

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT PADASA ENAM
UTAMA DALAM MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

SKRIPSI

Oleh:

MUTIA DAHRIAN

2003110006

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2024

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Mutia Dahrian

NPM : 2003110006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada Hari, tanggal : Rabu, 12 Juni 2024




Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, 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

Kema

Sekretaris


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




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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Mutia Dahrian

NPM : 2003110006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.


Medan, 06 Juni 2024

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. MSP.
NIDN : 0030017402

PERNYATAAN
Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Mutia Dahrian**, NPM 2003110006 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 sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya 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 keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuannya 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 keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 Juni 2024

Yang menyatakan


FF1ALX196728251
Mutia Dahrian

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum,Wr.Wb.

Segala puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”**. Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya di Yaumul Akhir kelak. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa untuk kedua orang tua yang penulis sayangi, Ayahanda Anwardi dan Ibunda Sundari yang telah mendidik, memberikan bimbingan hidup, memberikan dukungan ketika penulis putus asa, yang selalu menyemangati dan menyayangi serta do'a yang tiada henti kepada penulis. Serta kepada abang dan kakak penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

Kelancaran dan keberhasilan dalam menyusun skripsi ini tidak bisa dipisahkan dari arahan, serta dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr.Arifin Saleh.,S.Sos.,M,SP Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta Dosen Pembimbing yang sudah banyak membantu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, yang telah begitu banyak memberikan ilmu, masukan, waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
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. Kepada Bapak/Ibu Dosen serta seluruh Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
8. Kepada Bapak Fahrizal Nasty, SH., M.Kn selaku Humas PT Padasa Enam Utama Teluk Dalam yang banyak membantu penulis dalam memberikan

informasi dan pengetahuan baru, serta kepada masyarakat disekitar PT Padasa Enam Utama Teluk Dalam.

9. Kepada sahabat penulis Nabila, Pitri Indriani dan Namira Azzahra Harahap yang telah kebersamai dari semester awal hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih atas dukungan, bantuan dan motivasi kepada penulis.
10. Kepada Awaf Wirajaya yang telah menemani, membantu dan memberi semangat kepada penulis selama proses skripsian ini.
11. Dan yang terakhir, terima kasih untuk semua orang (tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis dalam segala hal.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati penulis 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, Juni 2024

Penulis

Mutia Dahrian
2003110006

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT PADASA ENAM UTAMA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

MUTIA DAHRIAN
2003110006

ABSTRAK

Peran komunikasi pada umumnya sangat berpengaruh dalam setiap kegiatan yang akan dilakukan di dalam sebuah perusahaan, seperti pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang terkendala karena masalah komunikasi antara pengelola kegiatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatan. Berangkat dari hal itu, maka dipandang perlu adanya strategi komunikasi CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi CSR 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 informan sebanyak 3 orang diantaranya Humas PT Padasa Enam Utama, Karyawan PT Padasa Enam Utama dan Masyarakat di sekitar PT Padasa Enam Utama, Teluk Dalam, Asahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu berkomunikasi langsung dengan pihak pemerintahan desa setempat, lalu pihak desa ataupun masyarakat mengajukan proposal kepada PT Padasa Enam Utama. Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat PT Padasa Enam Utama tidak mempunyai program CSR secara khusus, selain atas permintaan desa ataupun masyarakat, seperti membantu perbaikan jalan, pencucian kanal, bantuan dana kegiatan di masjid dan juga bantuan sembako.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Kesejahteraan Masyarakat

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan dan Manfaat.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
1.5.Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Komunikasi	8
2.2. Proses Komunikasi	9
2.3. Strategi Komunikasi	10
2.4 Corporate Social Responsibility (CSR).....	13
2.5 Kesejahteraan Masyarakat.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2 Kerangka Konsep	20
3.3 Defenisi Konsep	21
3.4. Kategorisasi Penelitian	22
3.5. Informan	23
3.6 Teknik Pengumpulan data	23
3.7 Teknik Analisa Data	25
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	26
BAB IV HASII DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Hasil Penelitian	27
4.2. Pembahasan	33
BAB V PENUTUP	37
5.1. Kesimpulan.....	37
5.2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kategorisasi Penelitian.....	21
Tabel 1.2 Informan.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	20
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada hakekatnya tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan agar dunia usaha dapat berkontribusi bagi kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat. Karena perusahaan secara moral dianggap bertanggung jawab terhadap lingkungan, maka bisnis melalui berbagai entitas, baik legal maupun tidak, diharuskan bekerja sama dengan pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Misi nasional ini tidak lagi dianggap sebagai tanggung jawab negara untuk melaksanakannya.

Dengan disahkannya UU No. 40 Tahun 2007, kewajiban perusahaan dalam melaksanakan CSR semakin diperkuat. Hal ini telah memicu perdebatan apakah perusahaan melaksanakan CSR karena adanya kewajiban dari UU No. 40 Tahun 2007 atau karena kesadaran sendiri, terutama jika perusahaan telah memberikan dampak negatif seperti limbah (suara, bau, proses produksi, asap, dsb.) kepada masyarakat sekitar. Sebagai respons, perusahaan kemudian mengalihkan dasar pelaksanaan CSR pada Guidance ISO 26000 sebagai dasar pelaksanaan CSR. Standar ISO ini menjadi panduan praktis bagi lembaga sektor publik, swasta, dan privat dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Nilamsari (2015), bila CSR benar-benar dijalankan secara efektif maka dapat memperkuat atau meningkatkan akumulasi modal sosial dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Modal sosial, termasuk elemen-

elemennya seperti kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong royong, jaringan dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi. 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, diharapkan dapat mampu mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat sekitar sehingga dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang maupun pendek pada perusahaan dan masyarakat sekitarnya.

PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam dulunya merupakan PTP VI (persero) yang sekarang menjadi PTPN IV kebun Air Batu. Pada bulan Maret tahun 1990 terjadi peralihan dari PTP VI (Persero) ke PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam dan PT Padasa Enam Utama ini merupakan penanaman modal dalam negeri yang investasi pembangunan pabrik dan perkebunan pada awalnya menggunakan fasilitas perkebunan besar swasta Nasional. Areal perkebunan dan pabrik pengolahan kelapa sawit (PMKS) PT Padasa Enam Utama terletak di (2) dua provinsi yaitu Sumatera Utara tepatnya di daerah Teluk Dalam (Kabupaten Asahan) dan Provinsi Riau meliputi Desa Kabun (Kebun Kaliaanta Satu), Desa Aliantan (Kebun Kaliaanta Dua). dan Desa Sibiruang (Kebun Koto Kampar).

Pabrik minyak kelapa sawit (PMKS) PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam didirikan pada tahun 1989. Pabrik semi otomatis ini memiliki luas areal 9 ha dengan kapasitas 30 ton TBS/Jam yang sekarang sudah 50 ton TBS/Jam. Sebelumnya didirikannya PMKS Kebun Teluk Dalam, produksi TBS Kebun Teluk

Dalam diolah di PMKS Kebun Air Batu dan Pulau Raja bahkan apabila kedua pabrik tersebut tidak dapat menampung TBS dari kebun Teluk Dalam maka TBS dikirim ke Brangir, Tanah Itam Ulu ataupun Pabatu. Dengan dibangunnya PMKS Kebun Teluk Dalam ini maka pengiriman ke PMKS kebun lain dihentikan.

Sejak berdiri, PT Padasa Enam Utama telah secara aktif terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Pada pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh setiap perusahaan sangat bergantung pada misi, budaya, lingkungan, profil risiko, dan kondisi operasional masing-masing perusahaan. Pelaksanaan CSR dapat dilakukan berdasarkan prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya perusahaan. Aktivitas CSR perlu diintegrasikan dengan pengambilan keputusan inti, strategi, aktivitas, dan proses manajemen perusahaan.

