Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina)
- c. Masyarakat kampung pertamina binaan PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara, informasi/narasumber dan dokumentasi.

1. Observasi

. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan sesuatu objek dengan sistematis fenomena yang diselidiki. Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Maksudnya adalah observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Observasi digunakan karena peneliti ingin lebih yakin tentang keabsahan data yang melalui pengalaman langsung di lapangan. Informasi yang diperoleh dari observasi adalah tempat, pelaku, kegiatan, objek, kejadian, waktu, peristiwa, dll.(Hasanah, 2016)

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber. wawancara digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang, misalnya untuk mencari data.(Arikanto, 2010) Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, dsb yang diperlukann untuk memenuhi tujuan dari berjalannya penelitian.

Wawancara mengharuskan kedua belah pihak baik itu peneliti maupun subjek kajian bertemu dan berinteraksi langsung dan aktif agar dapat mencapai tujuan dan data yang didapat baik dan akurat.

3. Dokumen studi

Disamping observasi partisipan dan wawancara, peneliti juga menggunakan beberapa dokumen dalam menjawab pertanyaan terarah selain studi dokumen lokasi, penelitian ini juga menggunakan metode diskusi dengan menggunakan pertukaran pikiran dengan orang yang memiliki kompetensi tentang topik yang diangkat. Dengan demikian, proses analisis yang merupakan hasil pengumpulan data hanya sebatas data yang dapat di peroleh

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat atau narasi, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Miles dan Huberman yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (Data Display)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Penyajian data paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan (Verification)

Kegiatan analisis data yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan diperoleh dari reduksi data dan display data. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. (Sugiyono, 2013)

3.8. Waktu Lokasi Penelitian

Waktu penelitian diperkirakan dimulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus. Penelitian ini dilaksanakan di PT Pertamina EP Asset 1 Field Rantau, Aceh Tamiang,

3.8.1. Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

1. Sejarah

Pertamina EP adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan usaha di sektor hulu bidang minyak dan gas bumi, meliputi eksplorasi dan eksploitasi. PT Pertamina EP didirikan pada 13 September 2005. Sejalan dengan pembentukan PT Pertamina EP maka pada tanggal 17 September 2005, PT Pertamina (Persero) telah melaksanakan penandatanganan Kontrak Kerja Sama (KKS) dengan BPMIGAS (sekarang SKKMIGAS) yang berlaku surut sejak 17 September 2003 atas seluruh Wilayah Kuasa Pertambangan Migas yang dilimpahkan melalui

perundangan berdasarkan UU Nomor 22 tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Sebagian besar wilayah PT Pertamina (Persero) tersebut dipisahkan menjadi Wilayah Kerja (WK) PT Pertamina EP. Pada saat bersamaan, PT Pertamina EP juga melaksanakan penandatanganan Kontrak Minyak dan Gas Bumi Pertamina untuk Wilayah Kerja Pertamina EP pada tanggal 17 September 2005 dengan BPMIGAS (sekarang SKKMIGAS) yang berlaku sejak 17 September 2005.

Dengan demikian Wilayah Kerja PT Pertamina EP adalah Wilayah Kerja yang dahulu dikelola sendiri oleh PT Pertamina (Persero) dan Wilayah Kerja yang dikelola PT Pertamina (Persero) melalui TAC (Technical Assistance Contract) dan JOB EOR (Joint Operating Body Enhanced Oil Recovery).

Di era 1800-an, kegiatan eksploitasi minyak Indonesia dimulai dari awal pemboran sumur minyak pertama yang dilakukan oleh Belanda pada tahun 1871 di daerah Cirebon. Lalu, Sumur Telaga Said di wilayah Sumatera Utara yang dibor pada tahun 1883 yang disusul dengan pendirian Royal Dutch Company di Pangkalan Brandan pada 1885.

Pada era 1950 ketika perang usai, Indonesia mulai menjalankan pemerintahan yang teratur, seluruh lapangan minyak dan gas bumi yang ditinggalkan oleh Belanda dan Jepang dikelola oleh negara. Hingga era 1950an, penemuan sumber minyak baru banyak ditemukan di wilayah Jawa Timur, Sumatera Selatan, Sumatera Tengah, dan Kalimantan Timur.

Cikal bakal Pertamina dibentuk setelah beberapa kali perubahan, berdasarkan SK Menteri Perindustrian No. 3177/M tanggal 15 Oktober 1957,

pada 10 Desember 1957 PT PERMINA berdiri. Dan berdasarkan UU No 8 tahun 1971, PT Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina) sebagai tonggak Migas di Indonesia.

Sejalan dengan dinamika industri migas di dalam negeri, Pemerintah menerbitkan Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 tahun 2001. Pada tanggal 13 September 2005, Pertamina (Persero) mendirikan anak perusahaan yaitu Pertamina EP. Selanjutnya pada tanggal 17 September 2005, Pertamina EP resmi menandatangani kontrak kerjasama dengan BP Migas (sekarang disebut SKK Migas).

Pada 1 April 2021, PT Pertamina (Persero) melakukan transformasi organisasi dan membaginya ke bentuk Holding-Subholding. Transformasi Holding-Subholding ini telah berpengaruh terhadap pengelolaan wilayah kerja dan sumber daya manusia (SDM) di seluruh anak perusahaan, termasuk Pertamina EP. Setelah transformasi, Pertamina EP menjadi bagian dari Subholding Upstream di bawah kelola PT Pertamina Hulu Energi.

Wilayah Kerja (WK) terbagi menjadi 5 Regional Upstream dan masing-masing Regional akan bertanggung jawab terhadap Zona yang ditetapkan (total 17 Zona). Pertamina EP dipercaya menjadi koordinator Regional 2 yang membawahi Zona 5, Zona 6 dan Zona 7 secara structural. Namun demikian, WK Pertamina EP memiliki keunikan karena beberapa Field yang dikelola juga tersebar di Regional 1, 3, dan 4.

Maka dari itu, hal ini juga berpengaruh pada jumlah SDM dan Struktur tata kelola dimana Direktur Regional 2 juga menjabat sebagai Direktur Utama dan bersinergi dengan Direktur 1, 3, dan 4.(PT Pertamina EP, 2020)

2. Visi dan Misi

Pertamina EP memiliki tata nilai sebagai komitmen perusahaan untuk mewujudkan visi dan misinya berdasarkan standar global dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Pertamina EP memiliki visi “Menjadi Perusahaan Migas Kelas Dunia” dan misi “Mengelola bisnis dan portofolio sektor Hulu Minyak dan Gas Bumi secara profesional dan menguntungkan serta memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan”. Pertamina EP memiliki tata nilai yang disebut sebagai AKHLAK, yang berasal dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.

