

**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF  
DAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA  
BINAAN MELALUI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
DAN LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA**

**TESIS**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

**Oleh :**

**SAIFUDDIN**  
**NPM : 2220040023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

## PENGESAHAN TESIS

Nama : SAIFUDDIN  
NPM : 2220040023  
Prodi/Konsentrasi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT Pupuk Iskandar Muda



Pembimbing I

Pembimbing II

Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si

Dr. Muhammad Tharid, S.Sos., M.I.Kom

**Diketahui**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Direktur

Ketua Program Studi

Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum

Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D

**PENGESAHAN**

**PERAN PUBLIC RELATIOS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DAN  
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA BINAAN  
MELALUI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN  
LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA**

**SAIFUDDIN**

2220040023

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Jum'at, 30 Agustus 2024.

**Komisi Penguji**

- UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya
1. **Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom** 1. ....  
Ketua
  2. **Assoc. Prof. Dr. Leylia Khairani, M.Si** 2. ....  
Sekretaris
  3. **Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D** 3. ....  
Anggota



## **SURAT PERNYATAAN**

### **PERAN PUBLIC RELATIOS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA BINAAN MELALUI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 30 Agustus 2024

Peneliti



**SAIFUDDIN**

NPM : 2220040023

**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF  
DAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA  
BINAAN MELALUI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN  
LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA**

**Saifuddin  
NPM : 2220040023**

**ABSTRAK**

Peran public relations dalam penelitian ini menggunakan teori Cutlip, Center dan Broom dimana public relations berperan sebagai fasilitator komunikasi, peran sebagai pelatih dan konsultan/fasilitator pemecah masalah, peran manajerial atau pakar perumus, dan peran teknik komunikasi. PT Pupuk Iskandar Muda melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) telah menyalurkan berbagai bantuan sosial kepada masyarakat desa binaan seperti Rumah Sehat Sejahtera, beasiswa pendidikan, kesehatan gratis, bantuan modal usaha UMKM, pelatihan keterampilan kerja untuk pemuda desa, perbaikan sarana dan prasarana tempat umum dan ibadah dan lain lain, namun masih terkesan masyarakat kurang mendukung atas keberadaan PIM, karena beranggapan bahwa penyaluran bantuan belum maksimal, belum merata dan tidak transparan. Berdasarkan hasil Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) tahun 2023 menunjukkan bahwa *Key Performance Indicator* (KPI) kepuasan lingkungan adalah 91.20% dengan tingkat kepuasan “Sangat Puas”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran dan hambatan public relations dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa binaan melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif karena ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan mendokumentasikan kegiatan dengan melibatkan informan dari internal perusahaan, masyarakat desa binaan, kepala desa, tokoh masyarakat, Muspika Kecamatan Dewantara dan media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran public relations PT PIM adalah mengkomunikasikan program perusahaan untuk pengembangan dan kesejahteraan masyarakat desa binaan, bertanggung jawab menyampaikan setiap informasi program bantuan TJSL, mengelola opini publik dan menjalin komunikasi dengan media dan stakeholder, mengelola dan mempromosikan program bantuan TJSL dengan kontribusi positif, dan melaksanakan Survey Kepuasan Lingkungan untuk menilai respon masyarakat terhadap kinerjanya. Hasil penelitian juga menjelaskan hambatan public relations yaitu keterbatasan finansial dan SDM PIM, harapan masyarakat terlalu tinggi terhadap bantuan TJSL, mengharapkan bantuan hibah (charity), tingkat pendidikan masyarakat relatif rendah, dan masih adanya kurang kepercayaan masyarakat kepada PIM.

**Kata Kunci:** *Peran Public Relations, Citra Positif, Kepercayaan Masyarakat, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, PT Pupuk Iskandar Muda*

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN BUILDING A POSITIVE  
IMAGE AND INCREASING COMMUNITY TRUST IN THE GUIDED  
VILLAGES THROUGH THE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL  
RESPONSIBILITY PROGRAM OF PT PUPUK ISKANDAR MUDA**

**Saifuddin  
NPM: 2220040023**

**ABSTRACT**

The role of public relations in this study uses the theory of Cutlip, Center and Broom where public relations acts as a communication facilitator, a role as a trainer and consultant/problem-solving facilitator, a managerial role or expert formulator, and a role in communication techniques. PT Pupuk Iskandar Muda through its Corporate Social Responsibility (CSR) or Social and Environmental Responsibility (TJSL) program has distributed various social assistance to the fostered village communities such as Healthy and Prosperous Home, education scholarships, free health care, MSME business capital assistance, job skills training for village youth, improvement of public and worship facilities and infrastructure and others, but the impression is that the community still does not support the existence of PIM, because they think that the distribution of assistance is not optimal, not evenly distributed and not transparent. Based on the results of the 2023 Environmental Satisfaction Survey (SKL), the Key Performance Indicator (KPI) for environmental satisfaction was 91.20% with a satisfaction level of "Very Satisfied". This study aims to explain the role and obstacles of public relations in building a positive image and increasing the trust of the fostered village community through the Social and Environmental Responsibility (TJSL) program. The research method uses a qualitative approach because it wants to gain a deeper understanding. Data was collected through in-depth interviews, observations and documenting activities involving informants from within the company, fostered village communities, village heads, community leaders, Muspika Dewantara District and the mass media. The results of the study indicate that the role of PT PIM's public relations is to communicate the company's programs for the development and welfare of the fostered village community, be responsible for conveying every information on the TJSL assistance program, managing public opinion and establishing communication with the media and stakeholders, managing and promoting the TJSL assistance program with positive contributions, and conducting an Environmental Satisfaction Survey to assess the community's response to its performance. The results of the study also explain the obstacles to public relations, namely PIM's financial and human resource limitations, community expectations are too high for TJSL assistance, expecting grant assistance (charity), the level of community education is relatively low, and there is still a lack of community trust in PIM.

**Keywords:** Role of Public Relations, Positive Image, Community Trust, Social and Environmental Responsibility, PT Pupuk Iskandar Muda

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat beriring salam disampaikan juga kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad S.A.W. yang telah merubah insani menjadi lebih berakhlak, bermartabat dan berilmu pengetahuan. Penelitian dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya.

Peneliti mengucapkan salam takzim dan terima kasih kepada kedua orang tua yaitu alm. H. M. Nurdin dan almh. Hj. Mariani yang telah membesarkan dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang, begitu juga ucapan terima kasih kepada isteri tercinta Bd.Safwatul Wadadi, S.Tr. Keb., yang telah mendampingi selama ini, putra-putri tersayang Mohammad Fatih Alrizqan, Mohammad Faiz Alkautsar dan Geubrina Khalisha Ukhti yang tak terhingga telah memberikan dukungan semangat, motivasi dan pengertiannya selama penyusunan tesis ini.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Triono Eddy, SH., M.Hum., selaku Direktur Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Ketua Komisi Penguji, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan tesis ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom., selaku Pembimbing Kedua dan Anggota Komisi Penguji, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan

pikirannya untuk membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan tesis ini.

6. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom., Ibu Assoc. Prof. Dr. Leylia Khairani, M.Si., dan Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D., sebagai Anggota Dewan Penguji, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk kesempurnaan tesis ini.
7. Pihak Perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda, yang telah banyak membantu peneliti dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
8. Para Dosen dan Sahabat-sahabat Kelas Executive Regular-C MIKOM Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan inspirasi dan motivasi bagi peneliti dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, peneliti berharap Allah Yang Maha Kuasa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Ilmu Komunikasi.

Krueng Geukueh, 08 Agustus 2024

Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2. Manfaat Akademis.....	12
1.4.3. Manfaat Praktis .....	13
1.5. Pembatasan Masalah .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1. Pengertian dan Definisi Public Relations (Humas) .....	14
2.2. Peran Public Relations.....	15
2.3. Komunikasi dalam Public Relations.....	21
2.4. Citra Perusahaan .....	26
2.5. Digitalisasi Public Relations.....	29
2.6. Kepercayaan Masyarakat.....	35
2.7. Desa Binaan Perusahaan.....	37
2.8. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) .....	40
2.9. TJSL Bagian dari Komunikasi Public Relations .....	42
2.10. Kajian Penelitian Terdahulu .....	48
2.11. Kerangka Berpikir .....	58
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	60
3.1. Metode Penelitian .....	60
3.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	61
3.3. Informan .....	61
3.4. Kategorisasi.....	63
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.6. Teknik Analisis Data.....	68
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	71
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	71