Namun, pada implementasinya seringkali pelaksanaan CSR mengalami kendala karena terjadi berbagai masalah dalam komunikasi antara pengelola kegiatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran program kegiatannya, dan masalah komunikasi yang terjadi cukup beragam. Maka, kegiatan CSR memerlukan strategi komunikasi yang baik dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, serta menjadi sumber referensi bagi peneliti maupun masyarakat yang tertarik pada topik Corporate Social Responsibility (CSR) yang diteliti di PT Padasa Enam Utama.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti yang mempelajari strategi komunikasi CSR, serta dapat memberikan manfaat bagi praktisi Public Relations yang bekerja di perusahaan atau lembaga, untuk memperluas pengetahuan mereka mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan CSR.

1.4.3 Secara Akademis

Memberikan suatu kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi dan menjadi referensi bahan penelitian di kalangan mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya mahasiswa dengan konsentrasi hubungan masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini 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 menguraikan tentang komunikasi, proses komunikasi, strategi komunikasi, Corporate Social Responsibility (CSR), dan kesejahteraan masyarakat.

BAB III: METODE PENELITIAN

Terdiri dari uraian jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mencakup data dan uraian temuan serta ilustrasi. Pembahasan diliputi oleh analisis makna dari temuan yang diperoleh dari wawancara dan observasi oleh peneliti.

BAB V: PENUTUP

Terdiri dari simpulan dan saran hasil penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communis" yang berarti "membagikan", "menghubungkan", atau "berhubungan". Dalam konteks komunikasi, kata ini merujuk pada proses penyampaian pesan atau informasi antara individu atau kelompok melalui berbagai media atau saluran komunikasi.

Komunikasi menurut Onong Uchjana adalah suatu proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media primer, dan dapat terjadi melalui berbagai media seperti bahasa, isyarat, gambar, atau warna. Proses komunikasi ini dapat melibatkan umpan balik dari komunikan kepada komunikator, yang memungkinkan evaluasi terhadap keberhasilan komunikasi. Komunikator juga perlu memperhatikan karakteristik media yang digunakan dalam menyampaikan pesan untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh komunikan.

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 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah aliran informasi, gagasan, perasaan, atau pesan antara satu atau lebih pihak melalui berbagai cara atau saluran dengan adanya penyandian, pengiriman, penerimaan, penyandian ulang, dan interpretasi pesan oleh pengirim dan penerima.

Proses ini melibatkan beberapa elemen, termasuk pengirim, pesan, saluran komunikasi, penerima, serta umpan balik. Terdapat juga faktor internal dan eksternal yang memengaruhi proses komunikasi, seperti latar belakang, karakter, tujuan, tempat komunikasi, gangguan perangkat, serta nilai dan norma masyarakat.

1) Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi primer adalah cara seseorang menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada orang lain menggunakan lambang seperti bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lainnya. Lambang-lambang ini secara langsung mengungkapkan pikiran atau perasaan komunikator kepada penerima pesan.

2) Proses Komunikasi Sekunder

Setelah menggunakan lambang sebagai media pertama, proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dilakukan melalui alat atau sarana sebagai media kedua. Komunikasi sekunder ini merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer. Oleh karena itu, dalam merangkai lambang-lambang untuk menyusun isi pesan komunikasi, komunikator perlu memperhitungkan karakteristik atau sifat media yang digunakan.

3) Proses Komunikasi Linear

Proses komunikasi linear adalah proses dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan sebagai titik akhir dari proses komunikasi.

4) Proses Komunikasi Sirkular

Feedback atau umpan balik merujuk pada arus informasi dari komunikan ke komunikator. Konsep umpan balik memungkinkan komunikator untuk menilai keberhasilan atau kegagalan komunikasi, artinya apakah umpan balik tersebut positif atau negatif. Jika umpan balik positif, komunikator akan merasa senang, namun jika negatif, itu menjadi masalah. Oleh karena itu, komunikator perlu memperbaiki gaya komunikasinya untuk menciptakan umpan balik positif.

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berasal dari kata "strategi" yang berarti rencana yang teliti mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran, dan "komunikasi" yang artinya pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Dalam konteks ini, orang yang memberikan informasi disebut komunikator, sementara yang mendengarkan disebut komunikan.

Strategi komunikasi berkaitan dengan proses komunikasi dapat dijelaskan melalui paradigma Lasswell tentang komunikasi (who says what to whom in which channel with what effect). Strategi komunikasi dapat dihubungkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari pertanyaan dalam paradigma Lasswell tersebut yakni komunikator-pesan-komunikan-saluran komunikasi efek komunikasi, dikaitkan juga dengan tujuan utama komunikasi yaitu: to serve understanding, to establish acceptance, dan to motivate action. Strategi komunikasi

yang baik haruslah dapat meramalkan efek komunikasi yang diharapkan berupa: menyebarkan informasi, melakukan persuasai, melaksanakan instruksi. Berdasarkan efek yang diharapkan tersebut, dapat 6 7 ditetapkan cara berkomunikasi misalnya komunikasi tatap muka (*face to face communication*) digunakan bila efek yang diharapkan adalah perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari penerima pesan. Berkaitan dengan program CSR yang dilakukan organisasi/perusahaan, keberhasilan pelaksanaan program CSR salah satunya ditentukan faktor komunikasi. Komunikasi menjadi kunci penting dalam CSR.

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, 2019).

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).

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan rencana yang teliti mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan melalui pengiriman dan penerimaan pesan antara pihak-pihak yang terlibat.

Dalam menyusun strategi komunikasi terdapat 4 langkah yang dilakukan yaitu:

1) Menentukan Sasaran dan Tujuan

Hal pertama yang dilakukan yaitu mengidentifikasi audiens yang akan menerima informasi, lalu menetapkan tujuan atau target dari informasi yang akan disampaikan,

2) Melaksanakan Program Komunikasi

Pelaksanaan program yang telah disusun sebelumnya.

3) Evaluasi

Untuk menilai keberhasilan program yang telah disusun, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program tersebut.

4) Laporan

Laporan Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah dokumen yang berisi informasi tentang kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya.

Untuk memastikan pesan dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi penerima, diperlukan penggunaan strategi komunikasi yang tepat dan langkah-langkah yang benar. Dengan demikian, komunikasi dapat efektif dan memberikan dampak positif sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Strategi komunikasi menjadi bagian penting bagi perusahaan dalam pengelolaan berbagai program kegiatan CSR. Kegiatan CSR yang telah diterapkan harus dikomunikasikan dengan baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan masyarakat, serta untuk target pemberdayaan masyarakat. (Saleh & Sihite, 2020).

Menurut Octaviani et al., (2022) strategi komunikasi dalam kegiatan CSR untuk pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai salah satu cara yang dapat dilakukan dalam proses pengkomunikasian pesan berupa ekonomi, kegiatan sosial, maupun lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat di sekitar perusahaan dan kepada stakeholders dengan memanfaatkan berbagai media dengan harapan terwujudnya pemberdayaan masyarakat itu sendiri.

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).

2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah singkatan dari Corporate Social Responsibility, corporate berarti perusahaan yang bersifat badan hukum, social artinya sosial kemasyarakatan dan responsibility diartikan sebagai tanggung jawab. Jadi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Mahyaruddin, 2012).

Menurut Fahrial dkk (2019) CSR adalah kewajiban hukum yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam rangka menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, terutama masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan tersebut. Mewajibkan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu langkah pemerintah untuk mencapai keseimbangan antara pertumbuhan dan pemerataan ekonomi, menjaga kelestarian lingkungan, serta memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk peduli terhadap kondisi sosial masyarakat sekitar.