3. Wilayah Kerja Asset 1 Field Rantau, Aceh Tamiang

Salah satu anak perusahaan Pertamina yang melaksanakan kegiatan-kegiatan CSR yaitu Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, merupakan anak perusahaan PT. Pertamina (Persero) yang bergerak di sektor hulu minyak dan gas untuk mengelola Wilayah Kuasa Pertambangan (WKP) Pertamina. PT Pertamina EP atau biasa disingkat dengan PEP, merupakan salah satu anak usaha Pertamina Hulu Energi yang berjalan di bidang pengeboran minyak dan gas. Salah satu PEP di Indonesia yaitu PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang, Provinsi Aceh.

PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field merupakan perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di sektor hulu bidang minyak dan gas bumi. Selain

itu PT Pertamina EP 1 Rantau Field juga melakukan kegiatan usaha penunjang lainnya, yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung kegiatan usaha utama. PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field juga harus menciptakan hubungan baik yang dapat berupa terjalinnya komunikasi antara pihak perusahaan dan masyarakat. Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yaitu Program Pemberdayaan Masyarakat.

PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field merupakan salah satu sektor usaha yang termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang perminyakan. Dikarenakan status perusahaannya yang berbentuk perseroan, maka PT. Pertamina berkewajiban untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial sesuai dengan amanat yang tertera dalam undang-undang. Seperti yang tercantum pada pasal Undang-Undang No 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Dalam pasal 15 b UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan”.

PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field turut serta dalam memaksimalkan sumber-sumber daya yang ada, kemudian mengemasnya dalam sebuah inovasi. Berbagai inovasi telah diciptakan bersinergi dengan isu-isu penting yang ada di tengah-tengah masyarakat, yang kemudian di wujudkan demi mendukung terwujudnya kesejahteraan masyarakat.(PT Pertamina EP, 2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi wawancara

Bab ini menyajikan deskripsi dari data yang diperoleh melalui penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah bagaimana strategi komunikasi csr pertamina aceh tamiang dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.

Mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang dilakukan penulis, yang pertama, penelitian diawali dengan pengumpulan berbagai dokumen dari kantor PT. Pertamina EP Aset 1 Rantau Field seperti hal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dijawab, kedua, penulis melakukan sejumlah wawancara dengan senior CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, Senior Koordinator Lapangan PPMP (Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, serta masyarakat binaan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.

Sedangkan data-data sekunder didapatkan dari studi kepustakaan serta dokumen-dokumen yang didapat lokasi penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan selama kurang lebih dari 3 (tiga) minggu dilokasi penelitian, yaitu

kantor PT.Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, PPMP (Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina).

Berikut ini akan disajikan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu dikantor PT.Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dan Masyarakat binaan di kompleks PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.

4.1.2. Penentuan Informan

Pada penelitian kualitatif penentuan informan dapat dilakukan dengan dua sistem, yaitu sistem purposive dan sistem bola salju (snowball). Sistem purposive dilakukan dengan menetapkan kriteria yang tepat terhadap informan yang akan diwawancarai, sedangkan pada sistem bola salju (snow ball) informan didapatkan dari rekomendasi informan sebelumnya, dan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian pada senior CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, Senior Koordinator Lapangan PPMP (Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, serta masyarakat binaan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field. dengan mewawancarai beberapa informan,yakni:

Tabel 1.2 Informan

No.	Nama	Profesi/Jabatan
1.	Budi Hermawan	CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field
2.	Andri Priwanda	Senior Koordinator Lapangan PPMP (Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field
3.	M. Ilham Syah	Petani/ masyarakat binaan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

Sumber: Hasil Olahan, 2023

4.1.3. Strategi Komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation) hingga evaluasi (evaluation) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah susunan rencana, manajemen, taktik, kendali, dan berbagai aktivitas lainnya dari komunikasi termasuk seluruh komponennya yang meliputi komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (akibat) yang dirancang agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan efisien serta sesuai dengan suatu tujuan yang diinginkan.

Tentunya dalam melaksanakan CSR perusahaan harus merencanakan terlebih dahulu strategi komunikasi yang digunakan untuk menunjang keberhasilan program CSR itu sendiri. Agar pelaksanaan program CSR dapat berjalan lancar dengan baik dilapangan, maka perusahaan perlu menyiapkan sumber daya manusia

yang cukup dan berkomitmen. Oleh karena itu dalam meningkatkan program ini memiliki strategi. Adapun strategi yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

a) Memilih dan menetapkan komunikator.

Komunikator merupakan pelaku/pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima.

b) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.

Komunikasi akan berjalan efektif apabila komunikator mengenal bagaimana karakteristik dari khalayak yang dituju. Untuk mengetahui dan memahami khalayak sasaran dapat dilakukan dengan memetakan karakteristik dan preferensi dari khalayak.

c) Teknik menyusun pesan.

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

d) Memilih media komunikasi.

Pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh media baru, yakni internet.

e) Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan.

Sebagaimana dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Di CSR perusahaan ada namanya sosial mapping atau pemetaan sosial mereka itu memiliki kajian riset, pihak csr meminta riset berbagai desa diwilayah ring 1 di Pertamina Rantau setelah itu dianalisis oleh tim ahli”

Dalam wawancara yang dilakukan Bapak Budi Hermawan menjelaskan mengenai setelah dilakukannya riset lalu munculah berbagai program yang memiliki potensi masyarakat seperti di daerah Rantau Pauh tepatnya di dusun Batu Delapan yang memiliki petani aren tetapi petani yang masih konvensional sekali, lalu dilakukannya analisis dan munculah berbagai indikator yang terhubung dengan wilayah, setelah mendapatkan opsi hal yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan pemberdayaan di ring 1 desa Rantau Pauh.

Setelah melakukan pertemuan dengan perangkat desa dan melakukan kegiatan komunikatif dengan cara cara orang lama yang menggunakan tutur bahasa, perusahaan mengumpulkan dan melakukan hal hal seperti membentuk kelompok lalu bekerja sama dengan berbagai pihak, sebagai prinsip dalam menjalankan pemberdayaan dimana dari pihak government juga di libatkan dari tingkat desa sampai kabupaten bahkan pernah ingin menjelajahi sampai tingkat provinsi. Dinas industri kecil, lalu masyarakat itu sendiri, dan ngo (non government) di libatkan karena mereka merupakan bagian dari aspirasi masyarakat.

Sebagaimana dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“kita punya rencana kerja kita libatkan mereka, setelah itu kita bentuk kelompok, kita lakukan pembuatan renstra (rencana strategi) lima tahun”

Dari pernyataan diatas bahwa tahap sosial mapping merupakan dasaran yang penting untuk melakukan strategi komunikasi yang direncanakan. Sosial mapping yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field akan memberikan hasil yang merujuk kepada pilihan untuk menetapkan komunikator yang cocok pada program atau kegiatan yang direncanakan, menetapkan target sebagai tujuan untuk menjalankan program CSR, lalu meyusun pesan yang akan disampaikan, memilih media yang akan digunakan dan melakukan evaluasi yang lebih berkualitas karena dilakukan riset secara bertahap.