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1.	Gambaran Umum PT Pupuk Iskandar Muda .....	73
4.1.1.	Lokasi dan Letak Geografis Perusahaan.....	76
4.1.2.	Visi dan Misi PT Pupuk Iskandar Muda .....	77
4.1.3.	Sumber Daya Manusia PT Pupuk Iskandar Muda.....	77
4.1.4.	Produk PT Pupuk Iskandar Muda.....	78
4.1.5.	Struktur Organisasi PT Pupuk Iskandar Muda .....	80
4.2.	Hasil Penelitian .....	81
4.2.1.	Deskripsi Penelitian .....	81
4.2.2.	Hasil Penelitian.....	82
4.2.2.1.	Peran Public Relations.....	83
4.2.2.2.	Citra Organisasi/Perusahaan.....	97
4.2.2.3.	Kepercayaan Masyarakat.....	103
4.2.2.4.	Program TJSL Perusahaan .....	112
4.2.3.	Hasil Observasi.....	118
4.2.3.1.	Observasi Kegiatan Jusber .....	120
4.2.3.2.	Observasi Kegiatan Pelatihan Pemuda.....	123
4.2.3.3.	Observasi Kegiatan Penyerahan RSS.....	126
4.2.3.4.	Observasi Kegiatan Safari Ramadhan .....	128
4.3.	Pembahasan.....	130
4.3.1.	Peran Public Relations.....	138
4.3.2.	Hambatan Public Relations.....	143
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>146</b>
5.1.	Simpulan .....	146
5.2.	Saran.....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>148</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Desa Binaan Lingkaran 1 (Ring 1) PT Pupuk Iskandar Muda .....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	55
Tabel 3.1. Kategori Informan.....	62
Tabel 3.2. Kategorisasi Penelitian.....	64
Tabel 4.1. Spesifikasi produk pupuk Urea pabrik PIM-1 dan PIM-2 .....	79
Tabel 4.2. Spesifikasi produk pupuk NPK PIM .....	80
Tabel 4.3. Spesifikasi produk Ammonia PT PIM .....	80
Tabel 4.4. Responden Survey Kepuasan Lingkungan .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Lingkaran Desa Binaan PIM Ring 1, 2 dan 3 .....	3
Gambar 2.1. Kecamatan Dewantara melalui Citra Satelit .....	38
Gambar 2.2. Peta Desa Binaan PT Pupuk Iskandar Muda.....	39
Gambar 2.3. Lokasi Desa Binaan PT Pupuk Iskandar Muda.....	39
Gambar 2.4. Kerangka Konseptual / Kerangka Pikir.....	59
Gambar 3.1. Triangulasi Metode Pengumpulan Data .....	68
Gambar 3.2. Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif .....	69
Gambar 4.1. Lokasi areal pabrik dan perumahan PT PIM .....	77
Gambar 4.2. Dokumentasi Program “Jusber” di Desa Paloh Gadeng .....	122
Gambar 4.3. Pelatihan Service AC bagi warga Desa Binaan PIM .....	124
Gambar 4.4. Service AC oleh Jasa Service Dewantara binaan TJSL PIM.....	126
Gambar 4.5. Penyerahan bantuan RSS ke masyarakat Desa Paloh Gadeng...	127
Gambar 4.6. Penyerahan bantuan RSS untuk masyarakat Desa Blang Mee ..	128
Gambar 4.7. Kegiatan Safari Ramadhan di Desa Bluka Teubai .....	129
Gambar 4.8. Grafik Survey Kepuasan Lingkungan PIM tahun 2023 .....	134
Gambar 4.9. Trend Survey Kepuasan Lingkungan tahun 2029 - 2023 .....	134
Gambar 4.10. Piagam Penghargaan TJSL tingkat Provinsi 2024 .....	135
Gambar 4.11. Piagam Penghargaan TJSL tingkat Nasional 2024 .....	137



# UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Public relations atau hubungan masyarakat (Humas) adalah bagian dari ilmu komunikasi yang menjalankan fungsi dari manajemen untuk membantu memelihara, merespon publik dan menjembatani informasi baik didalam suatu organisasi maupun kepada publik. Fungsi public relations dalam perusahaan berperan penting sebagai perantara jalan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.

Citra suatu perusahaan meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan konsumen. Membina dan mempertahankan suatu citra yang kuat sangat penting artinya bagi suatu perusahaan jika ingin menarik konsumen dan mempertahankan loyalitasnya. Citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan dan merupakan salah satu asset terpenting dari perusahaan atau organisasi karena akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa perusahaan, melainkan juga dapat memperbaiki, menambah kerekatan dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan perusahaan dalam rangka menjalankan usaha, antara lain berkat dukungan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Hubungan yang harmonis diantara keduanya tentu menjadi harapan bersama. PT Pupuk Iskandar Muda sebagai Anak

Perusahaan BUMN dari PT Pupuk Indonesia (Persero) berupaya agar dapat berperan dan berkontribusi terhadap tanggung jawab sosialnya, dengan memberikan bantuan baik dalam pola pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) kepada masyarakat sekitar Desa binaan melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan, maka perlu dilakukan penilaian kepuasan lingkungan, khususnya terhadap masyarakat Desa binaan di sekitar lingkungan perusahaan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya sebagai masukan terkait program TJSL PT PIM yang telah dilaksanakan, sekaligus melihat respon masyarakat terhadap program-program TJSL yang selama ini dijalankan oleh Perusahaan, baik pembinaan usaha maupun bantuan lainnya pada berbagai bidang seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat, kesehatan maupun lingkungan.

PT Pupuk Iskandar Muda telah berkomitmen terhadap pembangunan yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat dari segi ekonomi, sosial, lingkungan dan hukum & tata kelola untuk pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Perusahaan menetapkan program TJSL sebagai upaya strategis dalam mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sehingga tercipta kondisi yang kondusif dalam mendukung pengembangan usaha dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Pupuk Iskandar Muda telah melaksanakan berbagai program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, usaha mikro dan kecil melalui program-program TJSL serta program Pendanaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil (PUMK).

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang dikelola oleh PT PIM telah dijalankan sejak tahun 1989. Saat ini kegiatan TJSL berpedoman kepada Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-6/MBU/09/2022, tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER- 05/MBU/04/2021 tentang program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara (TJSL-BUMN) serta peraturan lainnya yang masih berlaku.

Dalam menyusun perencanaan program TJSL yang bertujuan melakukan pengembangan ekonomi masyarakat, PT Pupuk Iskandar Muda membagi wilayah desa binaan untuk diprioritaskan dalam menyalurkan bantuan perusahaan yaitu Desa Lingkaran I, II dan III seperti dalam Gambar 1.1 di bawah ini.



Sumber : IKL PT PIM, 2023

Gambar 1.1. Lingkaran Desa binaan PIM Ring 1, 2 dan 3

Desa Lingkaran I atau Desa Ring I adalah desa binaan yang paling dekat dengan lokasi area pabrik dan perumahan PT Pupuk Iskandar Muda, disebut juga dengan Desa Lingkungan Perusahaan. Desa Lingkaran II adalah desa selain Desa Lingkaran I yang masih berada di dalam wilayah Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Desa Lingkaran III adalah seluruh wilayah yang ada diluar lingkaran

I dan lingkaran II tetapi masih berada di dalam wilayah Kabupaten Aceh Utara Provinsi Aceh. Desa binaan PT Pupuk Iskandar Muda dalam penelitian ini terdiri dari 6 (enam) desa dan 1 (satu) dusun seperti dalam Tabel 1.1 di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Desa Binaan Lingkaran 1 (Ring 1) PT Pupuk Iskandar Muda**

No	Nama Desa/Dusun	Kecamatan	Kabupaten/Kota
1	Tambon Baroh	Dewantara	Aceh Utara
2	Tambon Tunong	Dewantara	Aceh Utara
3	Keudee Krueng Geukueh	Dewantara	Aceh Utara
4	Paloh Gadeng	Dewantara	Aceh Utara
5	Blang Naleung Mameh	Muara Satu	Kota Lhokseumawe
6	Blang Mee	Kuta Blang	Bireuen
7	Dusun Madat	Desa Palda, Dewantara	Aceh Utara

(Sumber : Indek Kepuasan Lingkungan PT PIM, 2023)

Program-program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda selama ini antara lain adalah :

- a. Program Prioritas Pilar Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)
- b. Program TJSL BUMN Prioritas
- c. Program TJSL menciptakan Creating Shared Value (CSV)
- d. Program TJSL yang diukur dengan metode SROI
- e. Program Bantuan TJSL kepada Desa binaan tahun 2023

PT Pupuk Iskandar Muda telah melakukan evaluasi secara terus-menerus terhadap program yang telah dilaksanakan agar implementasi program TJSL tepat sasaran dengan melibatkan secara langsung masyarakat lingkungan dalam menyusun skala prioritas, mengingat sumber daya yang terbatas dan kebutuhan yang terus meningkat.

Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) merupakan suatu program yang dibentuk oleh *United Nation* (UN) dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan serta tantangan mengenai lingkungan, politik, dan ekonomi yang dihadapi dunia saat ini. Program ini dibentuk untuk dapat mengatasi tantangan global yang sedang dunia hadapi terkait dengan kemiskinan, ketidaksetaraan, iklim, degradasi lingkungan, kemakmuran, perdamaian dan keadilan. Program SDGs ini memiliki komitmen untuk menyelesaikan dan mengatasi beberapa tantangan yang sedang dihadapi dunia saat ini. Dalam program SDGs terdapat 17 tujuan yang akan menjadi tuntunan kebijakan dan pendanaan hingga tahun 2030, sehingga diperlukan kerjasama yang kuat dari semua pemangku kepentingan (*stake holder*) dalam mengimplementasikan tujuan global tersebut.

Dalam mewujudkan pencapaian target TPB ini, TJSL merupakan salah satu model bisnis yang dapat menciptakan kontribusi bisnis terintegrasi untuk pembangunan berkelanjutan dengan menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, kebutuhan lingkungan dan harapan sosial ke dalam strategi bisnis perusahaan. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) mempunyai beberapa pilar yaitu pilar sosial, pilar ekonomi, pilar lingkungan dan pilar hukum & tata kelola.