Tujuan dari Corporate Social Responsibility (CSR) adalah untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat di wilayah di mana perusahaan beroperasi. Secara teoritik, CSR dapat dijelaskan sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap pemangku kepentingan strategisnya (*stakeholders*), terutama komunitas atau masyarakat di sekitar area kerja dan operasionalnya. Pendekatan CSR menganggap perusahaan sebagai agen moral, sehingga keberhasilan perusahaan terkait erat dengan prinsip moral dan etika tanpa menyakiti kelompok masyarakat. Perusahaan diharapkan untuk memprioritaskan prinsip moral dan etika dalam menjalankan aktivitasnya dengan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat (Mahyaruddin, 2012).

Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kegiatan yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan perlindungan lingkungan, seperti pemberian beasiswa kepada anak-anak kurang mampu, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa atau fasilitas sosial lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan

yang merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan. (Harahap, 2019).

Ketentuan pelaksanaan program CSR terdapat dalam beberapa undang-undang dan peraturan di Indonesia.

a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Perseroan yang bergerak di sektor sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini diatur dalam Pasal 74 ayat (1) yang menyatakan kewajiban tersebut sebagai biaya perseroan yang harus dilaksanakan secara wajar dan proporsional. Pasal ini juga mengatur bahwa perseroan yang tidak memenuhi kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

b. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Sebagaimana dimaksud pada pasal 15 huruf b yaitu “setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

c. Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

d. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang minyak dan gas bumi.

Pada pasal 13 ayat (3) huruf P yang menyatakan Perusahaan yang bergerak diminyak bumi dan gas bumi wajib melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat dan juga memenuhi kebutuhan dan hak-hak masyarakat di sekitar perusahaan.

Ilona (2016), menjelaskan ada 3 manfaat yang muncul akibat melakukan program CSR secara rutin dan berkesinambungan yaitu sebagai berikut:

1. Menciptakan pemberdayaan masyarakat

Yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah kapasitas, daya, dan kekuatan. Pemberdayaan berarti memberi komunitas sumber daya, peluang, pengetahuan, dan keahlian untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menentukan masa depannya sendiri. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membebaskan kaum lemah dari belenggu kemiskinan, yang merampas kesempatan ekonomi mereka. Salah satu kekuatan masyarakat adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan terbaik yang menentukan atau meningkatkan kehidupan mereka.

2. Menciptakan Kesejahteraan Masyarakat

Rencana tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah investasi jangka panjang yang membantu meminimalkan risiko sosial dan merupakan sarana untuk meningkatkan citra publik. Salah satu implementasi dari rencana CSR adalah kegiatan pengembangan masyarakat dalam hal pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas hidup, penyembuhan dan pencegahan masalah sosial yang dianggap sebagai pencipta kesejahteraan masyarakat.

3. Menciptakan Kemandirian Masyarakat

Kemandirian masyarakat merupakan aspek terpenting dalam komunikasi pembangunan. Kemandirian adalah kemampuan menghadapi masalah, bertanggung jawab terhadap diri sendiri, dan tidak menyakiti orang lain.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) meliputi beberapa aspek penting, yaitu:

1) Tanggung Jawab Sosial terhadap Karyawan

Melibatkan kewajiban perusahaan untuk memastikan kesejahteraan dan keadilan bagi para karyawan.

2) Tanggung Jawab Sosial terhadap Stakeholder

Melibatkan kewajiban perusahaan terhadap pihak eksternal yang dapat memengaruhi operasional perusahaan, termasuk konsumen dan mitra kerja, serta dokus pada hubungan yang adil, kesetaraan, dan kesejahteraan bagi pihak-pihak ini.

3) Tanggung Jawab Sosial terhadap Masyarakat Umum

Melibatkan keterlibatan perusahaan dalam pembangunan masyarakat lokal di sekitar perusahaan, serta masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan kontraktual dengan perusahaan, dan mendorong peningkatan kualitas hidup masyarakat dengan nilai-nilai keadilan, kesetaraan, partisipasi, dan kebersamaan.

Model program CSR yang umum di terapkan di Indonesia antara lain:

1) Program CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan.

Program CSR dapat diimplementasikan langsung oleh perusahaan, baik melalui penyelenggaraan kegiatan sosial sendiri maupun pemberian sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara. Dalam menjalankan tugas ini, perusahaan dapat menunjuk salah satu pejabat senior seperti Corporate Secretary, Public Affairs Manager, atau memasukkan tanggung jawab ini ke dalam tugas divisi pengembangan sumber daya manusia atau hubungan masyarakat.

2) Melalui yayasan atau organisasi sosial yang dimiliki Perusahaan.

Yayasan atau organisasi sosial ini secara terpisah dibentuk dari organisasi utama perusahaan namun tetap bertanggung jawab kepada dewan direksi. Model ini umumnya merupakan praktik yang lazim di negara-negara maju, di mana perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi untuk mendukung operasional yayasan tersebut.

3) Bekerjasama dengan instansi atau pihak lain

Banyak perusahaan di Indonesia bekerja sama dengan pihak lain dalam menjalankan program CSR. Mereka bermitra dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, LSM, atau lembaga konsultan untuk mengelola dana dan melaksanakan kegiatan sosialnya.

2.5 Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat terdiri dari dua kata yaitu kesejahteraan dan masyarakat. Kesejahteraan berasal dari kata dasar sejahtera. Sejahtera artinya aman, santosa, dan makmur, selamat (terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya). Kesejahteraan berarti seseorang merasa aman, nyaman, dan bahagia, serta memiliki kebahagiaan dan kemakmuran dalam hidupnya. Masyarakat adalah sekelompok orang yang tinggal bersama, saling berhubungan, dan memiliki keterikatan satu sama lain.

Talcott Parsons, seorang sosiolog fungsionalis mengemukakan pandangannya tentang kesejahteraan masyarakat melalui konsep sistem sosial yang fungsional. Parsons mengatakan bahwa “kesejahteraan masyarakat dapat dicapai

melalui pemenuhan fungsi-fungsi masyarakat, seperti stabilnya sistem sosial, integrasi sosial, dan perubahan sosial yang adaptif”. (Prasetya et al., 2021)

Dalam UU No. 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial dijelaskan bahwa kesejahteraan sosial adalah Keadaan terpenuhinya kebutuhan material, mental dan sosial warga negara untuk memungkinkan mereka hidup dengan layak, mengembangkan diri dan menjalankan fungsi sosialnya. Di sisi lain, penyelenggaraan kesejahteraan sosial diarahkan dan terintegrasi oleh pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial untuk memenuhi kebutuhan dasar seluruh warga negara, termasuk rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan Perlindungan Sosial (UU No. 11 Tahun 2009).

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani. (Oki et al., 2020).

Kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari berbagai aspek, termasuk ekonomi, sosial, dan spiritual. Aspek ekonomi melibatkan pemenuhan kebutuhan materi, seperti pendapatan, konsumsi, dan pengeluaran, sementara aspek sosial mencakup kesehatan, pendidikan, dan akses terhadap layanan masyarakat. Selain itu, faktor-faktor seperti tingkat kemiskinan, distribusi pendapatan, dan tingkat pengangguran juga berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.

Upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melibatkan pembangunan ekonomi, peningkatan pendapatan per kapita, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kesenjangan pembangunan antar daerah.