Sebagaimana dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Basisnya itu adalah sosial mapping atau pemetaan, ada lima yang bisa dijadikan potensi sebagai indikator, manusia, alam, finansial, infrasutruktur, serta modal sosial atau kepercayaan terhadap satu sama lain”.

Selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field Bapak Budi Hermawan juga menambahkan:

“Di rencana kerja itu memiliki banyak hal, seperti yang saya sebutkan tadi, strategi komunikasi kami melalui hal-hal yang edukatif, selain mensosialisasikan kegiatan-kegiatan yang ada di tahun itu atau tahun kedepannya, kami juga melakukan peningkatan kapasitas, seperti mengundang beberapa expert di berbagai bidangnya”.

Dalam pelaksanaan program CSR tentu harus mempertimbangkan bagaimana program tersebut akan dijalankan serta memperhitungkan berapa alokasi dana yang dikeluarkan agar program yang dijalankan tersebut benar-benar bermanfaat dan tepat sasaran. Sehingga program yang dijalankan tersebut dapat memberikan manfaat yang baik kepada masyarakat. Karena itu dalam wawancara yang dilakukan Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjawab pertanyaan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Strategi komunikasi yang digunakan adalah melalui pendekatan dengan kegiatan informal, eksklusif, seperti mengumpulkan masyarakat, sampai kita pernah buka puasa bersama, liburan bersama, studi banding , melakukan pameran, dan itu menurut saya merupakan strategi yang kami lakukan untuk menjaga kesejahteraan perusahaan dan masyarakat itu sendiri”

Berdasarkan penjelasan diatas strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field berbasis sosial mapping, lalu terbentuklah sebuah kelompok yang merupakan bagian dari komunikator, khalayak atau target dari program yang akan di jalankan, lalu mereka menggunakan pendekatan dengan kegiatan informal ataupun kegiatan yang bersifat kebersamaan untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan, karena pendekatan yang dilakukan adalah kegiatan informal yang berlangsung dengan tatap muka, maka media yang mereka gunakan juga terhubung dengan penyampaian pesan,

Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Untuk sosialisasi program kami lakukan secara tatap muka, tapi kami tidak selalu melakukan pendekatan secara formal, kami juga sering melakukan pendekatan secara informal seperti bergabung bersama warga sekitar, diskusi bersama dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara informal lainnya, karena dari situ bisa terbangunnya kepercayaan dari masyarakat, tapi lebih dari 70 % masyarakat memiliki kepercayaan kepada kami dari kegiatan informal tersebut. Secara general kami melakukan sosialisasi dengan mengumpulkan masyarakat”

Setelah kegiatan atau program CSR berjalan maka PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field akan melakukan monitoring ataupun evaluasi sebagai bentuk terakhir dari strategi komunikasi yang dilakukan. Evaluasi dilakukan oleh perusahaan terhadap kegiatan dan lokasi agar pelaksanaan program berjalan sesuai dengan peraturan perusahaan. Evaluasi dibutuhkan untuk mengetahui permasalahan atau kekurangan yang terjadi dalam perusahaan. Hal ini disampaikan oleh, Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjelaskan bahwa:

“Setelah kami melakukan monitoring, kami melakukan kegiatan evaluasi, berbasis dokumen, indikatornya ini memiliki evaluasi atau permasalahan apa dari monitoring yang dilakukan. CSR itu adalah manifestasi dari kehidupan sehari-hari kita, memberdayakan dari personal, komunitas, maupun secara cakupan yang lebih penting.”

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa pihak ketiga dan masyarakat merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan setelah terencana strateginya. Hal ini terbukti menggunakan bantuan pihak ketiga yang bukan dari tim pelaksanaan CSR dan juga bukan merupakan dari bagian PT.

Pertamina EP Asset 1 Rantau Field untuk melaksanakan kegiatan atau program yang di rencanakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Pelatihan yang kami lakukan sesuai dengan kebutuhan program dari bidang yang dilakukan seperti ekowisata yang pernah kami lakukan , kami dapat mengundang tenaga ahli atau expert di bidang tersebut sebagai pemateri sesuai dengan materi yang akan di lakukan dan diterapkan di program tersebut”.

Berdasarkan hasil penelitian strategi yang efektif adalah dengan menjaga komunikasi yang baik dengan masyarakat dan juga NGO (non government) sangat diperukan saat melakukan kegiatan CSR,hal ini untuk menjaga program berjalan dengan baik. Strategi-strategi yang direncanakan dan direalisasikan dengan sebaik mungkin dan adanya operasional yang benar dengan begitu dapat dipahami terbentuknya sebuah citra perusahaan dan kesejahteraan untuk masyarakat.

Sebagaimana Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjawab pertanyaan mengenai faktor penting dalam menjalankan strategi yang sudah direncanakan:

“Tanpa adanya komunikasi yang baik dengan stakeholder, diluar pertaminanya sendiri program itu akan sangat sulit berjalan”.

Dalam implementasi CSR yang diterapkan oleh PT.Pertamina EP Asset 1

Rantau Field memberikan kesejahteraan bagi khususnya masyarakat sekitar perusahaan dan sudah memberikan dampak yang baik bagi citra perusahaan.

Pada wawancara yang dilakukan Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field mengatakan:

“Hasil yang kami dapatkan itu, seperti penghargaan, citra yang ada di masyarakat dan award seperti proper. Lalu ke masyarakatnya adalah peningkatan kapasitas dan peningkatan ekonomi, kami tau karena kami memiliki catatan yang namanya evaluasi report, monitoring dilakukan, berapa penghasilannya di bulan ini, bulan depan dan seterusnya bahkan sebelum keluarnya program pasti kami memiliki catatan. Kalau peningkatan kapasitas juga dilakukan seperti pengurus ataupun masyarakat yang sudah menjalani program ataupun pelatihan yang kami lakukan lebih ke kualitas diri”.

Sebagaimana hasil yang telah dicapai oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, mereka juga memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan citra perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dalam wawancara mengenai pemilihan media dalam strategi komunikasi yang digunakan:

“Kami memanfaatkan sosial media itu untuk memberitakan atau untuk menginformasikan program bukan untuk mengajak untuk mengikuti pelatihan dan semacamnya, karena pelatihan dilakukan oleh pihak internal yang sudah direncanakan. Sosial media kami gunakan sebagai sarana untuk berita yang membahagiakan”

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi CSR yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Asset

1 Rantau Field dimulai dari basis sosial mapping, untuk menetapkan komunikator, target dalam kegiatan atau program yang akan dijalankan, cara mereka menyusun pesan yang akan disampaikan, pendekatan informal yang mereka gunakan, hingga memilih media lalu diakhiri dengan tahap monitoring dan evaluasi merupakan efektivitas dari penilaian atas kegiatan pengelolaan dan pemanfaat CSR, evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang masih menghambat jalannya program CSR dan merumuskan rencana tindakan berikutnya.