Program TJSL BUMN Prioritas adalah Program yang pelaksanaannya bertujuan untuk memberikan nilai tambah di bidang Pendidikan, lingkungan, dan pengembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK), yaitu :

- 1) Program TJSL Community Involvement & Development (CID) di Bidang



Pendidikan yang telah dilaksanakan oleh PIM adalah :

- a. PIMCAREducation (Beasiswa tingkat SD, SMP, SMA dan Mahasiswa).
  - b. Program Peduli 3T (bantuan buku Pendidikan kepada SD di desa 3T), wilayah 3T adalah daerah Tertinggal, Terdepan dan Terluar yaitu wilayah yang memiliki kondisi geografis, sosial, ekonomi dan budaya yang kurang berkembang dibanding daerah lain dalam skala nasional.
  - c. Program Beasiswa Investasi Akhirat (Kaderisasi Imam Desa, Qari/qariah)
  - d. Sarana Fasilitas Sekolah Ruang Terbuka Anak
  - e. Program kolaborasi Pendidikan Bersama BUMN
- 2) Program TJSL Community Involvement & Development (CID) di Bidang Lingkungan untuk menunjang kegiatan PROPER Emas perusahaan dalam bidang Community Development antara lain :
- a. Program Paya Nie Lestari Berdaya (Panel Daya) yaitu Pelestarian Alam (tanaman purun di Paya Nie untuk menunjang kerajinan UMKM dan Paya Nie berupa payau dengan luas sekitar 300 Ha yang terdiri dari 7 gampong dapat menjadi tempat wisata).
  - b. Program Pelestarian Habitat Endemik (Tanaman langka berupa kantong semar dan spesies burung endemik) di Paya Nie Gampong Blang Me.
  - c. Penghijauan berbasis tanaman produktif (seperti mangga, lengkeng, rambutan dan durian).
- 3) Program TJSL Community Involvement & Development (CID) di Bidang Pengembangan UMK adalah :
- a. Manajemen/kewirausahaan/sertifikasi

- b. Branding Produk
- c. Program Promosi Usaha Bersama (PUBER)
- d. Local Business Development Oleh-oleh Dewantara (ODET)
- e. Pembinaan Mitra Binaan

Program TJSL yang telah dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda dan berkomitmen mendukung bisnis inti dan menciptakan *Creating Shared Value* (CSV) bagi Perusahaan antara lain adalah :

- 1) Program Tani Sejahtera melalui pembinaan Kelompok Wanita Tani/KWT
- 2) Youth Entrepreneurship, pelatihan pemuda dan pemudi untuk Desa binaan
- 3) Program Gampong Leisa.

Program TJSL yang diukur dengan metode *Social Return On Investment* (SROI) adalah suatu metode yang digunakan untuk mengukur dampak dari pelaksanaan program TJSL. Terdapat 3 Program TJSL yang programnya akan diukur dengan metode SROI, yaitu :

- 1) Program Kampung Tani Sejahtera
- 2) Program GABUS (*Good Applications in the Utilization of Snakehead Fish*) yang merupakan Program Panel Daya.

Program bantuan sosial melalui TJSL PT Pupuk Iskandar Muda kepada Desa binaan pada tahun 2023 merupakan program kerja untuk menyalurkan berbagai bantuan sosial kepada masyarakat Desa binaan khususnya untuk desa desa lingkungan yang berdekatan langsung dengan perusahaan, berupa :

- 1) Bantuan modal usaha (program kemitraan) untuk UMKM, pembinaan UMKM biasa hingga UMKM naik kelas

- 2) Bantuan *charityre* seperti novasi rumah dhuafa, meunasah, MCK, masjid, balai pengajian, bantuan berobat orang sakit, dan lain lain.
- 3) Membangun Rumah Dhuafa (RSS) setiap tahun
- 4) PIMCAREducation (Beasiswa untuk SD, SMP, SMA yang bersekolah di SD, SMP dan SMA Swasta Iskandar Muda, serta beasiswa jenjang S1, S2 dan S3).
- 5) Program Investasi Akhirat, yaitu kaderisasi pemuda untuk menjadi imam desa dan pelatihan memandikan jenazah
- 6) Program Paya Nie Lestari Berdaya (Panel Daya) antara lain pembinaan UMKM, penggemukan sapi, wisata alam Payanie, pelestarian habitat fauna dan flora yang endemik dan langka.
- 7) Local Business Development Oleh-oleh Dewantara (ODET) di Kecamatan Dewantara dan Branding Produk UMKM.
- 8) Program Tani Sejahtera, melalui pembinaan Kelompok Wanita Tani/KWT
- 9) Youth Entrepreneurship (YES) yaitu pelatihan dan sertifikasi pemuda/pemudi untuk Desa binaan seperti pelatihan barista kopi, service AC, barber shop, mekanik, menjahit dan membuat kue.
- 10) Program kesehatan masyarakat Jumat Sehat Bersama (JUSBER), membuat posko kesehatan di Desa mereka guna berobat gratis bagi masyarakat, yang dilaksanakan setiap hari jumat secara bergantian tiap desa.
- 11) Bantuan sosial lainnya seperti bantuan hewan Qurban saat Idul Adha, santunan anak yatim dan fakir miskin, bantuan saat bulan ramadhan (safari ramadhan, air mineral dan sumbangan lainnya), pembersihan tempat-tempat ibadah,

Dengan adanya Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) tentunya membawa dampak yang lebih baik bagi perusahaan maupun lingkungan atau masyarakat desa binaan setempat. Peran public relation (humas) dalam mengelola kegiatan TJSL seharusnya mampu menciptakan *brand image* bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif sehingga fenomena ini akan mampu menciptakan *customer loyalty* dan membangun atau mempertahankan reputasi bisnis dan citra perusahaan serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat khususnya desa binaan di sekitar perusahaan. Program TJSL juga dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan atau melanjutkan izin operasional (*license to operate*) dari pemerintah maupun dari publik sebab perusahaan akan dinilai telah memenuhi standar tertentu dan memiliki kepedulian sosial. TJSL memang dapat menjadi semacam iklan bagi produk perusahaan yang bersangkutan.

Demikian juga dengan public relation PT Pupuk Iskandar Muda harus dapat menjalin relasi yang efektif kepada publik, sehingga dapat terjalin kerja sama yang saling menguntungkan, tujuan dari kehumasan (*public relations*) itu mampu dalam menjalankan tugas dengan membentuk dan menjaga hubungan yang baik serta harmonis dengan semua pihak internal dan eksternal. Fungsi kehumasan (*public relations*) yang paling penting adalah untuk mengetahui pandangan publik terhadap PT Pupuk Iskandar Muda dengan tujuan tercapainya keinginan perusahaan dalam mempertahankan citra positif perusahaan.

PT Pupuk Iskandar Muda yang berlokasi di Krueng Geukueh Aceh Utara adalah Anak Perusahaan BUMN PT Pupuk Indonesia (Persero) yang berdiri sejak 24 Februari 1982 berupaya dapat berperan dan berkontribusi terhadap tanggung

jawab sosial dan lingkungan Perusahaan. PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan perusahaan dalam rangka menjalankan usaha, antara lain berkat dukungan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Hubungan yang harmonis diantara keduanya tentu menjadi harapan bersama. PT Pupuk Iskandar Muda berupaya untuk dapat berperan dan berkontribusi terhadap tanggung jawab sosialnya, dengan memberikan bantuan baik dalam pola *stewardship* (pendampingan) maupun charity (hibah) kepada Masyarakat sekitar.

Salah satu sistim untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan adalah perlu dilakukan penilaian kepuasan lingkungan, khususnya terhadap masyarakat sekitar (masyarakat desa binaan) yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya sebagai masukan terkait program TJSL - PT PIM yang telah dilaksanakan, sekaligus melihat respon masyarakat terhadap program yang selama ini dijalankan oleh perusahaan, baik pembinaan usaha maupun bantuan lainnya pada berbagai bidang seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat, kesehatan maupun lingkungan

Walaupun selama ini PT Pupuk Iskandar Muda melalui Departemen TJSL & Humas telah banyak memberi dan menyalurkan berbagai macam bantuan sosial melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) kepada masyarakat Desa binaan, namun masih terkesan kurang mendukung atas keberadaan PT Pupuk Iskandar Muda karena mereka beranggapan bahwa PT Pupuk Iskandar Muda masih belum maksimal, merata dan memadai dalam memberi dan menyalurkan bantuan kepada mereka.



Berdasarkan fenomena yang terjadi pada perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda inilah peneliti menarik untuk melakukan penelitian terkait dengan peran public relation dalam mengelola program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan yang telah disalurkan selama ini kepada masyarakat Desa binaan, maka peneliti mengambil judul penelitian yaitu *Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.*

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, pokok penelitian diarahkan pada peran Public Relations (kehumasan) dalam membangun Citra Positif Perusahaan dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda. Pokok tersebut akan dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimana Peran Public Relations dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.
2. Apa saja hambatan Public Relations dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan Peran Public Relations dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.
2. Untuk menjelaskan hambatan Public Relations dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis, manfaat akademis maupun manfaat praktis, yaitu :

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang public relations, khususnya tentang peran public relations dalam membangun citra dan kepercayaan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan.

#### **1.4.2. Manfaat Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini dapat menambah kajian tentang public relations, khususnya peran public relations dalam membangun citra dan kepercayaan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan.

### **1.4.3. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada berbagai pihak terkait, khususnya PT Pupuk Iskandar Muda dalam membuat kebijakan terkait dengan berbagai upaya meningkatkan peran public relations dalam membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan.