Pembangunan masyarakat desa adalah upaya yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk mencapai masyarakat yang di cita- citakan guna mencapai masyarakat sejahtera (perubahan pola hidup dan pola tingkah laku dari berfikir tradisonal menjadi masyarakat yang modern). (Yanna Zega et al., 2023)

Secara umum, pembangunan berkelanjutan adalah suatu proses pembangunan yang melibatkan perbaikan tahap demi tahap dari berbagai aspek kehidupan. Tahapan pembangunan ini mencakup peningkatan taraf hidup dari yang kurang mampu menjadi mampu (aspek manusia), dari yang kurang baik menjadi baik (aspek fisik), dari lingkungan yang kurang bersih menjadi bersih (aspek lingkungan), dari keteraturan yang kurang menjadi teratur (aspek sosial), dari penggunaan teknologi tradisional menjadi teknologi modern (aspek teknologi), dan dari kurang disiplin menjadi disiplin (aspek perilaku), serta pertumbuhan pendapatan per kapita masyarakat yang semakin meningkat (aspek ekonomi). (Yusri, M., & Syafri, S., 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dikembangkan oleh peneliti melalui penafsiran yang memperhatikan beragam sudut pandang dan informasi langsung dari subjek penelitian. Berbagai jenis data seperti catatan observasi, catatan wawancara, pengalaman individu, dan sejarah dapat digunakan untuk mendukung proses penafsiran ini.

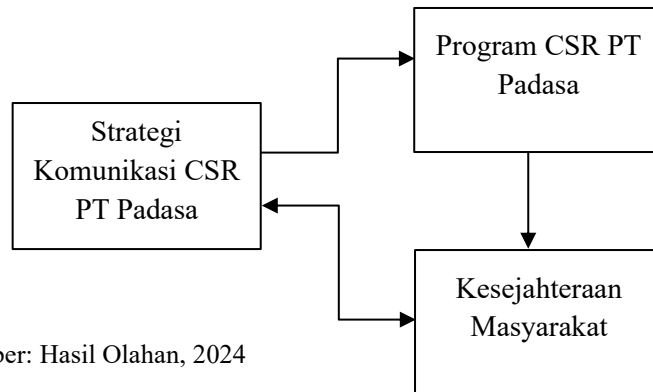
Pendekatan deskriptif dalam metode kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan secara detail dan mendalam mengenai suatu fenomena atau keadaan yang sedang diteliti. Pendekatan ini tidak hanya mencoba untuk menjelaskan apa yang terjadi, tetapi juga mengapa dan bagaimana hal tersebut terjadi.

Menurut Rijal Fadhi, M. (2021), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya.

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, 2024

3.3 Definisi Konsep

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

1) Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan metode untuk mengelola proses komunikasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, guna mencapai tujuan tertentu. Hal ini melibatkan perencanaan, manajemen, taktik, dan berbagai aktivitas lain dari komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, penerima, dan dampak yang direncanakan untuk mencapai komunikasi yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

2) Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berperan serta dalam pertumbuhan ekonomi yang

berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Program CSR umumnya dilaksanakan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang dirancang dengan strategi yang tepat agar dapat menyentuh segala permasalahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3) Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat merujuk pada kondisi di mana kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara terpenuhi sehingga mereka dapat hidup layak dan berkembang serta dapat melaksanakan peran sosial mereka.

Tingkat kesejahteraan dapat dinilai dari kemampuan individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan material dan spiritual mereka. Kebutuhan material terkait dengan pendapatan yang mendukung kebutuhan akan pangan, sandang, papan, dan kesehatan, sementara kebutuhan spiritual terkait dengan akses pendidikan, keamanan, dan ketentraman hidup.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun proses perumusan konsep teoritis dalam penelitian ini untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kategorisasi yaitu:

Tabel 1.1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama	<ul style="list-style-type: none"> - Menentukan sasaran dan tujuan - Melaksanakan program - Evaluasi - Laporan
2.	Program CSR PT Padasa Enam Utama	<ul style="list-style-type: none"> - Bidang Infrastruktur - Bidang Sosial

Sumber: Hasil Olahan, 2024

3.5 Informan

Informan dalam penelitian kualitatif adalah individu atau kelompok yang dapat memberikan informasi tentang fenomena atau permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

Peneliti menggunakan purposive sampling untuk pemilihan informan pada penelitian ini, dengan mengkhhususkan pada informan yang sesuai dengan purpose atau tujuan dari penelitian ini. Purposive sampling yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal (Arikunto, 2018).

Pada penelitian ini, peneliti memilih 3 orang informan yaitu: Humas PT Padasa Enam Utama, dan Karyawan PT. Padasa Enam Utama dan Masyarakat di sekitar PT. Padasa enam Utama, Teluk dalam, Asahan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

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

1) Wawancara

Wawancara adalah bentuk percakapan di mana seorang individu (pewawancara) berusaha memperoleh informasi untuk tujuan tertentu dari individu lain (responden) yang menjadi sumber informasi.

Pertanyaan merupakan alat yang digunakan dalam wawancara untuk mendapatkan informasi, menggali asumsi, memahami profil dan perasaan responden.

Menurut Sugiyono (2017), wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti, dan juga ketika peneliti perlu mendapatkan pemahaman mendalam dari responden dengan jumlah yang terbatas.

2) Observasi

Observasi adalah tindakan mengamati partisipan dan lingkungannya secara langsung dengan tujuan khusus untuk mengungkap dan memprediksi dasar dari timbulnya perilaku tertentu.

Creswell (2012) menjelaskan observasi sebagai proses pengumpulan data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri, dengan melakukan pengamatan terperinci terhadap manusia sebagai objek observasi dan lingkungannya dalam konteks penelitian. Menurut Creswell, observasi tidak dapat memisahkan objek dengan lingkungannya karena manusia dan lingkungan dianggap sebagai satu kesatuan yang saling memengaruhi.

3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu berbentuk gambar, foto, sketsa dan lain-lain. Dokumentasi merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara.

Metode dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Dari asal katanya, dokumentasi, yakni dokumen, berarti barang-barang tertulis.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada konsep yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1) Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebenarnya bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (acapkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo).

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini dapat berupa berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, atau melalui penulisan naratif yang jelas dan terstruktur. Hal ini memungkinkan seorang analis untuk melihat situasi dengan jelas dan menentukan apakah kesimpulan yang diambil tepat, serta memandu langkah-langkah analisis selanjutnya.

3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan mencakup menarik makna dan implikasi dari data, serta mengevaluasi apakah temuan tersebut sesuai dengan pertanyaan penelitian di awal.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari Januari hingga Juni 2024, dengan lokasi penelitian yang berada di PT Padasa Enam Utama dan masyarakat di sekitar PT Padasa Enam Utama, Teluk Dalam, Asahan.

3.8.1 Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam adalah salah satu dari empat perkebunan milik PT Padasa Enam Utama, diantaranya berada di kabupaten Kalimantan-Riau dan satu lagi berada di Kabupaten Kampar-Riau. PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam Asahan, merupakan ex-PTP VI. Pada bulan maret tahun 1990 terjadi peralihan dari PTP VI ke PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam Asahan dengan *Joint Venture* antara PTP VI dan Panca Daya Perkasa.

Pada mulanya PTP VI merupakan perusahaan Perkebunan Indonesia Aceh (PP. Karetia) yang luas arealnya 2.370,50 ha dengan serah terima tanaman karet yang berkedudukan di desa Teluk Dalam. Sebelum adanya Perusahaan karetia, yang mengusai kebun ini adalah Perusahaan Sipef/Englo Sumatera atas nama Sociate Anenydes Plantation De Teluk Dalam yang konsesinya 75 tahun sejak tahun 1897 dengan luas 2.379.50 ha.