4.1.4. Kegiatan Pelaksanaan Program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

Dalam setiap menjalankan suatu program atau kegiatan dalam suatu perusahaan tentu dibutuhkan kerjasama dalam menjalankan program atau kegiatan tersebut. Bagaimana pihak internal perusahaan yang terlibat dalam program atau kegiatan yang dijalankan tersebut dapat bersama-sama saling membantu satu sama lain untuk mensukseskan program atau kegiatan yang dibuat.

Pada kegiatan atau program-program yang ada di PT. Pertamina Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dapat dibagi menjadi beberapa bidang seperti bidang ekonomi, bidang pertanian, bidang kesehatan, bidang sosial dan bidang pendidikan.

Sebagaimana Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjawab pertanyaan mengenai bidang apa saja yang ada di PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Ada berbagai bidang yang sesuai dengan arahan dari pemerintah, sedangkan ppmp difokuskan pada pertanian dan alat pertanian, di daerah Batu Delapan, Rantau Pauh membudidayakan pertanian yang masih memegang kultur ada produksi gula aren, di kota Karang Baru ada rumah kreatif tamiang yang memiliki bengkel difabel, inklusi coffe, produksi rumah kreatif tamiang sendiri dan ada galeri ajang hamba yang merupakan UMKM yang berada di aceh tamiang dan non aceh tamiang”.

Dalam wawancaranya Bapak Budi Hermawan juga mengatakan bahwa Galeri Ajang Ambe sendiri merupakan pemberdayaan perempuan berbasis ekonomi dengan merangkul banyak UMKM, dan UMKM ini dirangkul dengan koperasi serba usaha ajang ambe, lalu di koperasi ini rata-rata anggotanya para ibu-ibu dan mereka punya unit usaha yang bernama gerai pemasaran galeri ajang ambe, dan galeri tersebut difasilitasi oleh pengurus ajang ambe lalu produk akan dijual ke berbagai instansi dan market place,

Dan bergeser ke ujung tamiang daerah pusung kapal , ekowisata ujung tamiang yang fokus terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir yang memiliki fokus konservasi dan pemberdayaan pemuda melalui kelompok sadar wisata pusung kapal, konservasi yang dimaksud adalah melindungi satwa, fauna dan flora yang memang sudah di ambang batas kritis seperti tuntung laut.

Bergeser ke Aceh Timur , tamper palo, sekolah anak nangroe dengan fokus pendidikan dan untuk kesehatan mereka membuat posyandi pelawi, posyandu kenari dan posyandu suka jadi yang didampingi oleh program CSR pertamina. Dan yang paling penting dari semua bidang yaitu infrastruktur atau pembangunan sebagai fasilitas utama.

Dalam bidang ekonomi mereka memiliki banyak program salah satunya yaitu Galeri Ajang Ambe. Latar belakang program ini dibentuk berasal dari

kondisi sosial ekonomi perempuan yang ada di Aceh Tamiang. Situasi kerentana ekonomi perempuan dilihat sebagai isu sosial yang penting selain persoalan kesejahteraan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field. melalui kegiatan CSR,PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Fieldmulai melaksanakan program pemberdayaan ekonomi dan perempuan yang tertuju pada kelompok UMKM lokal sebagai penerima manfaat utama.

Pada awal mula berdirinya, Galeri Ajang Ambe berfungsi sebagai tempat pemasaran yang merepresentasikan produk dari UMKM binaan CSR PT. Pertamina EP Asset 1Rantau Field. Seiring berkembangnya usaha, Galeri Ajang Ambe kini dikenal sebagai pelopor pusat oleh-oleh di Kabupaten Aceh Tamiang yang mempertahankan produk UMKM lokal sebagai produk utama.(Hidayat et al., 2018)

Dalam bidang pertanian, PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Fieldmemiliki PPMP sebagai salah satu program yang ada. Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina atau biasa disebut dengan PPMP berawal dari munculnya ide para pengelola program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Fielduntuk membangun sebuah program besar yang menjadi identitas CSR seluruh Field PT. Pertamina EP di seluruh Indonesia. Sebagaimana disampaikan dalam wawancara oleh Bapak Andri Priwanda selaku Koordinator lapangan PPMP:

“PPMP merupakan salah satu program CSR yang ada di Pertamina, berhubung di field rantau ini merupakan perwakilan dari seluruh field dari Pertamina EP di seluruh Indonesia”.

PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field telah mendirikan PPMP dari tahun 2014 hingga sekarang. Semenjak PPMP didirikan konsep pertanian yang diusung telah diputuskan untuk menggunakan konsep LEISA. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Andri Priwanda selaku Koordinator lapangan PPMP dalam wawancaranya:

“Program pemberdayaan ini diresmikan di tahun 2014, sebelum covid kami melakukan seleksi alam. Ada masyarakat yang diajukan oleh perusahaan ada juga yang melakukan program secara mandiri, mereka tertatik dengan program dan pelatihan yang ada di PPMP”

Sebagaimana program ini dijalankan dalam bidang pertanian, konsep dari PPMP juga mencakup pada peternakan, perikanan hingga kerajinan. Dalam wawancaranya Bapak Andri Priwanda selaku Koordinator lapangan PPMP menjelaskan:

“Konsep PPMP kan itu adalah pertanian, peternakan dan perikanan, kami melakukan pemijahan hingga pembesaran, kalau untuk peternakan kami hanya memiliki sapi dan itik bertelur, kami lakukan dari awal seperti fasilitas hingga olahan pangan ternak, kalau dari pertaniannya sendiri kami melakukan banyak kegiatan, seperti persawahan, hingga budidaya jamur tiram, bahkan kami melakukan pengolahan serta kerajinan dari bahan alami yang ada”.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, PPMP Field Rantau mampu mendorong kemandirian, menimbulkan jiwa usaha dan menciptakan pemberdayaan melalui proses replikasi.

Dalam bidang kesehatan , PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memiliki program posyandu. Posyandu selama ini dikenal sebagai ujung tombak Kementerian Kesehatan dalam memfasilitasi kesehatan masyarakat khususnya bayi dan balita. Fungsi posyandu tidak hanya terbatas pada penjamin kesehatan bayi dan balita, akan tetapi juga sebagai media informasi bagi kesehatan ibu baik selama mengandung ataupun selama menyusui.(Hidayat et al., 2018)

Karena itu PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field membuat program CSR yang dinamakan sebagai Program Pendampingan Posyandu Pelawi Menuju Posyandu Mandiri.

Sebagaimana dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Untuk kesehatan kami membuat posyandi pelawi, posyandu kenari dan posyandu suka jadi yang didampingi oleh program csr pertamina, kami mendirikan fasilitas berhasil mengebangkan dana sehat mandiri yang berasal dari produksi makanan dan minuman”.