### **1.5. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup penelitian untuk Desa binaan dari PT Pupuk Iskandar Muda hanya desa yang termasuk dalam Lingkaran 1 (Ring 1) perusahaan, yaitu desa yang paling dekat dan berdampak langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan yang terdiri dari 6 (enam) desa dan 1 (satu) dusun, yaitu Desa Tambon Baroeh, Tambon Tunong, Keudee Krueng Geukueh, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh dan Desa Blang Mee serta Dusun Madat.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian dan Definisi Public Relation (Humas)**

Public Relation atau hubungan masyarakat (humas) adalah upaya yang sungguh-sungguh terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan masyarakatnya. Public Relations merupakan bagian dari fungsi manajemen yang bertujuan menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta melakukan perencanaan suatu kegiatan dan program untuk memperoleh dan memenuhi dukungan dan eksistensi publik.

Menurut Frank Jefkins (2003) dalam Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019) menjelaskan Public Relations merupakan suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik komunikasi yang dilakukan ke dalam maupun ke pihak luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Kegiatan Public Relations dibutuhkan agar dapat membangun image dan identitas perusahaan, terutama dalam bidang komunikasi yang berlangsung dalam suatu perusahaan agar mampu menjaga dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan. Hampir setiap perusahaan saat ini berkompetisi untuk menunjukkan eksistensinya, dengan menampilkan berbagai kelebihan-kelebihan untuk meningkatkan awareness dan kepercayaan kepada masyarakat.

Humas merupakan divisi yang memiliki pengaruh besar terhadap jalannya kegiatan di suatu instansi maupun perusahaan. Dibalik fungsi dan tugasnya, humas

berperan sebagai komunikator dan juga untuk membangun citra organisasi atau instansi. Peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan, meningkatkan, dan menjaga citra organisasi di mata masyarakat atau publiknya. Jadi bisa dikatakan humas bertugas menjaga keserasian antara suatu organisasi dan publiknya.

Cutlip, Center dan Broom (2006:5) dalam buku *Effective Public Relations*, mendeskripsikan fungsi public relations sebagai sebuah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap publik, melakukan identifikasi terhadap kebijakan dan prosedur organisasi, kemudian melaksanakan program yang bertujuan untuk membuat publik paham mengenai organisasi dan public dapat menerima organisasi.

## **2.2. Peran Public Relations**

Peran public relations antara lain adalah memastikan bahwa perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang terlibat baik internal maupun eksternal dan untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan yang efektif. Peran public relations mencakup beragam fungsi dan tanggung jawab, bertujuan untuk membangun hubungan yang positif antara perusahaan dengan publiknya. Public Relations bertanggung jawab untuk mengelola citra dan reputasi sebuah organisasi atau perusahaan di mata publik termasuk juga mempromosikan citra yang positif, menangani krisis reputasi dan membangun hubungan yang kuat dengan stakeholder. Public Relations juga berperan sebagai penghubung antara organisasi dan publik eksternal, termasuk media, konsumen, investor, dan masyarakat luas. Tugasnya adalah menyampaikan informasi yang relevan,

menjawab pertanyaan dari pihak yang berkepentingan dan membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Selain itu peran public relations adalah membangun hubungan yang baik dengan media massa, meliputi menyusun siaran pers, menjalin kontak dengan wartawan, mengatur konferensi pers serta memfasilitasi liputan media yang positif. Humas juga berperan dalam memastikan komunikasi yang efektif di dalam perusahaan dengan menyebarkan informasi kepada karyawan, mempromosikan budaya perusahaan, dan memfasilitasi dialog antara manajemen dan staf. Selanjutnya Humas harus siap untuk menghadapi dan menangani situasi krisis yang mempengaruhi citra atau reputasi perusahaan, merancang strategi komunikasi, memberikan klarifikasi kepada publik, dan meminimalkan dampak negatif dari krisis tersebut.

Public relations juga dapat berperan sebagai advokat bagi perusahaannya, mempromosikan kepentingan perusahaan di hadapan pemerintah, regulator dan pemangku kepentingan lainnya. Disamping itu public relations sering bertanggung jawab atas perencanaan, promosi, dan pelaksanaan acara-acara perusahaan, konferensi, atau kegiatan sponsor dengan memastikan bahwa acara tersebut memenuhi tujuan komunikasi dan memperkuat citra merek. Kemudian peran Public relations lainnya adalah merespons tanggapan dan umpan balik dari publik, baik itu dalam bentuk pujian, kritik, atau pertanyaan dengan memastikan bahwa perusahaan menanggapi dengan cepat, tepat dan memanfaatkan umpan balik tersebut untuk memperbaiki layanannya.

Peran public relations merupakan bagian dari fungsi public relations dimana di dalamnya terdapat penjabaran mengenai tugas-tugas dari seorang praktisi public relations. Peran utama public relations menurut Cutlip, Center dan Broom (2006: 46-48) dalam bukunya *Effective Public Relations* adalah sebagai berikut:

1) Teknisi Komunikasi/Peran Teknik Komunikasi

Public relations bertanggung jawab untuk mengimplementasikan taktik komunikasi seperti menulis siaran pers, mengatur acara, dan mengelola media sosial. Ini lebih bersifat teknis dan praktis dibandingkan dengan peran manajerial. Keahlian dalam bidang komunikasi merupakan keahlian yang wajib dimiliki oleh seorang praktisi public relations. Praktisi public relations akan bertugas untuk mengurus kegiatan komunikasi, misalnya melakukan sosialisasi ketika ada perubahan kebijakan atau ada kebijakan yang baru dibuat oleh manajemen.

2) Pakar Perumus (*Expert Prescriber*)/Peran Manajerial

Public relations memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan strategis dalam organisasi. Ini termasuk perencanaan dan pelaksanaan program PR yang mendukung tujuan organisasi serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal. Seorang praktisi public relations harus memiliki kemampuan dalam menganalisis sebuah masalah. Oleh sebab itu, jika perusahaan menghadapi sebuah permasalahan, maka praktisi public relations harus bisa mendefinisikan permasalahan apa yang terjadi, membuat perencanaan atau strategi dalam menghadapi masalah tersebut, melakukan tindakan dan melakukan evaluasi.

### 3) Fasilitator Komunikasi/Peran Komunikator

Public relations berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publiknya. Tugas ini melibatkan penyampaian pesan, pengelolaan informasi, dan menjamin bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan citra yang diinginkan oleh organisasi. Praktisi public relations bertugas sebagai perantara antara organisasi dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan organisasi tersebut. Dalam hal ini, praktisi public relations juga harus dapat menyingkirkan rintangan yang dapat menghambat lancarnya komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Dalam kesempatan tertentu, public relations juga berperan sebagai sumber informasi dan kontak resmi, misalnya pada saat melakukan konferensi pers dimana praktisi public relations diberikan tugas sebagai juru bicara.

### 4) Fasilitator Pemecah Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)/Peran Pelatih dan Konsultan.

Public relations juga berfungsi sebagai pelatih dan konsultan bagi manajemen dan karyawan lainnya dalam organisasi, memberikan saran tentang komunikasi yang efektif dan strategi PR yang dapat meningkatkan reputasi organisasi. Dalam peran ini, public relations tidak bekerja seorang diri karena public relations harus bekerja sama dengan divisi lain. Divisi public relations akan mendapatkan bagian dalam perencanaan strategis karena public relations dianggap sebagai pihak yang paham dalam manajemen krisis. Oleh sebab itu, pendapat dari public relations akan dipertimbangkan ketika mengambil sebuah keputusan. Dari peran public relations yang sudah dijelaskan, maka praktisi public relations juga harus bisa melakukan identifikasi stakeholders. Tujuan melakukan identifikasi



stakeholders adalah untuk memetakan siapa siapa saja stakeholders dari sebuah organisasi serta mengetahui apakah harapan dan pandangan dari stakeholders terhadap organisasi.

Menurut Martha, Z., Ida, R., Puspa, R., & Hakim, L. (2023), menjelaskan bahwa Public relations merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan (profit) maupun perusahaan non-komersial yang tidak mencari keuntungan. Tidak peduli apakah organisasi tersebut berada di sektor pemerintahan maupun sektor swasta. Secara garis besar Corporate Public Relations dalam menjalankan tugasnya dapat diartikan sebagai penyambung lidah perusahaannya dalam menjalin hubungan simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan antara beberapa pihak dan juga perusahaannya.

Soemirat & Ardianto (2010) dalam Yosephine, M., & Diniati, A. (2021), menjelaskan bahwa Public Relations berperan dalam membangun citra positif Perusahaan dan menghapus citra negatif. Citra sendiri merupakan sudut pandang orang lain dalam menilai seseorang, komite, aktivitas hingga sebuah perusahaan. Perusahaan melakukan pendekatan kepada masyarakat guna memperbaiki citra negatif tersebut. Pendekatan tersebut dilakukan melalui berbagai event yang dibutuhkan oleh Masyarakat. Public Relations merupakan pemangku kepentingan internal yang berperan dalam membangun reputasi. Sementara itu, pemerintah, masyarakat, dan media merupakan pemangku kepentingan eksternal perusahaan. Dalam sebuah perusahaan, Public Relations berperan penting untuk menjalin komunikasi dengan publik internal maupun eksternalnya.