Pabrik minyak kelapa sawit (PMKS) PT. Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam Asahan, didirikan pada tahun 1986 dengan kontraktor BUMN

BOMASTROK dari Pasuruan dan selesai pada tahun 1988. Pabrik tersebut semi-otomatis menempati areal seluas ± 9 ha.

Dalam area pabrik tersebut juga di bangun perkantoran pabrik, bengkel umum, instalasi dan peraian, bengkel otomotif, gudang motoria dan gudang BBM. Sebelum ada pabrik di Kebun Teluk Dalam, produksi TBS (Tandan Buah Segar). Kebun Teluk Dalam diolah di PMKS Air Batu dan Pulau Raja bahkan bila kedua pabrik tidak dapat menampung produksi TBS Teluk Dalam maka TBS dikirim ke Brangir, Tanah Hitam ataupun ke Pabatu. Dengan di bangunnya PMKS PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam Asahan, maka pengiriman TBS kepabrik-pabrik lain di hentikan.

Adapun tujuan perusahaan dari PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam Asahan adalah “turut melaksanakan dan menunjang kebijakan pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional umumnya, khususnya sektor perkebunan”.

3.8.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan perkebunan terbesar yang di kelola dengan baik dan berkesinambungan.

Misi

1. Secara berkesinambungan melakukan kaderisasi dan pembinaan agar tercipta tenaga profesional yang bertanggung jawab memiliki integritas: loyalitas, dan dedikasi yang tinggi.

2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan, dengan tetap memperhatikan keselamatan dan kesehatan kerja serta berwawasan lingkungan.
3. Meningkatkan laba perusahaan secara berkesinambungan.
4. Meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat disekitar lingkungan perusahaan.

3.8.3 Lokasi Perusahaan

Kebun Teluk Dalam terletak dikecamatan Teluk Dalam, kabupaten Asahan. Dengan batas-batasnya sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan desa suka raja dan desa sipaku area.
2. Sebelah timur berbatasan dengan desa pulau tanjung sungai asahan desa silomlom.
3. Sebelah selatan berbatasan dengan desa pulau maria, sungai masehi dan sungai asahan.
4. Sebelah barat berbatasan dengan jalan lintas sumatera, desa air teluk kiri dan desa pulau maria.

Perkebunan teluk dalam terletak pada ketinggian 2 s/d 18 Mdpl, dan beriklim sedang dengan curah hujan rata-rata 1200 m/tahun, dan dengan intensitas cahaya matahari 60% dan lama penyinaran rata-rata 7 jam/hari.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu bagaimana strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam memperoleh hasil penelitian tersebut, telah dilakukan penelitian dalam upaya menemukan atau menelusuri substansi dari permasalahan yang terkait dengan strategi komunikasi CSR. Adapun hasil penelitian merupakan data yang telah diolah berdasarkan teknik analisis data yang diperoleh dari wawancara lapangan.

Pada penelitian ini penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan menetapkan kriteria yang tepat terhadap informan yang akan diwawancarai. Peneliti mengambil 3 informan yang merupakan Humas PT Padasa Enam Utama, Karyawan PT Padasa Enam Utama dan Masyarakat disekitar PT Padasa Enam Utama, Teluk Dalam, Asahan.

Tabel 1.2 Informan

No	Nama	Jabatan
1.	Fahrizal Nasty, SH., M.Kn	Humas
2.	Rajali Hasan Basri	Karyawan
3.	Puput Suherni	Masyarakat

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

4.1.1 Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama

Strategi komunikasi merupakan perencanaan, taktik, dan rancangan yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi, agar mencapai tujuan. Strategi ini dijalankan guna untuk mencapai target-target yang diinginkan, serta untuk semakin memperinci kondisi yang dihadapi ataupun yang mungkin dihadapi guna meminimalisir kemungkinan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak perusahaan

Tentunya dalam melaksanakan CSR perusahaan harus merencanakan terlebih dahulu strategi komunikasi yang digunakan untuk menunjang keberhasilan program CSR itu sendiri. Adapun strategi yang digunakan oleh PT Padasa Enam Utama adalah dengan melakukan komunikasi langsung kepada pemerintahan daerah setempat seperti Kepala Desa.

Sebagaimana dikatakan oleh Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas PT Padasa Enam Utama:

“PT Padasa Enam Utama menggunakan komunikasi aktif antara perusahaan dengan kepala desa, nanti kepala desa menyampaikan apa permintaan desa kepada PT Padasa Enam Utama untuk membantu CSR di desa tersebut”.

Selaku Humas PT Padasa Enam Utama Bapak Fahrizal Nasty juga menambahkan:

“Kalau untuk pertemuan dengan kepala desanya, tidak ditentukan harus kapan, kadang beberapa bulan sekali kami baru mengadakan pertemuan

dengan kepala-kepala desa yang ada di sekitar PT Padasa Enam Utama ini”.

Pada dasarnya, menetapkan sasaran penerima CSR berarti mengidentifikasi pihak-pihak yang akan menjadi penerima manfaat dari program CSR perusahaan. Dengan menetapkan sasaran dan tujuan yang jelas dalam strategi CSR, perusahaan dapat memastikan bahwa upaya CSR mereka efektif, terukur, dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Mengutip hasil dari wawancara dengan Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas mengenai bagaimana menentukan sasaran dan tujuan CSR perusahaan. Dalam hal ini Bapak Fahrizal Nasty mengatakan bahwasannya:

“PT Padasa Enam Utama ini, terkhusus kebun Teluk Dalam dikelilingi oleh dua kecamatan yaitu kecamatan Teluk Dalam dan kecamatan Simpang Empat. Kecamatan Teluk Dalam ada 6 desa, yaitu desa Teluk Dalam, Perkebunan Teluk Dalam, Pulau Tanjung, Mekar Tanjung, desa Air Teluk Kiri dan Pulau Maria. Kemudian kecamatan Simpang Empat, terdiri dari Anjung Ganjang, Suka Raja, Silomlom dan Sipaku Area. PT Padasa Enam Utama tidak mengkhususkan CSR di satu desa saja, seperti perusahaan lain yang melakukan pendataan pada masyarakat lalu ada desa binaannya sendiri, kami sistemnya menerima pengajuan proposal dari desa-desa tadi kepada perusahaan”.

Media memainkan peran kunci dalam strategi komunikasi CSR karena merupakan saluran utama untuk menyampaikan informasi, mempromosikan keberhasilan serta dampak positif yang dihasilkan dari kegiatan CSR, dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan. Dalam wawancaranya Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas PT Padasa Enam Utama menjelaskan:

“Untuk saat ini kami belum ada bekerjasama dengan media manapun untuk menyampaikan tentang CSR. Tetapi saat melakukan kegiatan CSR, terkadang ada media yang diundang dari desa yang kami bantu, seperti

tahun lalu kami ada memberikan sembako di desa Hesa Perlompongan lalu ada media yang hadir, tapi dari kami sendiri, kami belum ada bekerjasama dengan media manapun dalam menyampaikan kegiatan CSR”.

Selanjutnya evaluasi dan pelaporan pada strategi komunikasi CSR merupakan proses penting dalam mengukur efektivitas dan dampak dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Pelaporan hasil evaluasi strategi komunikasi CSR dilakukan untuk memberikan transparansi dan akuntabilitas terhadap kegiatan CSR yang dilakukan. Hal ini disampaikan oleh, Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas PT Padasa Enam Utama menjelaskan bahwa:

“Kita melakukan evaluasi dengan melihat laporan dari kegiatan CSR yang telah kita laksanakan, lalu penyampaian laporan apa-apa saja CSR yang telah dilakukan dari awal hingga akhir tahun. Kita sampaikan laporan ini setiap tahun ke pemerintahan kabupaten Asahan. Khususnya biasa yang minta laporan itu adalah dinas pertanian”.