Dalam bidang sosial, PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field banyak melakukan kegiatan pelatihan di ruang lingkup sosial. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field:

“Dan bergeser ke ujung tamiang daerah pusung kapal , ekowisata ujung tamiang yang fokus terhadap pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat pesisir yang memiliki fokus konserfasi dan pemberdayaan pemuda melalui kelompok sadar wisata pusung kapal, konserfasi yang dimaksud adalah melindungi satwa, fauna dan flora yang memang sudah di ambang batas kritis seperti tuntung laut. Pelatihan yang kami lakukan sesuai dengan kebutuhan program dari bidang yang dilakukan seperti ekowisata yang pernah kami lakukan , kami dapat mengundang tenaga ahli atau expert di

bidang tersebut sebagai pemateri. sesuai dengan materi yang akan di lakukan dan diterapkan di program tersebut”.

Secara general PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field juga menggunakan pendekatan informal ke masyarakat sebagai kegiatan sosial, PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field juga memanfaatkan media berita sebagai sarana kegiatan sosial.

Dalam bidang pendidikan, PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memiliki sekolah tampur palo, dan tahun ini sedang berfokus pada pemberdayaan disabilitas. Sebagaimana Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjelaskan:

“Bergeser ke Aceh Timur tampur palo, kami memiliki sekolah anak nangroe dengan fokus pendidikan. Fokus pendidikan tahun ini ada di rumah kreatif tamiang, itu ada sub kegiatan yang mendampingi sekolah SLB, jadi teman-teman yang difabel kita masuknya melalui ke sekolahnya jadi mitra kita itu sekolah bukan muridnya dan itu sedang berjalan. Dan yang sudah pernah ada adalah sekolah anak nangroe tampur paloe dengan konsep fun resing merupakan bagaimana mereka mandiri dengan cara mereka sendiri dengan potensi yang ada seperti kebun sekolah dan ternak sekolah untuk kegiatan operasional sekolah”.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memiliki program yang terbagi menjadi lima bidang yakni bidang ekonomi, bidang pertanian, bidang kesehatan, bidang sosial dan bidang pendidikan. PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memberikan fasilitas berupa pembangunan dan pendanaan serta pelatihan.

4.1.5. Manfaat CSR sebagai Bentuk Kesejahteraan Masyarakat

Adanya pembangunan atau fasilitas yang di dirikan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field sangat berguna bagi masyarakat, khususnya yang berada disekitar perusahaan, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan

meningkatkan pemeliharaan fasilitas penduduk. Manfaat bagi perusahaan sendiri yaitu dapat meningkatkan citra perusahaan dan mengembangkan kerjasama antara perusahaan dengan stakeholdernya serta memperoleh penghargaan.

Sebagaimana Bapak Budi Hermawan selaku CDO (Community Development Officer) PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menjelaskan:

“Hasil yang kami dapatkan itu, seperti penghargaan, citra yang ada di masyarakat dan award seperti proper. Lalu ke masyarakatnya adalah peningkatan kapasitas dan peningkatan ekonomi, kami tau karena kami memiliki catatan yang namanya evaluasi report, monitoring dilakukan, berapa penghasilannya di bulan ini, bulan depan dan seterusnya bahkan sebelum keluarnya program pasti kami memiliki catatan. Kalau peningkatan kapasitas juga dilakukan seperti pengurus ataupun masyarakat yang sudah menjalani program ataupun pelatihan yang kami lakukan lebih ke kualitas diri”

Narasumber lainnya, Bapak Andri Priwanda selaku Koordinator lapangan PPMP juga menjelaskan dalam wawancaranya:

“Secara pendapatan yang merasakan adalah masyarakat, karena kami meriset, lalu melakukan pelatihan atau bahkan diskusi kecil yang dilakukan pasti diberikan ke masyarakat. Hasil yang didapatkan oleh masyarakat pasti peningkatan kapasitas sumber daya, lalu kalau mereka berusaha melakukan pengolahan setelah program pasti akan meningkatnya kapasitas ekonomi mereka. Perusahaan juga memberikan beberapa lahan untuk masyarakat yang sudah di targetkan dengan menggunakan analisis dan sosial mapping”.

Dan sebagai masyarakat yang menjadi bagian binaan dari program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field Bapak Ilham menjelaskan dalam wawancaranya:

“Saya mengikuti pelatihan dari tahun 2016, saya juga mendapatkan lahan dari perusahaan dari tahun 2016, saya dapat melakukan kegiatan pertanian dari tahun tersebut, saya juga sering melakukan diskusi kecil dengan koordinator PPMP, efektivitas dari diskusi dan pelatihan yang dilakukan merupakan keberhasilan besar untuk kegiatan pengolahan pertanian. Saya sangat terbantu dari hasil kegiatan pertanian tetapi tergantung dari petaninya

sendiri ingin melakukan kegiatan bertani atau tidak”.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, manfaat dari terbentuknya kegiatan dan program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field didapatkan oleh masyarakat dan juga pihak PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field. Masyarakat mendapatkan kesejahteraan berupa peningkatan ekonomi dan peningkatan kualitas diri sedangkan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field mendapatkan penghargaan, citra baik serta proper award.

4.2. Pembahasan

Pemberdayaan dapat dilakukan melalui peningkatan kapasitas masyarakat, perubahan perilaku masyarakat dan pengorganisasian masyarakat. Tentunya masih banyak kualitas masyarakat yang dapat dikembangkan, seperti kemampuan berbisnis, kemampuan mencari informasi, kemampuan mengelola kegiatan, kemampuan melakukan industri rumah tangga, dan lain-lain, tergantung kebutuhan atau permasalahannya. Masyarakat. Hal terpenting dalam pemberdayaan adalah dimulai dari bagaimana menciptakan kondisi, iklim atau suasana yang memungkinkan berkembangnya potensi masyarakat.(Putra et al., 2023)

Dalam menganalisis kebutuhan tersebut, perusahaan harus bisa memahami situasi dan kondisi serta memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat sebenarnya. Analisis kebutuhan dapat dilakukan dengan melibatkan tokoh masyarakat sebagai salah satu cara dalam menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama.(Octaviani et al., 2022)

Pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh perusahaan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Indikator kesejahteraan masyarakat yaitu tercapainya

standar kehidupan pokok seperti sandang, pangan, dan papan serta tercapainya kebutuhan lainnya seperti kesehatan dan perlindungan.(Adi, 2012)

Untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dibutuhkan strategi komunikasi yang baik, tentunya dalam melaksanakan CSR perusahaan harus merencanakan terlebih dahulu strategi komunikasi yang digunakan untuk menunjang keberhasilan program CSR itu sendiri. Agar pelaksanaan program CSR dapat berjalan lancar dengan baik dilapangan, maka perusahaan perlu menyiapkan sumber daya manusia yang cukup dan berkomitmen. Oleh karena itu dalam meningkatkan program ini memiliki strategi. Adapun strategi yang digunakan oleh PT.PertaminaEP Asset 1 Rantau Field, memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan kebutuhan khalayak, memilih teknik dalam menyusun pesan, memilih media komunikasi dan yang terakhir dilakukannya evaluasi.