Selanjutnya Kasenda (2013) menjelaskan bahwa peran humas secara umum sebagai communicator atau penghubung antara perusahaan atau lembaga yang diwakili oleh publiknya. Membina Relationship, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Membentuk corporate image, artinya Public Relations berperan untuk berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Kemudian Kholisoh, N., & Yenita, Y. (2015), menjelaskan bahwa *Public relations* memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan terutama apabila perusahaan tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas untuk menciptakan, mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara perusahaan dengan masyarakat. Keberadaan *public relations* dapat menjadi jembatan penghubung antara perusahaan dan publiknya, dimana PR berfungsi menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik sehingga mendapatkan citra positif organisasi. Kehadiran *public relations* sangat dibutuhkan di setiap organisasi, peran penting public relations perusahaan sebagai juru bicara yang mewakili perusahaan, penyampai informasi, pembentuk citra dan opini publik, membentuk reputasi serta membangun kepercayaan masyarakat.

Aktifitas public relations PT Pupuk Iskandar Muda berada di Departemen TJSL & Humas yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu Bagian TJSL dan Bagian Humas dengan aktifitas yang berbeda, antara lain :

1) Bagian TJSL

Aktifitas di Bagian TJSL meliputi pembinaan dan pemberian bantuan pola pendampingan (*stewardship*) dan hibah (*charity*) kepada masyarakat, pembinaan

UMKM dengan memberikan bantuan modal usaha Program Kemitraan (PK) dengan pola pengembalian dana tersebut untuk diserahkan kepada UMKM lainnya.

## 2) Bagian Humas

Bagian Humas meliputi kegiatan protokoler perusahaan, mewakili perusahaan dalam memberikan informasi kepada pihak eksternal, menjalin hubungan baik dengan pihak stake holder lainnya serta memberikan bantuan sosial kepada instansi terkait sesuai aturan perusahaan.

### **2.3. Komunikasi dalam Public Relations**

Komunikasi merupakan faktor utama yang menggerakkan semua aspek dari kegiatan public relations (kehumasan). Tanpa adanya komunikasi yang efektif, upaya public relations dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat serta untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu PT Pupuk Iskandar Muda akan terbatas dalam mencapai kesuksesan sesuai yang diharapkan. Komunikasi dalam bentuk pemberitaan dan hubungan media (media relations) juga merupakan salah satu pilar utama dalam kegiatan public relations. Melalui hubungan yang baik dengan media massa dan penyampaian informasi yang tepat, public relations dapat mempengaruhi liputan media tentang perusahaan, produk, atau inisiatifnya.

Komunikasi yang efektif merupakan kunci utama dalam membangun citra dan reputasi perusahaan. Dengan komunikasi yang baik, public relations dapat membentuk persepsi positif di kalangan publik atau masyarakat, dapat mengatasi isu-isu yang negatif dan meningkatkan citra perusahaan. Dalam situasi krisis atau konflik, komunikasi yang efektif sangat penting bagi public relations. Kehumasan

bertanggung jawab untuk mengelola komunikasi dengan pemangku kepentingan (stakeholder), memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta membangun kepercayaan di tengah-tengah ketidakpastian.

Komunikasi yang strategis memungkinkan public relations untuk dapat menjadi penggerak opini publik. Melalui penggunaan teknik komunikasi yang tepat, seperti advokasi, lobbying, atau kampanye sosial maka public relations dapat memengaruhi persepsi dan sikap publik terhadap isu-isu tertentu yang dihadapi oleh perusahaan. Komunikasi dalam kegiatan public relations juga melibatkan pengelolaan tanggapan dan umpan balik dari publik. public relations harus responsif terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pemangku kepentingan (stakeholder), merespons kritik dengan bijaksana dan menggunakan umpan balik untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta memperbaiki hubungan dengan publik.

Sumarto, R. H. (2016) mengatakan Organisasi akan tetap langgeng saat terbangun komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik akan mempengaruhi hubungan yang harmonis dan selaras antara organisasi dan publiknya. Sebuah citra positif terbangun jika ada interaksi yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Untuk mendukung kegiatan public relations, organisasi membutuhkan komunikasi dua arah. Seorang praktisi public relations harus mampu membuat orang lain memahami pesan yang disampaikan sehingga tercipta simbiosis antara kedua belah pihak. Dengan demikian, kesan yang ditangkap oleh masyarakat adalah kesan positif dari organisasi. Public relations juga memungkinkan umpan balik kepada publik sehingga masyarakat dapat dengan bebas mendapat pesan dari organisasi

dan mengekspresikan apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka keluhkan. Public relations juga perlu terus mengevaluasi sehingga opini publik dapat dikontrol dengan baik agar dapat membentuk opini publik yang menguntungkan organisasi sehingga citra positif terbangun dengan sendirinya.

Hendra, Y (2017) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan kepada orang lain tentang apa yang sedang dipikirkannya, apa yang dirasakannya dan apa yang menjadi harapannya. Hampir seluruh aktivitas kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasi. Seseorang yang enggan berkomunikasi ataupun menghindari berkomunikasi dengan orang lain, kelompoknya maupun dengan lingkungannya akan merugikan dirinya sendiri. Begitu pentingnya komunikasi bagi manusia, sehingga komunikasi menjadi salah satu penentu keberhasilan hidup manusia.

Melalui komunikasi, setiap orang dapat saling berbagi informasi dengan sesamanya. Informasi mengenai kehidupan rutin sehari-hari, sampai informasi tentang berbagai hal yang sedang aktual menjadi topik pembicaraan pada saat berkomunikasi. Dari informasi yang diperoleh melalui komunikasi tersebut, setiap orang memperoleh pengetahuan tentang berbagai hal. Pengetahuan yang diperoleh tersebut akan sangat membantu setiap orang untuk dapat berperilaku dengan baik dan wajar di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Setiap aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh siapapun, baik secara lisan maupun tulisan yang disampaikan secara langsung maupun dengan menggunakan media pada satu kelompok masyarakat tertentu, umumnya memiliki tujuan, maksud dan sasaran dari

komunikasi tersebut. Agar komunikasi berlangsung efektif maka proses komunikasi tersebut harus didukung oleh komunikator yang memiliki kredibilitas yang baik, daya tarik, kekuasaan dan mampu mengemas pesan dengan jelas dan mudah dimengerti.

Selanjutnya Hendra, Y. (2019) menjelaskan bahwa lahirnya berbagai teori komunikasi tidak terlepas dari kehadiran media massa ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Aktifitas media massa ini kemudian menimbulkan berbagai fenomena komunikasi dan selanjutnya para ahli mengamati serta mengkaji fenomena tersebut. Dari pengkajian ini lahirlah berbagai asumsi, model komunikasi sampai teori komunikasi.

Ginting, R (2021) menjelaskan bahwa manusia menggunakan komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pemikiran, pendapat, ide bahkan gagasan mereka kepada individu lainnya, hal ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman yang sama dari kedua belah pihak (komunikand dan komunikator) mengenai pesan yang akan dibicarakan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya secara tatap muka (langsung) tetapi juga dilakukan secara tidak langsung (dengan menggunakan media). Komunikasi dengan menggunakan media inilah yang kini sedang membudaya di kalangan masyarakat saat ini. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia yang kian hari kian kompleks, dituntut mengetahui informasi dengan cepat, akurat dan tanpa batas waktu maupun tempat.

Masih dalam Ginting, R (2021) menyatakan media komunikasi dewasa ini merupakan hasil dari revolusi komunikasi yang terdorong dikarenakan adanya kemajuan dan perkembangan dari teknologi informasi. Kini, masyarakat sudah

tidak lagi menggunakan surat ketika ingin bertukar kabar dengan sanak saudara yang berada jauh melainkan menggunakan hasil dari kemajuan perkembangan dan teknologi dengan internet yakni media baru (*new media*). Beralihnya masyarakat dari media lama ke media baru dikarenakan banyaknya perbedaan yang signifikan.

Mulyana (2005) dalam Thariq, M., & Anshori, A. (2017) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi melibatkan ekspektasi, persepsi, pilihan, tindakan dan penafsiran. Setiap kita berkomunikasi dengan seseorang tidak diragukan bahwa orang tersebut berasal dari suatu lingkungan budaya tertentu, bukan orang yang tiba dari ruang hampa-sosial. Oleh karena itu seseorang dipengaruhi latar belakang budayanya, komunikasi dan budaya dua entitas tidak terpisahkan.

Kemudian Priadi, R., & Thariq, M. (2023) mengemukakan komunikasi merupakan unsur yang penting dalam kehidupan organisasi, baik ditinjau dari sisi proses administrasi dan manajemen maupun keterlibatan semua pihak di dalam suatu organisasi. Komunikasi dari bawahan ke atas sebagai dasar dari kepercayaan seorang atasan atau pimpinan, komunikasi dari bawahan kepada atasan sering kali menjadi ancaman bagi seorang bawahan, inilah yang mungkin seringkali suara bawahan yang ditunjukkan bagi atasan agak sedikit tersendat. Pimpinan sebagai orang yang bertanggungjawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya. Dengan melakukan hal-hal yang merupakan tanggungjawab pimpinan, ini berarti pimpinan

secara tidak langsung ikut membantu karyawan dalam mencapai kepuasan kerjanya.

Kabu,S.R., & Priadi,R. (2020), menyatakan bahwa komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan kerja. Hal ini dikarenakan komunikasi yang tidak baik berdampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, misalnya konflik antar pegawai, dan sebaliknya komunikasi yang baik mampu meningkatkan saling pengertian, kerjasama dan juga kepuasan kerja sekelompok sumber daya manusia dengan berbagai karakter. Sehingga, komunikasi yang terbuka harus dikembangkan dengan baik agar masing-masing pegawai dalam organisasi mengetahui tanggung jawab dan wewenang masing-masing.