Melalui kegiatan CSR yang dilakukan dengan tujuan membantu masyarakat dan lingkungan, perusahaan dapat memperoleh citra positif di mata masyarakat. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat dan menciptakan citra positif, perusahaan dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang. Seperti yang dikatan oleh Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas PT Padasa Enam Utama dalam wawancaranya:

“Alhamdulillah penyambutan masyarakat terhadap pelaksanaan-pelaksanaan CSR yang dilakukan CSR PT Padasa sampai saat ini sesuai dan baik, belum ada tanggapan yang tidak baik terhadap pelaksanaan CSR yang telah dilakukan di beberapa desa. CSR dilakukan untuk lebih mendekatkan perusahaan kepada masyarakat, agar hubungan baik terjalin antara perusahaan dengan masyarakat desa terkhususnya pemerintahan desa”.

4.1.2 Kegiatan Pelaksanaan Program CSR PT Padasa Enam Utama

Dalam setiap pelaksanaan program atau kegiatan perusahaan, kerjasama antara pihak internal sangat diperlukan untuk mencapai kesuksesan program atau kegiatan tersebut, di mana saling bantu-membantu menjadi kunci utama dalam upaya memastikan kesuksesan program atau kegiatan yang telah disusun.

Perkembangan perusahaan saat ini sangat melaju pesat namun terkadang masih mengalami kendala dalam mensejahterakan masyarakat di sekitarnya, oleh karena itu PT Padasa Enam Utama melaksanakan program CSR untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pelaksanaannya tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dirasakan oleh sebagian orang. Berikut ini adalah hasil wawancara kepada 3 informan yang merupakan Humas, Karyawan serta Masyarakat.

Program CSR PT Padasa terbilang cukup aktif dan sejauh ini berjalan dengan baik, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Fahrizal Nasty selaku humas PT Padasa Enam Utama, beliau menyampaikan:

“Sampai saat ini pengelolaan program yang dilakukan oleh PT Padasa Enam Utama adalah memberikan pembiayaan dan bantuan kepada desa ataupun masyarakat setelah pengajuan proposal kemudian pihak perusahaan akan melakukan peninjauan langsung sebelum memberikan pendanaan dan bantuan”.

Selanjutnya hasil wawancara mengenai program CSR di PT Padasa Enam Utama dibagi menjadi beberapa bidang. Sebagaimana Bapak Fahrizal Nasty selaku Humas menjawab pertanyaan mengenai program apa saja yang ada di PT Padasa Enam Utama:

“Untuk program, kami tidak mempunyai program khusus selain pemberian 3 hewan qurban kepada desa secara begantian setiap tahunnya, sistem yang kami laksanakan sampai saat ini adalah pemberian bantuan atau dana kepada desa dan masyarakat. Saat ini CSR yang sudah PT Padasa Enam Utama lakukan yaitu desa-desa biasanya meminta untuk membantu perbaikan jalan, lalu bantuan pencucian kanal, kami juga memberikan bantuan dana kepada masjid-masjid untuk melaksanakan kegiatan, bantuan sembako kepada desa lalu desa yang akan mendistribusikannya”.

Informan lainnya, Bapak Rajali Hasan Basri yaitu Karyawan PT Padasa Enam Utama juga menjelaskan dalam wawancaranya:

“Yang saya tau itu perbaikan jalan di desa-desa. Seperti di desa Teluk Dalam, desa Pulau Tanjung, Desa Suka Raja, desa Silomlom, desa Anjung Ganjang, terus yang baru-baru ini di bulan Februari kemarin perbaikan jalan di desa Suka Raja”.

Dan sebagai masyarakat yang tinggal di sekitar PT Padasa Enam Utama, Ibu Puput Suherni menjelaskan dalam wawancaranya:

“Setau saya PT Padasa Enam Utama membantu perbaikan jalan desa, ada juga pembagian sembako seperti beras dan minyak, kalau program kegiatan masyarakat gitu saya belum pernah tau sampai saat ini”.

4.2 Pembahasan

Dalam 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. Adapun strategi yang digunakan

oleh PT Padasa Enam Utama, memilih dan menetapkan komunikator, memilih media komunikasi dan yang terakhir dilakukannya evaluasi.

Sebagaimana hasil jawaban dari informan di atas, bahwasannya PT Padasa Enam Utama menggunakan komunikasi aktif antara perusahaan dengan pemerintahan desa dalam melaksanakan kegiatan CSR. Kemudian PT Padasa Enam Utama melakukan evaluasi dengan melihat laporan hasil dari kegiatan CSR yang telah dilaksanakan.

Komunikasi menurut (Effendy & Uchjana, 2019) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media primer, dan dapat terjadi melalui berbagai media seperti bahasa, isyarat, gambar, atau warna. Proses komunikasi ini dapat melibatkan umpan balik dari komunikan kepada komunikator, yang memungkinkan evaluasi terhadap keberhasilan komunikasi.

Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kegiatan yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan perlindungan lingkungan, seperti pemberian beasiswa kepada anak-anak kurang mampu, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa atau fasilitas sosial lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan yang merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan. (Harahap, 2019).

Berdasarkan penjelasan diatas, kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Padasa Enam Utama dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Kegiatan yang telah dilakukan oleh PT Padasa Enam Utama kepada

masyarakat dalam bidang infrastruktur jalan seperti perbaikan jalan, pada bidang lingkungan yaitu pencucian kanal dan pada bidang sosial terdiri dari pemberian sembako dan bantuan kegiatan keagamaan yang mencakup pemberian hewan qurban kepada masjid di desa-desa secara bergantian setiap tahunnya.

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).

Saat ini, PT Padasa Enam Utama belum menjalin kerjasama dengan media untuk memberitakan kegiatan CSR. Namun, dalam beberapa kegiatan CSR, terkadang terdapat media yang diundang oleh desa, seperti saat memberikan bantuan sembako di desa Hesa Perlompongan tahun lalu, di mana media turut hadir. Meskipun demikian, PT Padasa Enam Utama sendiri belum menggandeng media manapun untuk menyuarakan kegiatan CSR yang dilakukan.

Tujuan dari Corporate Social Responsibility (CSR) adalah untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat di wilayah di mana perusahaan beroperasi. Secara teoritik, CSR dapat dijelaskan sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap pemangku kepentingan strategisnya (*stakeholders*), terutama komunitas atau masyarakat di sekitar area kerja dan operasionalnya. (Mahyaruddin, 2012).

Berdasarkan hasil yang telah didapat, respon masyarakat terhadap pelaksanaan CSR PT Padasa Enam Utama hingga saat ini positif dan mendukung. Tidak ada tanggapan negatif terhadap pelaksanaan CSR yang telah dilakukan di beberapa desa. Program CSR bertujuan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, khususnya pemerintah desa, dengan tujuan membangun hubungan yang baik dan saling mendukung.

Sebagaimana dari penjelasan di atas bahwasannya PT Padasa Enam Utama membuat laporan mengenai pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang telah dilakukan selama satu tahun, kemudian menyampaikan rincian dari semua kegiatan CSR yang telah dilaksanakan dari awal hingga akhir tahun tersebut. Setiap tahun, PT Padasa Enam Utama secara rutin melaporkan kegiatan CSR ini kepada pemerintah kabupaten Asahan, terutama kepada dinas pertanian. 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).