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki tujuan diantaranya yaitu untuk mempertahankan citra positif perusahaan melalui program CSR, mendapatkan kepercayaan dan menjalin hubungan baik masyarakat agar segala kegiatan bekerja berjalan dengan lancar. Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki kewajiban untuk melaksanakan kegiatan

tanggung jawab sosial sesuai dengan Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 yakni “Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Sebagai salah satu perusahaan yang termasuk dalam BUMN yang patuh terhadap amanat Undang-Undang, maka PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field membentuk kegiatan dan program-program CSR yang terbagi menjadi lima bidang, yakni bidang ekonomi, bidang pertanian, bidang kesehatan, bidang sosial serta bidang pendidikan.

Dari pernyataan diatas bahwa tahap sosial mapping merupakan dasaran yang penting untuk melakukan strategi komunikasi yang direncanakan. Sosial mapping yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field akan memberikan hasil yang merujuk kepada pilihan untuk menetapkan komunikator yang cocok pada program atau kegiatan yang direncanakan, menetapkan target sebagai tujuan untuk menjalankan program CSR, lalu menyusun pesan yang akan disampaikan, memilih media yang akan digunakan dan melakukan evaluasi yang lebih berkualitas karena dilakukan riset secara bertahap.

Sosial Mapping atau biasa disebut dengan pemetaan sosial merupakan salah satu metode sebagai langkah awal dalam manajemen CSR. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) sangat berkaitan erat dengan konsep sustainability development (pembangunan yang berkelanjutan). Namun pelaksanaan CSR di Indonesia lebih sering dipahami sebagai upaya pengembangan masyarakat (community development) oleh perusahaan, yang

diperuntukkan untuk masyarakat di sekitar lokasi perusahaan. Program CSR merupakan suatu bagian dari upaya pengembangan institusi/perusahaan dalam bidang pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. (Achmad, 2023)

Strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field berbasis sosial mapping, lalu terbentuklah sebuah kelompok yang merupakan bagian dari komunikator, khalayak atau target dari program yang akan di jalankan, lalu mereka menggunakan pendekatan dengan kegiatan informal ataupun kegiatan yang bersifat kebersamaan untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan, karena pendekatan yang dilakukan adalah kegiatan informal yang berlangsung dengan tatap muka, maka media yang mereka gunakan juga terhubung dengan penyampaian pesan.

Setelah kegiatan atau program CSR berjalan maka PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field akan melakukan monitoring ataupun evaluasi sebagai bentuk terakhir dari strategi komunikasi yang dilakukan. Evaluasi dilakukan oleh perusahaan terhadap kegiatan dan lokasi agar pelaksanaan program berjalan sesuai dengan peraturan perusahaan. Evaluasi dibutuhkan untuk mengetahui permasalahan atau kekurangan yang terjadi dalam perusahaan.

PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memiliki program yang terbagi menjadi lima bidang yakni bidang ekonomi, bidang pertanian, bidang kesehatan, bidang sosial dan bidang pendidikan. PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memberikan fasilitas berupa pembangunan dan pendanaan serta pelatihan. Basisnya itu adalah sosial mapping atau pemetaan, ada lima yang bisa dijadikan

potensi sebagai indikator, manusia, alam, finansial, infrastruktur, serta modal sosial atau kepercayaan terhadap satu sama lain.

Sistem pendanaan yang dilakukan sesuai dengan prioritas yang sudah di buat melalui rencana kerja, tetapi PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field tetap melakukan pendanaan ke semua program yang sedang berjalan dengan tujuan semua bidang dapat terakomodir dengan baik.

Bentuk tanggung jawab dapat berupa melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat yang banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan yang merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan. (Harahap, 2019)

Berdasarkan penjelasan diatas, kegiatan dan program CSR yang dilakukan oleh PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Manfaat dari terbentuknya kegiatan dan program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field didapatkan oleh masyarakat dan juga pihak PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field. Masyarakat mendapatkan kesejahteraan berupa peningkatan ekonomi dan peningkatan kualitas diri sedangkan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field mendapatkan penghargaan, citra baik serta proper award.

Berdasarkan hasil yang telah didapat oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dan masyarakat yang juga merasakan dampak dari program serta kegiatan

CSR yang dilakukan maka dapat disimpulkan penelitian ini sesuai dengan teori pemberdayaan masyarakat. salah satu praktik CSR yang menonjol di Indonesia adalah penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat (Community Development/CD). Maka CSR sebagai sebuah konsep yang berubah dan tumbuh sesuai dengan perkembangan dunia usaha dan kebutuhan masyarakat dapat menjadi salah satu jawabannya.(Saleh et al., 2019)

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Strategi komunikasi CSR yang digunakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field berbasis sosial mapping, lalu terbentuklah sebuah kelompok yang merupakan bagian dari komunikator, khalayak atau target dari program yang akan di jalankan, lalu mereka menggunakan pendekatan dengan kegiatan informal untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan, karena pendekatan yang dilakukan adalah kegiatan informal yang berlangsung dengan tatap muka, maka media yang mereka gunakan juga terhubung dengan penyampaian pesan. Setelah itu dilakukanlah monitoring dan evaluasi sebagai bagian akhir dari strategi komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field.
2. PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field memiliki program yang terbagi menjadi lima bidang yakni bidang ekonomi, bidang pertanian, bidang kesehatan, bidang sosial dan bidang pendidikan. PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field juga memberikan banyak pelatihan untuk kegiatan dalam bidang-bidang yang ada. Namun untuk tahun ini PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field lebih berfokus ke bidang pendidikan yang didasari oleh program pemberdayaan disabilitas.
3. Masyarakat mendapatkan kesejahteraan berupa peningkatan ekonomi dan peningkatan kualitas diri sedangkan PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field mendapatkan penghargaan, citra baik serta proper award.