Hasil komunikasi yang baik akan berpengaruh terhadap kinerja organisasi yang merupakan gambaran tentang hasil kerja organisasi dalam mencapai tujuannya yang dapat mempengaruhi sumber daya organisasi tersebut. Sumber daya yang dimaksud dapat berupa fisik seperti sumber daya manusia maupun nonfisik seperti peraturan, informasi, dan kebijakan. Konsep kinerja organisasi juga menggambarkan bahwa setiap organisasi publik memberikan pelayanan kepada masyarakat dan dapat dilakukan pengukuran kinerjanya dengan menggunakan indikator-indikator kinerja yang ada untuk melihat apakah organisasi tersebut sudah melaksanakan tugasnya dengan baik dan untuk mengetahui tujuannya sudah tercapai atau belum.

#### **2.4. Citra Perusahaan**

Citra perusahaan merupakan persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh publik, baik itu konsumen, investor, karyawan atau masyarakat umum tentang



sebuah perusahaan atau organisasi dan sering kali dikaitkan dengan reputasinya di mata publik. Citra sebuah perusahaan mencakup berbagai aspek antara lain reputasi, nilai-nilai (*value*), identitas merek (*brand identity*), produk atau layanan yang ditawarkan juga perilaku perusahaan dalam berbagai konteks. Reputasi mencerminkan bagaimana perusahaan tersebut dilihat oleh orang lain berdasarkan sejarah, kinerja, integritas, dan tanggung jawab sosial. Citra perusahaan juga mencakup identitas merek seperti logo, warna, slogan, dan gaya visual yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi diri mereka dan membedakannya dari pesaing lainnya.

Perilaku dan komitmen perusahaan terhadap TJSL juga berpengaruh terhadap citra perusahaan. Jika perusahaan dianggap bertanggung jawab secara sosial dan peduli terhadap lingkungan, hal tersebut dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di mata masyarakat. Cara perusahaan berinteraksi dan berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti konsumen, investor, karyawan, pemerintah, dan masyarakat umum juga dapat mempengaruhi citra perusahaan. Adanya hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dapat memperkuat dan meningkatkan citra perusahaan.

Citra dapat diartikan bagaimana pihak lain memandang perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra berarti kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Pahlevi (2015) menjelaskan bahwa Citra sangat mempengaruhi kredibilitas sebuah perusahaan. Citra Perusahaan harus bernilai positif karena citra merupakan jati diri dan aset sebuah perusahaan. Public Relation (PR) mempunyai

peran yang sangat penting sebagai pembangun citra positif perusahaan melalui program Corporate Sosial Responsibility (CSR). CSR merupakan suatu pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi.

Purwo,R.H.S., & Puspasari,D (2020) menjelaskan bahwa di era globalisasi serta kompetisi yang semakin ketat, membangun citra merupakan tuntutan yang sangat mendesak dan wajib dicermati oleh organisasi atau Perusahaan. Citra dapat dibentuk oleh informasi yang diterima individu, jika informasinya positif maka citranya juga positif sebaliknya jika informasinya negatif maka akan membentuk citra yang negatif pula. Citra positif sangat penting dibangun oleh humas sehingga dapat melekat baik di mata masyarakat, perusahaan maupun di mata pemerintahan. Dalam upaya untuk membangun citra positif, komunikasi dan keterbukaan merupakan hal yang penting. Dalam membangun citra positif, humas dapat memanfaatkan bantuan media. Bentuk pemanfaatan media untuk menyalurkan arus informasi dapat dilakukan melalui beberapa jenis media yaitu media cetak contohnya koran dan majalah, media elektronik contohnya radio dan televisi dan media baru contohnya internet. Terutama di era globalisasi ini yang di mana perkembangan teknologi menjadi semakin pesat sehingga membuat arus informasi pun mengalir dengan cepat dan membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi.

Kegagalan organisasi dalam menyampaikan pesan terutama kepada pihak eksternal organisasi akan memberi stigma negatif tentang organisasi tersebut. Kesalahan dalam berkomunikasi yang terjadi pada suatu organisasi dapat menjadi 'stempel' buruk yang terpatri pada masyarakat walaupun organisasi sudah

meluruskan informasi yang berkembang. Dampaknya adalah timbulnya citra negatif dari organisasi tersebut. Publik akan membentuk opini yang kurang menguntungkan apabila organisasi kurang mampu berkomunikasi dengan publiknya. Oleh karena itu public relation harus benar benar dapat memahami publik baik cara berpikir dan cara bersikap sebelum informasi disampaikan kepada khalayak umum. Dengan demikian, publik akan bersikap positif terhadap apa yang disampaikan organisasi kepada publiknya. Komunikasi yang disampaikan juga dilakukan dengan mengedepankan etika sehingga dapat meminimalisir kesalahan persepsi dalam berkomunikasi. Pencitraan suatu organisasi biasanya melekat dengan *public relations*. Pencitraan dapat terbangun bila ada komunikasi yang harmonis dan menyenangkan antara organisasi dengan publiknya. *Public relations* mencoba membuka kran atau celah komunikasi yang menyenangkan dengan publiknya. Komunikasi yang dijalin akan berdampak pada hubungan yang serasi dan selaras antara organisasi dengan publiknya. Sebagai dampaknya adalah opini publik yang positif akan terbangun dan akan menguntungkan organisasi untuk keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

## **2.5. Digitalisasi Public Relations**

Digitalisasi Public Relations merupakan integrasi teknologi digital dalam praktik dan strategi kehumasan yang mencakup penggunaan berbagai platform dan alat digital untuk membangun hubungan, mengkomunikasikan pesan dan mempengaruhi opini publik. Salah satu aspek utama dari digitalisasi public relations adalah penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter/X, Instagram, Tik tok, WhattApps, Telegram , LinkedIn, dll untuk berinteraksi dengan audiens,

mempromosikan merek dan menyebarkan informasi. Media sosial dapat memberikan platform yang langsung, interaktif, dan luas untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan.

Digitalisasi public relations mencakup pembuatan konten digital seperti artikel blog, infografis, video, dan podcast untuk menyampaikan pesan merek dan membangun hubungan dengan audiens. Konten ini sering kali dipromosikan melalui media sosial dan situs web perusahaan. Digitalisasi public relations juga meliputi penggunaan alat monitoring media sosial untuk melacak dan menganalisis percakapan online tentang merek, industri dan isu terkait. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merespons dengan cepat terhadap masalah yang muncul dan mengelola citra perusahaan secara proaktif. Dalam era digital krisis komunikasi dapat berkembang dengan cepat melalui media sosial dan platform online lainnya. Digitalisasi PR melibatkan perencanaan dan manajemen krisis yang berbasis digital, termasuk respons cepat terhadap masalah yang muncul dan komunikasi proaktif dengan publik.

Akbar, F., & Ginting, R. (2020) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi saat ini menjadi bukti nyata dari pemikiran manusia yang semakin maju yang dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Kemudahan penggunaan internet yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja baik melalui *smartphone*, laptop, atau tablet memudahkan penggunaannya dalam menggunakan sosial media tidak hanya sebagai alat berkomunikasi tetapi juga sebagai pencarian informasi. Terbukti Akses pada Media reguler berbasis web saat ini menunjukkan jumlah yang

tinggi. Penelitian *We Are Social* dan hootsuite, mengatakan bahwa orang Indonesia normalnya melewati 3 jam 23 menit untuk akses media berbasis web setiap hari.

Kemajuan teknologi dewasa ini dapat mempengaruhi perkembangan komunikasi sehingga mendorong munculnya alat komunikasi baru yang disinyalir dapat menyampaikan hingga menerima pesan lebih cepat, efektif, efisien dan privasi. Dikotomi antara media lama dengan media baru dalam dunia komunikasi menimbulkan penilaian dari masyarakat dengan lebih condong menggunakan media yang mereka butuhkan dan inginkan saat ini. Adapun media komunikasi lama diantaranya surat kabar, majalah, radio dan televisi. Sedangkan media komunikasi baru ialah media komunikasi berbasis teknologi komputer diantaranya internet dan telepon seluler.

Dengan adanya internet maka pemikiran riil masyarakat kini akrab dengan modernisasi yang memiliki nilai cepat, mudah, canggih dan interaktif. Hal inilah yang kemudian membuat perlahan tapi pasti dimana media lama mulai ditinggalkan oleh masyarakat karena internet hadir sebagai media yang multifungsi. Namun demikian menurut Thariq, M. (2017) menyatakan adanya perkembangan internet, konsumersime, lunturnya penghargaan, rasa hormat dan kepedulian terhadap sesama hingga persoalan peredaran narkoba, ketidakjujuran, korupsi serta radikalisme semakin menggerogoti fungsi keluarga.

Peran public relations dalam komunikasi digital dewasa ini menciptakan dan menjaga citra positif organisasi dengan menampilkan pesan-pesan brand organisasi di media internet, seperti website, blog, media konvergensi dan media sosial lainnya. Menurut Frank Jefkins “ *Public Relations consist of all forms of*

*planned communication, outwards and Inwards, between an organization and its publics for the purposes of achieving specific objectives concerning mutual understanding*". Public Relations merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik yang keluar maupun ke dalam, yakni antara suatu organisasi dengan masyarakatnya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian.