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka simpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi komunikasi CSR yang digunakan oleh PT Padasa Enam Utama yaitu menggunakan pendekatan dengan kegiatan komunikasi aktif antara Perusahaan dengan kepala desa di sekitar perusahaan. Setelah itu dilakukanlah evaluasi dan pelaporan untuk memberikan transparansi dan akuntabilitas terhadap kegiatan CSR yang dilakukan.
2. Saat ini PT Padasa Enam Utama belum mempunyai program khusus untuk kegiatan CSR, pelaksanaan CSR sampai saat ini adalah pemberian bantuan atau dana kepada desa dan masyarakat setelah pengajuan proposal kepada perusahaan. Beberapa bantuan CSR yang telah dilakukan PT Padasa Enam Utama yaitu bantuan perbaikan jalan desa, pencucian kanal, bantuan dana kegiatan masjid, bantuan sembako dan pemberian 3 hewan qurban kepada masjid yang berada di desa berbeda setiap tahunnya.
3. PT Padasa Enam Utama belum menjalin kerjasama dengan media untuk memberitakan kegiatan CSR. Namun, dalam beberapa kegiatan CSR, terkadang terdapat media yang diundang oleh desa. Lalu setiap tahunnya PT Padasa Enam Utama membuat laporan mengenai pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang telah dilakukan selama satu tahun,

kemudian menyampaikan rincian dari semua kegiatan CSR kepada pemerintah kabupaten Asahan.

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 Padasa Enam Utama, mungkin dapat melakukan pelatihan untuk masyarakat umum sebagai suatu kegiatan positif yang berdampak untuk masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.
2. Diharapkan dalam strategi komunikasi CSR yang dilakukan hendaknya lebih baik, seperti melakukan pertemuan khusus dengan masyarakat dan lebih sering melakukan pertemuan dengan kepala desa, menggunakan komunikasi khusus yang lebih baik terkait program CSR yang akan dilakukan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar.
3. Diharapkan ke depannya PT Padasa Enam Utama mulai mempublikasikan program ataupun kegiatan CSR yang telah dilakukan di media, agar masyarakat tau bagaimana peran PT Padasa Enam Utama kepada masyarakat dan informasi tersebut dapat dibaca oleh khalayak ramai.
4. Diharapkan ke depannya PT Padasa Enam Utama Kebun Teluk Dalam dapat membuat program CSR sendiri yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, tidak harus terpaku pada proposal dari desa ataupun masyarakat disekitar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, & Suharismi. (2018). *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Creswell W. John. (2012). *Desain penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, & Uchjana, O. (2019). *Ilmu Komunikasi Teorik dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya
- Fahrial, F., Shandy Utama, A., & Dewi, S. (2019). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 251.
- 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.
- Iona Vicenovie Oisena Situmeang. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Ekuilibria.
- Mahyaruddin. (2012). Pengembalian Pembiayaan Kilang Padi Program CSR Bagi Masyarakat Kecamatan Blang Bintang Kepada PT Angkasa Pura II (Analisis berdasarkan konsep Qard Al-Hasan). *Skripsi* Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry.
- Maisya, D., & Fauzy, M. (2016). Implementasi Islamic Corporate Social Responsibility PT. Semen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 3(9), 744-757.
- Muchaddam Fahham, A. (2012). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Penerapannya Pada Perusahaan di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 111–119.
- Nilamsari, N. (2015). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Frisian Flag Indonesia. *Jurnal Wacana*, 14(4), 297-400.
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Risnawati, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial "Humanitas" Fisip Unpas*, 4(1), 21–33.
- Oki, K. K., Pangastuti, M. D., & Ua, N, 2020. Pengaruh Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

- Desa Maurisu Selatan Kecamatan Bikomi Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 65–72
- Rijal Fadhi, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Rubino, Sahirman, & Tantawi, I. (2023). Strategi Komunikasi Baitul Mal dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 104–117.
- Prasetya, A., Nurdin, M. F., & Gunawan, W. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal. *SOSIETAS*, 11(1), 1–12.
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105.
- Sugiyono, D. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RAD. Alfabeta
- Teja, M. (2015). Pembangunan Untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Pesisir. *Aspirasi*, 6(1), 63-76.
- Yanna Zega, F., Chanra, A., Tanjung, Y. (2023). Pelayanan Kesejahteraan Sosial Bagi Keluarga Miskin Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat Desa Humene Kecamatan Gunungsitoli Idanoi Kota Gunungsitoli. *Jurnal Sosial Dan Humaniora* 1(1).
- Yusri, M., & Syafri, S. (2021). Kebijakan dan Perencanaan Sosial di Indonesia. *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*. <http://umsupress.umsu.ac.id/>

LAMPIRAN



Dokumentasi bersama Bapak Fahrizal Nasty, SH., M.Kn selaku Humas PT Padasa Enam Utama



Dokumentasi bersama Ibu Puput Suherni, masyarakat di sekitar PT Padasa Enam Utama, Desa Teluk Dalam, Asahan.



Dokumentasi bersama Bapak Rajali Hasan Basri selaku Karayawan PT Padasa Enam Utama.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Mutia Dahrian
 Tempat & Tanggal Lahir : Teluk Dalam, 18 Agustus 2000
 Status Perkawinan : Belum Kawin
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Jl. Tanjung Pura Gg. Rukun No.8, Pelawi
 Utara, Kec.Babalan, Kab.Langkat
 Anak-ke : 2 (dua) dari 2 bersaudara

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Ir. Anwardi
 Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
 Nama Ibu : Dra. Sundari
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
 Alamat : Jl. Tanjung Pura Gg. Rukun No.8, Pelawi
 Utara, Kec.Babalan, Kab.Langkat

Pendidikan Moral

1. SDS Dharma Patra P. Brandan 2006 - 2012
2. SMP Negeri 1 Babalan P. Brandan 2012 - 2015
3. SMAS Dharma Patra P. Brandan 2015 - 2018
4. S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2020 - 2024

18/3/2024
Ket. Panitia Lapangan

DRAFT WAWANCARA

Judul Penelitian: Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Nama Peneliti : Mutia Dahrian

NPM : 2003110006

Prodi : Ilmu Komunikasi

Tempat/Tanggal Wawancara:

A. Identitas Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

B. Daftar Pertanyaan

B1. Pertanyaan untuk Humas

1. Apa saja sasaran dari strategi komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat? Lalu apa tujuan dari strategi komunikasi CSR tersebut?
2. Bagaimana proses analisis dalam memilih target untuk mengumpulkan data penerima program CSR?
3. Media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan ataupun program yang direncanakan?
4. Apa saja program CSR yang telah dibuat oleh PT Padasa Enam Utama?
5. Kegiatan apa saja yang dilakukan pada program CSR yang telah dibuat oleh PT Padasa Enam Utama?
6. Bagaimana PT Padasa Enam Utama mengukur efektivitas dari strategi komunikasi CSR yang telah diterapkan?

7. Apakah hasil yang dicapai sesuai dengan harapan perusahaan dan stakeholder?

B2. Pertanyaan untuk Karyawan

1. Apakah bapak/ibu sebelumnya sudah mengetahui program CSR PT Padasa Enam Utama?
2. Apa saja program atau kegiatan CSR PT Padasa Enam Utama yang bapak/ibu ketahui?
3. Bagaimana menurut bapak/ibu mengenai kegiatan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Padasa Enam Utama?

B3. Pertanyaan Untuk Masyarakat

1. Apakah bapak/ibu sebelumnya sudah mengetahui program CSR PT Padasa Enam Utama?
2. Bagaimana menurut bapak/ibu mengenai kegiatan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Padasa Enam Utama?
3. Apakah bapak/ibu merasa terbantu dengan adanya program CSR PT Padasa Enam Utama?
4. Bagaimana menurut bapak/ibu dampak program CSR PT Padasa Enam Utama untuk masyarakat sekitar



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dalam menanggapi surat ini agar disertakan nomor dan tanggalnya

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

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

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

<https://iislp.umsu.ac.id> iislp@umsu.ac.id umsu.ac.id @umsuumsu umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

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

Medan, 10 Januari 2024.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Mutia Dahrian
N P M : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 127 SKS, IP Kumulatif 3.67

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi CSR PT. Anugerah Langkat Makmur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat	 10 Jan 24
2	Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT. Anugerah Langkat Makmur	
3	Efektivitas Pola Asuh Orang tua Otoritatif Dalam Membangun Keterbukaan Diri Pada Anak di P.Brandan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

059.20.311

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

Medan, tanggal 10 Januari 2024

Ketua
Program Studi.....