5.2. Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik beberapa kesimpulan maka berikut merupakan saran yang diberikan:

1. Untuk meningkatkan sumber daya manusia di lingkungan sekitar PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field, mungkin dapat melakukan pelatihan untuk masyarakat umum sebagai suatu kegiatan positif yang berdampak untuk masyarakat dan dalam strategi komunikasi CSR yang dilakukan sedikit lebih baik menggunakan media sosial yang lebih luas jangkauannya seperti instagram, facebook, dan lainnya pada kegiatan yang juga luas jangkauannya.
2. Dalam kegiatan CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field saat ini sudah sangat bagus, program-program yang masih berjalan maupun program yang sudah selesai dapat dilihat hasil dan juga progresnya. Namun alangkah baiknya jika PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field menambahkan kegiatan yang lebih luas cakupannya seperti mengajak masyarakat umum untuk menjaga lingkungan melalui kegiatan seperti gerakan membuang dan membersihkan sampah di pesisir untuk masyarakat luas. Dan dalam bidang ekonomi, disarankan untuk menambah pelatihan mengenai kegiatan pemasaran serta penggunaan media yang efektif dalam kegiatan pemasaran.
3. Untuk kesejahteraan masyarakat yang diwujudkan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dalam bentuk peningkatan ekonomi dan peningkatan sumber daya manusia sudah tepat, karena pada dasarnya sifat manusia memiliki pola pikir berbeda, namun alangkah baiknya jika PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field dapat mengetahui kebutuhan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2023). *Pemetaan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan : Dinamika Program Pemberdayaan di Indonesia*. 3, 4367–4380.
- Adi, F. (2012). *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. PT Refika Aditama.
- Ainun, H. N. (2020). Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Pabrik Pengepakan Pt . Semen Bosowa Di Desa Siawung Kecamatan Barru Kabupaten Barru. *Social Landscape Journal*, 1(1), 42.
- Arikanto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Rineka Cipta 173.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, & Uchjana, O. (2022). *Ilmu Komunikasi Teorik dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ganiem, Mona, L., & Eddy, K. (2019). *Komunikasi Korporat: Konteks Teoritis dan Praktis*. Prenada Media Group.
- Harahap, B. H. (2019). *Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Program Corporate Social Responsibility*. 5(1), 54–67.
- Haris, A. (2014). Memahami Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *Journal.Unhas.Ac.Id*, XIII(2), 50–62.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/jupiter/article/view/1647>
- Hasanah, H. (2016). *Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)*. 8, 21–46.
- Hidayat, R., Septa Maheswara, A., Farida Apelawi Waytipu, P., & Maulana, H. (2018). *Bersahabat Dengan Alam, Merajut Kemandirian* (Andrew, S. Kurniawan, & D. Zikrian S (eds.); 1st ed.).
- Muchaddam Fahham, A. (2012). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Penerapannya Pada Perusahaan di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 111–119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22212/aspirasi.v2i1>
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nilamsari, N. (2015). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Frisian Flag Indonesia. *Wacana*, 14 No. 4, 325–339.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/viewFile/132/78>

- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(I), 21–33. <https://doi.org/10.23969/humanitas.v4i1.4882>
- Pranoto, A. R., & Yusuf, D. (2014). *Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sar iya*. 39–50.
- PT Pertamina EP. (2020). *PT Pertamina EP*. PT Pertamina EP. <https://pep.pertamina.com/Default>
- Putra, I. E., Erlina, & Sirojuzilam. (2023). *Pengaruh Program Pembangunan Pemberdayaan dan Pembinaan Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Babussalam Kabupaten Aceh Tenggara The Influence of the Empowerment Development Program and Development of Village Funds on Community Welfare*. 4(1), 19–26.
- Putri Atalia, S., S, A., & Zelfia. (2020). *MENGOPTIMALISASI KETATALAKSANAAN PADA PT . PELINDO REGIONAL 4 (PERSERO) STRATEGY OF COMMUNICATION ORGANIZATIONAL FOR OPTIMIZING THE STRUCTURES IN*. 4, 102–108.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications: a framework for PR practitioners* (Ed.1 Cet.2). Graha Ilmu.
- Saleh, A., Dalimunthe, A. H., & Lubis, F. H. (2019). Development of Banking CSR Model for Community Empowerment Slum Area in Medan City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2(3), 39–50. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i3.392>
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. CAPS.
- Suryani, R. A., & Hendra, Y. (2018). *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT . PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT II DUMAI UNTUK PENINGKATAN*. 85–106.
- Yunara, N. (2019). *Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus PT Bertindo , Desa Kedaton Induk ,*

*Lampung Timur) Oleh : Jurusan : Ekonomi Syariah (ESY) INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO. 14119024.*

Yusri, M., & Syafri, S. (2021). Kebijakan dan Perencanaan Sosial di Indonesia. In *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*. <http://umsupress.umsu.ac.id/>

LAMPIRAN



Foto pelaksanaan wawancara bersama PT. Pertamina EP Asset 1 Rantau Field



Foto Kegiatan mengajar di Sikuela Aneuk Nanggroe di Aceh Timur



Foto kegiatan pelatihan pertanian di PPMP



Foto kegiatan pelestarian tuntung laut yang berada di pusung kapal



Foto kegiatan pemasaran di Galeri Ajang Ambe



Foto kegiatan pelatihan kesehatan di Posyandu Pelawi

DRAFT WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi Komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat

Nama Peneliti : Silvia Riski Syafitri

NPM : 1903110236

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

A. Identitas Narasumber

Nama :

Usia :

Agama:

Pekerjaan :

B. Daftar Pertanyaan

B.I. Pertanyaan untuk CDO (Community Development Officer)

1. Model dan tahapan yang digunakan dalam komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau?
2. Metode analisis yang digunakan dalam strategi komunikasi CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau?
3. Bagaimana Humas PT. Pertamina EP Asset1 Field Rantau menganalisis masyarakat ataupun stakeholder dan memilih target sebagai penerima dari program CSR yang direncanakan?
4. Media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan ataupun program yang direncanakan?
5. Bentuk komunikasi yang diterapkan oleh humas PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau?

6. Apa saja program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau yang dibentuk dan masih berjalan hingga sekarang?
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menjalankan strategi komunikasi CSR?
8. Apakah hasil yang dicapai sesuai dengan harapan perusahaan dan stakeholder?
9. Bagaimana pendekatan yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau kepada masyarakat untuk berkomunikasi mengenai kegiatan CSR dari berbagai bidang, seperti sarana ataupun media yang digunakan?
10. Bagaimana perkembangan dari program-program CSR yang dijalankan?
11. Bagaimana sistem pendanaan untuk kegiatan program CSR, seperti asal/sumber dana yang diberikan untuk menjalankan kegiatan, ataupun system penyaluran dana yang digunakan untuk berbagai bidang pada program CSR?
12. Bagaimana program CSR yang dilakukan dalam berbagai bidang seperti ekonomi, pertanian, pendidikan, lingkungan dan lainya oleh PT.pertamina EP Asset 1 Field Rantau?
13. Program csr yang bagaimana yang sering diberikan penyaluran dana oleh perusahaan, apakah sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing bidang?
14. Kegiatan apa saja yang dilakukan pada program CSR dalam bidang-bidang yang ada?
15. Bagaimana dengan kegiatan seperti pelatihan ataupun sosialisasi penyuluhan ataupun program dengan kegiatan tertentu yang membutuhkan tenaga ahli dalam bidangnya?
16. Apakah penerapan dilakukan oleh masyarakat di kehidupan sehari-hari setelah kegiatan sosialisasi ataupun pelatihan?
17. Bagaimana system sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat agar komunikasi tetap terjaga antara PT. Pertamina EP Asset 1Field Rantau dengan masyarakat?
18. Bagaimana penerapan media yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau untuk mencapai keberhasilan kegiatan?

19. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau terhadap stakeholder ataupun masyarakat?

B.II. Pertanyaan untuk Koordinator Lapangan PPMP

1. Bagaimana pendapat ketua PPMP setelah adanya kegiatan-kegiatan yang ada di program PPMP ?
2. Apakah PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau melihat proses pada kegiatan secara berkala untuk mengevaluasi dari masyarakat yang terlibat dalam proses kegiatan yang selama ini telah dilaksanakan?
3. Apakah komunikasi yang terjalin antara PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau dengan anggota PPMP berjalan dengan baik terkait pelatihan yang diberikan?
4. Kegiatan dan program apa saja yang sudah dilakukan di PPMP?
5. Sudah berapa tahun program PPMP terbentuk?
6. Hasil seperti apa saja yang sudah didapat selama program PPMP terbentuk?

B.III. Pertanyaan untuk Masyarakat Binaan PT Pertamina EP Asset 1 Rantau Field

1. Bagaimana tanggapan ataupun pendapat masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan dalam program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau?
2. Bagaimana pendapat masyarakat setelah dilaksanakannya berbagai program CSR PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau?
3. Apakah kegiatan pelatihan dan sosialisasi yang diberikan oleh PT. Pertamina EP Asset 1 Field Rantau diterapkan di kehidupan sehari-hari?



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

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id | fisip@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan
Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 14 Maret 2023

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

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Silvia Riski Syafitri
N P M : 1903110236
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 130,0 sks, IP Kumulatif 3,65

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1 ✓	Strategi Komunikasi CSR Pertamina Aceh Tamiang Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat	14 Maret 2023
2	Dampak Komunikasi Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Program Perencanaan RSUD Aceh Tamiang	
3	Efektivitas Komunikasi Dalam Membangun Kemandirian Masyarakat Melalui Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina (PPMP) EP Asset 1 Field Rantau	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

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

Medan, tgl 14 Maret 2023
Ketua,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom)
NIDN: 0127048401

110.19.311

Pemohon

(Silvia Riski Syafitri)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP)
NIDN: 00300017402



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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 487/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Sk-2

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **14 Maret 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **SILVIA RISKI SYAFITRI**
N P M : 1903110236
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG
DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**
Pembimbing : **Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 110.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 14 Maret 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 23 Sya'ban 1444 H
16 Maret 2023 M



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



ISU

as | Terpercaya

erti ini agar disebutkan
sinya

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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.tiktok.com/umsu.medan)

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 12 Juni 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Silvia Rizki Syafitri

N P M : 1903110236

Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor... 487.../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20.2.3. tanggal 16 Maret 2023 dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH
TAMIANG DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN
MASYARAKAT

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Mengetujui :

Pembimbing

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

NIDN: 0030917402

Pemohon,

Silvia Rizki Syafitri





UMSU
Unggul | Cordat | Terpercaya

UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 963/UND/II.3.A/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023
 Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR PEKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
46	ELLA RIVANA	1903110231	NURHAGSAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI DALAM KERAJINAN NASIONAL DAERAH KABUPATEN GAYO LUES DALAM MEMPERTAHKAN EKISTENSI KAIN KEAWANG GAYO
47	SILVIA RISKI SYAFITRI	1903110236	Dr. IRWAN SYARI TIG, S.Sos., M.AP.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMANG DALAM MEWUJUDKAN KESELIAHTERAAN MASYARAKAT
48					
49					
50					



Medan, 23 Dzulhijjah 1444 H

12 Juni 2023 M

Ditandatangani

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



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

UMSU

Cerdas | Terpercaya

Unduh surat agar disebutkan
dan langganinya

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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 1298/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Medan, 04 Muharram 1445 H

Lampiran : -.-

21 Juli 2023 M

Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Kepada Yth : **Tenaga Ahli Humas PT. Pertamina EP Asset I Field Rantau
Aceh Tamiang**

di-

Tempat.

Bissmillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

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

Nama mahasiswa : **SILVIA RISKI SYAFITRI**
N P M : 1903110236
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG
DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

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



Cc : File.

Dekan,

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





MSU

Dasar | Terpercaya
Surat ini agar disebutkan
tanggalnya

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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : SILVIA RISKI SYAFITRI
 NPM : 1903110236
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMIANG DALAM
 MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT .

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	08/06.2023	BIMBINGAN BAB I PENDAHULUAN	
2.	09/06.2023	BIMBINGAN BAB II URAIAN TEORITIS	
3.	10/06.2023	BIMBINGAN BAB III METODE PENELITIAN	
4.	12/06.2023	ACC SEMINAR PROPOSAL	
5.	20/07.2023	BIMBINGAN DRAFT WAWANCARA	
6.	21/07.2023	ACC DRAFT WAWANCARA	
7.	23/08.2023	BIMBINGAN BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
8.	24/08.2023	BIMBINGAN BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
9.	25/08.2023	BIMBINGAN BAB V PENUTUP	
10.	26/08.2023	ACC SKRIPSI	

Medan, ... 28 Agustus 2023.



Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
NIDN: 00300017402

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

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
NIDN: 00300017402



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1601/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023
 Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

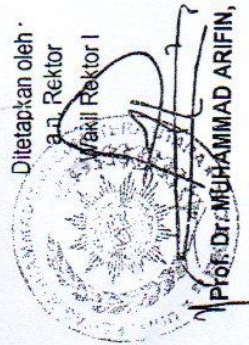


No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
16	IHSAN PRAYOGI	1803110088	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	MODEL GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN JNE SUB AGEN KISARAN
17	MUHAMMAD PUTRA PRATAMA HALAWA	1903110087	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	PEMAKNAAN TRADISI MANGAN ADAT BATAK TOBA PADA MASYARAKAT BANDA ACEH (TINJAUAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)
18	MUHAMMAD MARSHALL GIBRAN	1903110053	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI MANAGER PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA HOTEL NIVIA DI KOTA MEDAN
19	MUKHTARIDIN MUSLIM	1903110226	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBU PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG DISKRIMINASI ANAK YANG TERPAPAR HIV DALAM FILM RIO THE SURVIVOR KARYA YUDIE OKTAV
20	SILVIA RISKI SYAFITRI	1903110236	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PERTAMINA ACEH TAMANG DALAM MEWUJUDKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh
 a.n. Rektor
 Wakil Rektor I



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

Ketua,



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

Medan, 11 Safar 1445 H
 28 Agustus 2023 M

Panitia Ujian

Sekretaris



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