Public Relations menjadi ikon terpenting di era industri digitalisasi yang berperan sebagai mediator komunikasi atau media penghubung pesan. Revolusi komunikasi berbasis digital menyebabkan peran public relation (humas) saat ini menjadi sangat penting. Di era yang modern ini, setiap orang dituntut agar dapat terus melakukan komunikasi untuk dapat mengupdate informasi. Kemunculan teknologi digital dan internet menjadi awal masuknya zaman revolusi digital. Perkembangan public relation baik sebagai ilmu maupun profesi, tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap public relation bisa berbentuk hanya sebagai media PR atau menjadikan sebuah kegiatan PR yang memiliki perspektif baru, sehingga memunculkan istilah cyber PR, Net PR, dan nama lain bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam dunia cyber (dunia maya).

Pada era globalisasi ini public relation semakin mengikuti perkembangan zaman, internet menjadi sarana pilihan efektif bagi praktisi public relation untuk melakukan kegiatannya. Kegiatan public relation menemukan kembali standar dan metodologi untuk melindungi, mengelola, dan memelihara aset paling berharga, yaitu citra atau image yang akan meningkatkan kepercayaan dan reputasi. Internet

merupakan salah satu inovasi teknologi komunikasi yang tidak bisa disepelekan begitu saja. Bahkan, internet membuat banyak orang bergantung kepadanya. Kehadiran internet membuat seolah dunia tanpa batas. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Kemudahan yang berdampak pada setiap lini kehidupan manusia, salah satunya adalah kegiatan Public Relations.

Digital Public Relations atau e-PR atau dapat disebut juga sebagai Cyber Public Relations merupakan konsep baru yang digunakan dalam manajemen reputasi perusahaan. Praktik digital public relation merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi perusahaan. Sudah banyak perusahaan dalam tingkat nasional maupun multinasional yang mulai menerapkan Digital Public Relations dalam perusahaannya seperti Bank, Pemerintahan, Organisasi non-pemerintah, institusi dan lainnya yang memiliki website dan halaman web di Internet. Bahkan media pemberitaan seperti koran dan majalah juga memiliki website dan media sosial. Pentingnya penyebaran informasi digital begitu dirasakan setiap perusahaan atau pemerintah sehingga kesadaran untuk memenuhi kebutuhan informasi pada media tersebut perlu diterapkan pengelolaan yang sesuai dalam penerapannya.

Onggo (2004:1) menyatakan humas digital adalah inisiatif public relation yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Sedangkan Doherty (1995) menjelaskan bahwa humas digital juga dilihat sebagai pelaksanaan fungsi humas di dunia maya (*cyberspace*) dan menurut Galloway (2005: 573-574)

menjelaskan bahwa di dalam dunia maya ini, praktisi humas berusaha untuk mengelola hubungan dan pesan dalam sebuah *theatre of idea* yang dilihat dan dialami individu-individu di dunia maya. Saat ini, pelaksanaan humas digital sudah mulai diimplementasikan di berbagai organisasi publik, organisasi privat, organisasi nirlaba, partai politik maupun organisasi lainnya. Pelaksanaan humas digital juga sudah mulai dilakukan oleh para pejabat publik, tokoh masyarakat ataupun aktor politik.

Kusmiyati, R., Ginting, R., & Thariq, M. (2023) menjelaskan bahwa peran digitalisasi memiliki *power* dalam menyebarluaskan dan menginformasikan berbagai informasi guna untuk mempengaruhi orang lain. Sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo, bahwa Indonesia harus melakukan transformasi digital, melompat menuju pemerintahan berbasis digital. Situasi ini merupakan sebuah tuntutan untuk dapat terus mengikuti perkembangan dunia yang terus-menerus berubah. Memasuki era revolusi industri 4.0, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi menjadi suatu keniscayaan pada semua bidang dan semua sektor.

Dalam menghadapi era digitalisasi dan globalisasi ini, PT Pupuk Iskandar Muda memiliki media cetak (tabloid GEMA Iskandar Muda), selain itu juga mempunyai Digital Public Relation seperti website (<https://www.pim.co.id/>), email ([ptpim@pim.co.id](mailto:ptpim@pim.co.id)), facebook (PupukIskandarMuda), twitter/X (PIMACEH), Instagram (pimkamibangga), dan Youtube (PupukIskandarMuda).



## 2.6. Kepercayaan Masyarakat

Covey, S. M. (2010:34) dalam bukunya *The Speed of Trust* menyatakan bahwa Kepercayaan berarti keyakinan, ketika anda percaya kepada orang, maka anda mempunyai keyakinan terhadap mereka, terhadap integritas mereka dan terhadap kemampuan mereka. Lawan dari kepercayaan adalah ketidakpercayaan, ketika anda tidak percaya kepada orang lain, maka anda akan curiga terhadap mereka, terhadap integritas mereka, terhadap agenda mereka, terhadap kemampuan mereka dan terhadap rekor prestasi mereka. Salah satu cara paling cepat untuk memulihkan kepercayaan adalah dengan membuat dan memelihara berbagai komitmen, bahkan komitmen-komitmen yang sangat kecilpun, kepada diri sendiri maupun orang lain.

Ketika kepercayaan tinggi, deviden yang anda terima itu seperti pelipat ganda performa, yang meninggikan dan memperbaiki setiap dimensi dari organisasi anda dan kehidupan anda. Kepercayaan yang tinggi itu seperti ragi dan roti, yang menjadikannya mengembang. Misalkan dalam sebuah perusahaan, kepercayaan yang tinggi itu secara material dapat memperbaiki komunikasi, kolaborasi, pelaksanaan, inovasi, strategi, keterlibatan, kemitraan, dan hubungan dengan semua pemegang kepentingan (*stake holder*).

Kepercayaan masyarakat dapat mengacu pada sikap, keyakinan dan pandangan umum yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu individu, kelompok, lembaga atau organisasi. Kepercayaan dimana individu, kelompok, lembaga atau organisasi tersebut akan bertindak secara konsisten dengan norma, nilai atau janji yang diharapkan oleh suatu masyarakat. Dalam konteks organisasi

atau perusahaan, kepercayaan masyarakat sering kali terkait dengan reputasi dan citra perusahaan. Kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk konsistensi antara kata dan tindakan perusahaan, transparansi dalam berkomunikasi, kualitas produk atau layanan, kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial, dan hubungan dengan stake holder.

Kepercayaan masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan, termasuk keputusan pembelian, dukungan, keterikatan dan keterlibatan. Perusahaan yang dapat membangun kepercayaan masyarakat yang kuat cenderung lebih baik dalam menjaga hubungan yang berkelanjutan dengan stakeholder dan mencapai tujuan-tujuan bisnis mereka.

Schurr dan Ozane (1985) dalam Sari (2017) menjelaskan kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya. Ketidakpercayaan bisa terjadi sejalan dengan minimnya informasi dalam perencanaan dan pengukuran kinerja. Rasa percaya atau tidak percaya seseorang yang muncul dalam perilakunya ditentukan oleh faktor-faktor seperti informasi, pengaruh dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat apabila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan dan lengkap.

Tingkat kepercayaan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang. Faktor kepercayaan ini sangat sulit dibangun, tetapi sangat mudah sekali untuk dirusak. Oleh karena itu dibutuhkan tiga

faktor utama dalam rangka membangun dan mempertahankan kepercayaan (*trust*), yaitu kepuasan pelanggan, reputasi dan itikad baik pemasok, serta pengakuan dari pihak ketiga, sehingga rasa percaya yang didapatkan oleh konsumen terhadap produk atau pelayanan yang diterimanya akan mempengaruhi perilaku mereka berikutnya.

## **2.7. Desa binaan Perusahaan**

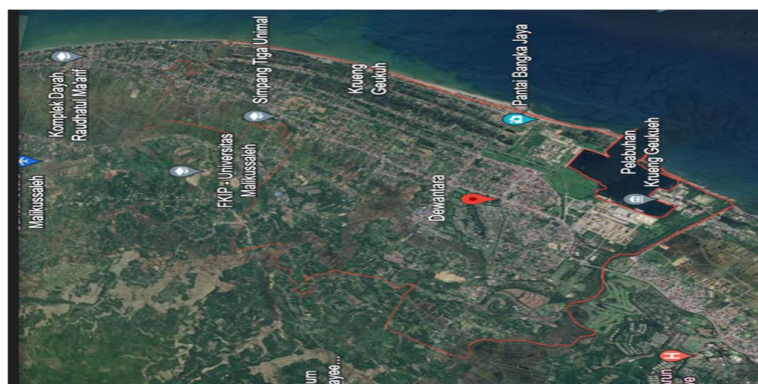
Desa binaan perusahaan adalah desa atau komunitas yang secara khusus didukung oleh sebuah organisasi atau perusahaan melalui berbagai program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) perusahaan atau inisiatif pembangunan masyarakat. Perusahaan biasanya memilih desa binaan sebagai bagian dari komitmennya untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan tersebut berada. Dukungan yang diberikan oleh perusahaan kepada Desa binaan dapat berupa berbagai hal, baik bantuan dalam bentuk pendampingan (*dll*), termasuk pembangunan infrastruktur, pemberdayaan ekonomi lokal, pendidikan, kesehatan, sanitasi, dan pelatihan keterampilan. Melalui Desa binaan, perusahaan berupaya untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan kehidupan masyarakat setempat, serta dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dan harmonis dengan komunitas di sekitarnya. Desa binaan perusahaan dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan citra positif perusahaan dalam pandangan masyarakat.