NIDN:

Pemohon,

Mutia Dahrian
.....

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

Dr. Anik Sah
NIDN: 002092469





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mendapat surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/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-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 69/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 Januari 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUTIA DAHRIAN**
N P M : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. PADASA ENAM UTAMA
DALAM MENINGKATKAN 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 Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 059.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 10 Januari 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 29 Djumadil Akhir 1445 H
11 Januari 2024 M


Dekan,

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



Tembusan :

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





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/DJAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fisisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id 📠 umsu@umsu.ac.id

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 19 Februari 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Mutia Dahrian
NPM : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi CSR PT Anugerah Langkat Makmur
Dalam Meningkatkan 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 dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

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

Mengetahui :
Pembimbing

(Dr. Arifin Salih, S.Sos., M.Si)

NIDN: 0030017402

Pemohon

(Mutia Dahrian)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 356/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 27 Februari 2024
 Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
 Tempat : Laboratorium FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
21	SEINYA SALSABILA	2003110023	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. JUNAIDI, S.Pd. M.Si.	PENGARUH MENONTON DEBAT CAPRES 2024 TERHADAP SIKAP MEMILIH MASYARAKAT DI DESA MEDAN KRIO
22	MAYUMI SALSABILLA	2003110183	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.AP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH KOMUNIKASI PIMPINAN PT. AGRO PUTRA LESTARI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
23	MUTIA DAHRAN	2003110006	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. ANUGERAH LANGKAT MAKLUMUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
24	SHAFTYAH ZAHARA	2003110136	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	PENGARUH NARSISME SISWA MAN 1 MEDAN TERHADAP KEPUSASAN MENGGUNAKAN APLIKASI TIKTOK
25	FADHILAH ADRIANI	2003110114	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS ISI KEKERASAN VERBAL DALAM FILM "SLEEP CALL" DAN FILM "NANG" KARYA FAJAR NUGROS

Medan, 16 Syaaban 1445 H
26 Februari 2024 M

Deklarasi

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



hal : Permohonan Penggantian Judul Skripsi
Lampiran : Lembar

Medan, 13 Mei 2024

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

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

Nama : Mutia Dahrian
NPM : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Judul Skripsi yang sebelumnya diajukan:

“STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT ANUGERAH LANGKAT MAKMUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT”

Saya bermaksud merevisi judul menjadi:

“STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT PADASA ENAM UTAMA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT”

Adapun alasan revisi judul ini yaitu pergantian tempat penelitian.

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


Pemohon


(Mutia Dahrian)

Pembimbing


(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP)

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Atkhyar Anshori, S.Sos., M.Ikom)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa merangsang surat di agar diberikan nomor dan singkatnya

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

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

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

<https://fslp.umsu.ac.id> fslp@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Nomor : 775/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 07 Dzulqa'idah 1445 H
15 Mei 2024 M

Kepada Yth : Estate Manager PT. Padasa Enam Utama
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

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

Nama mahasiswa : **MUTIA DAHRIAN**
N P M : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. PADASA ENAM UTAMA
DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

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



Cc : File.

Delan


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





P.T. PADASA ENAM UTAMA

Nomor : TELDA-PEU/ X / 56 / VI / 2024

Lamp : -

H a l : Izin Melaksanakan Penelitian Mahasiswa.

Kepada Yth.
Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Sosial dan Ilmu Politik
Jln. Mukhtar Basri No.3 Medan
Di-
Tempat.

Sesuai permohonan saudara dengan surat nomor : 775/KET/II.3 AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 15 Mei 2024 perihal tersebut diatas dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya Perusahaan memberi izin Penelitian sesuai Memo Head of HR & GA Dept nomor : PEU-KD/M/HRGA/L&D/0652/VI/2024 tanggal 10 Juni 2024 atas nama :

Nama	: Mutia Dahrian
NPM	: 2003110006
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi CSR PT.Padasa Enam Utama Dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1.Mengisi pernyataan tentang kerahasiaan data/informasi
- 2.Melampirkan sertifikat/kartu booster (vaksin ke-3) pada saat datang di hari pertama ke lokasi kebun Telda
- 3.Melaksanakan protokoler kesehatan sesuai aturan kebun Telda
- 4.Biaya transportasi dan konsumsi selama melaksanakan penelitian ditanggung oleh peserta yang bersangkutan
- 5.Mengikuti dan patuh pada tata tertib jam kerja perusahaan termasuk ikut menjaga ketentraman masyarakat perkebunan /unit setempat
- 6.Apabila terjadi kecelakaan kerja dalam pelaksanaan penelitian menjadi tanggung jawab peserta sendiri.
- 7.Menyampaikan 1 (satu) eksemplar laporan penelitian yang sudah ditanda tangani ke PT.Padasa Enam Utama melalui pimpinan kebun Telda
- 8.Melakukan presentase hasil penelitian kepada pimpinan kebun Telda di akhir periode penelitian untuk menilai hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

Demikian agar maklum.



CC : -KTU
-File



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bisa Mengambil Surat di luar Daerah
Nomor dan Wilayahnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📠 umsumedan 📠 umsumedan 📠 umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Mutia Dahrian
N P M : 2003110006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR PT Padasa Enam Utama dalam Mensjahterakan Masyarakat

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	6 Februari 2024	Bimbingan Proposal Bab 1,2,3	
2.	12 Februari 2024	Acc Seminar Proposal	
3.	4 Maret 2024	Bimbingan Draft Wawancara	
4.	8 Maret 2024	Acc Draft Wawancara	
5.	21 Mei 2024	Bimbingan Hasil Penelitian	
6.	25 Mei 2024	Bimbingan Pembahasan	
7.	29 Mei 2024	Bimbingan Simpulan dan Saran	
8.	3 Juni 2024	Bimbingan Abstrak	
9.	5 Juni 2024	Bimbingan finalisasi Penyajian Hasil Penelitian	
10.	6 Juni 2024	Acc Ujian Skripsi	

Medan, 06 Juni 2024.

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

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

Akhyan Anshori, S.Soc. M. I. Kom
NIDN : 0127048401

Dr. Arifin Saleh, S.Soc. MSP
NIDN : 0030017402



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 958/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024



UMSU
Unggul Cerdas Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 12 Juni 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2



Sk-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	DOLI MUHAMMAD SIREGAR	2003110177	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	PERAN HUMAS PERUM BULO CABANG MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM STABILITAS PASOKAN HARGA PANGAN KEPADA MASYARAKAT
7	MUTIA DAHRIAN	2003110006	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. PADASA ENAM UTAMA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
8	MARULI	1903110061	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA PERAN ISU DALAM FILM LIFE IS BEAUTIFUL KARYA CHOI KOOK-HEE
9	AGUNG IMAH PRAKARSA S P	2003110297	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI EVENT ORGANIZER DALAM MEMASARKAN MEDAN GLOW FEST PADA PUBLIK DI LEMBAGA GENILANG AMAK INDONESIA
10						

Menulis Sidang :

Medan, 01 Dzulhijjah 1445 H

08 Juni 2024 M

1. Ditetapkan oleh :

an. Rektor
Wakil Rektor I
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, S.P., M.Hum

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



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