Dalam Rencana Kerja Anggaran (RKA) TJSL PIM (2023) dijelaskan bahwa dalam menyusun dan merencanakan program TJSL yang bertujuan untuk melakukan pengembangan ekonomi masyarakat, PT Pupuk Iskandar Muda

membagi desa binaan untuk diprioritaskan dalam hal bantuan, adapun pembagian wilayah tersebut terdiri dari:

- a) Lingkaran I (Ring 1) atau Desa Lingkungan Perusahaan adalah wilayah atau desa yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PT PIM, terdiri dari 6 (enam) desa dan 1 (satu) dusun, yaitu Desa Tambon Baroh, Tambon Tunong, Keude Krueng Geukueh, Paloh Gadeng, Dusun Madat dalam Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara, kemudian Desa Blang Naleung Mameh Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe, dan Desa Blang Mee Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen.
- b) Lingkaran II (Ring 2) adalah wilayah selain desa Lingkaran I (Ring 1) yang masih berada dalam wilayah Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
- c) Lingkaran III (Ring 3) adalah seluruh wilayah yang berada diluar Ring I dan Ring II tetapi masih berada di wilayah Kabupaten Aceh Utara.

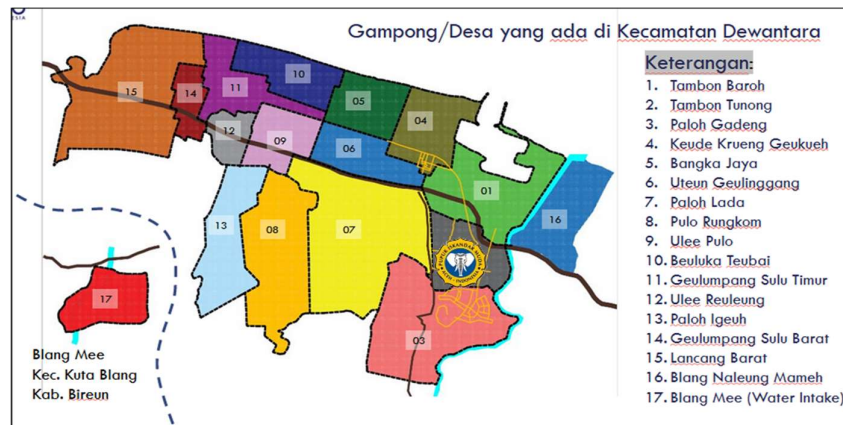
Peta lokasi Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara serta areal pabrik dan perumahan PT Pupuk Iskandar Muda berdasarkan citra satelit seperti terlihat pada Gambar 2.1 di bawah ini.



Sumber : Citra Satelit Google Earth, 2024

Gambar 2.1. Kecamatan Dewantara melalui Citra Satelit

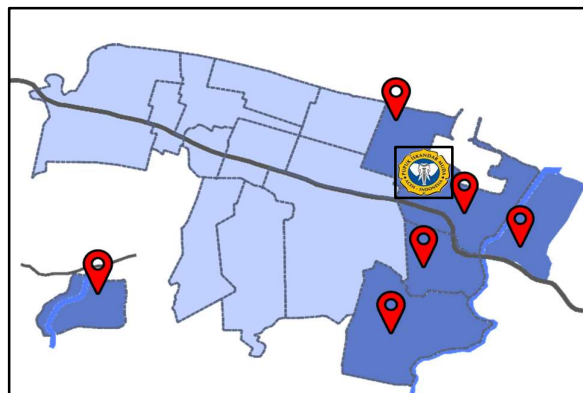
Adapun Peta Lokasi 15 desa yang berada dalam Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara, 1 desa di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe yaitu Desa Blang Naleung Mameh, dan 1 desa di Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen yaitu Desa Blang Mee seperti terlihat dalam Gambar 2.2 di bawah ini.



Sumber : IKL PT PIM, 2023

Gambar 2.2 Peta Desa binaan PT Pupuk Iskandar Muda

Desa Ring 1 atau desa binaan terdiri dari Desa Tambon Baroh, Tambon Tunong, Keudee Krueng Geukueh, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat dapat dilihat dalam gambar 2.3 di bawah ini.



Sumber : IKL PT PIM, 2023

Gambar 2.3. Lokasi Desa binaan PT Pupuk Iskandar Muda

## 2.8. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)

Sebuah perusahaan dalam menjalankan operasi bisnisnya semata-mata tidak hanya mengejar keuntungan atau profit saja. Namun ada kewajiban lain yang harus dijalankan oleh perusahaan tersebut. Kewajiban yang berisikan keikutsertaan dalam membangun dan mensejahterakan kehidupan masyarakat atau komunitas setempat. Itulah yang disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan sebuah kegiatan di mana perusahaan memberikan penyuluhan, bantuan, atau melakukan kegiatan-kegiatan yang tujuannya untuk memberikan manfaat positif bagi Masyarakat.

Fahham (2011) menjelaskan bahwa berdasarkan Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia, dan mengartikannya sebagai “Komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya” Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 angka 3 disebutkan juga bahwa: “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

CSR (Corporate Social Responsibility) adalah pendekatan yang lebih luas yang mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam operasinya, termasuk sumbangan amal, hak asasi manusia, dan beragam program sosial. Sementara itu, Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) adalah komitmen perusahaan untuk lebih fokus pada tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungannya, seperti upaya perlindungan lingkungan, pengurangan limbah, dan penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Meskipun merupakan bagian dari CSR, namun TJSL lebih khusus menggarisbawahi perhatian terhadap isu-isu lingkungan yang lebih spesifik.

Mauliza (2023) menjelaskan bahwa PT Pupuk Iskandar Muda merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). PT Pupuk Iskandar Muda atau PT PIM yang merupakan anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero) ini sudah dibangun sejak tahun 1982. Perusahaan yang menjadi pelopor pabrik pupuk urea pertama di Indonesia ini dibangun oleh PT Rekayasa Industri sebagai kontraktor nasional yang pertama melaksanakan proyek berskala besar. Efektifnya program bantuan dana dan program TJSL PT PIM ternyata belum sepenuhnya meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar. Berdasarkan Buku Indikator Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Aceh tahun 2015, angka kemiskinan di Kabupaten Aceh Utara masih tinggi. Data BPS menunjukkan pada tahun 2015 persentase penduduk miskin di Aceh Utara sebesar 20,34 % lebih tinggi dibandingkan persentase penduduk miskin Aceh Utara yaitu 17,60 % pada tahun 2013. Hal ini tentu menjadi tugas baru bagi

PT Pupuk Iskandar Muda untuk membantu pemberdayaan masyarakat dan mengurangi persentase angka kemiskinan.

Berdasarkan laporan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) PIM (2019) dijelaskan bahwa PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan perusahaan dalam rangka menjalankan usaha, antara lain berkat dukungan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Hubungan yang harmonis diantara keduanya tentu menjadi harapan bersama. PT Pupuk Iskandar Muda berupaya untuk dapat berperan dan berkontribusi terhadap tanggung jawab sosialnya, dengan memberikan bantuan baik dalam pola pendampingan (*stewardship*) maupun pemberian bantuan hibah (*charity*) kepada masyarakat sekitar. Untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan, maka perlu dilakukan penilaian kepuasan lingkungan, khususnya terhadap masyarakat sekitar. Survei Kepuasan Lingkungan ini merupakan Key Performance Indicator (KPI) manajemen PT Pupuk Iskandar Muda. Oleh sebab itu, kegiatan ini dilakukan setiap tahun dan telah dilaksanakan sejak tahun 2013 yang lalu.

## **2.9. TJSL Bagian dari Komunikasi Public Relation**

Komunikasi public relation bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan positif tentang program TJSL kepada berbagai pihak, termasuk masyarakat, media massa, *stake holder* dan pihak-pihak eksternal terkait lainnya. Pesan-pesan tersebut juga mencakup informasi tentang tujuan, manfaat, dan dampak positif dari program TJSL serta komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.



Komunikasi menjadi unsur yang sangat penting bagi keberhasilan program CSR, sehingga banyak perusahaan melakukan evolusi konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari persoalan etika bisnis menjadi strategi bisnis, dan telah mendorong banyak perusahaan melaksanakan berbagai macam aktivitas sosial, misalnya PT Philips Indonesia dengan programnya “Philips Berbagi Terang”, Unilever dengan Yayasan Unilever Peduli, PT Pupuk Indonesia (Persero) dengan programnya “Makmur Bersama Pupuk Indonesia”, begitu juga dengan PT Pupuk Iskandar Muda dengan program “PIM Menyuburkan Negeri” dan program “PIM Perduli”.

Adanya perubahan teknologi dari abad industri menjadi abad informasi saat ini menjadikan komunikasi sebagai faktor yang strategis dalam menentukan keberhasilan CSR/TJSL. Meningkatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi mendukung upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan citra Perusahaan melalui komunikasi dalam bentuk pelaporan aktivitas CSR/TJSL. Kemunculan *website* dan media sosial juga mempermudah Perusahaan sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan-pesan informatif sekaligus persuasif kepada masyarakatnya dalam membentuk reputasi dan citra positif.

Posisi strategis komunikasi dalam manajemen CSR/TJSL dapat ditunjukkan melalui pelaporan aktivitas sosial perusahaan. Sejak tahun 2013, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Kementerian Keuangan RI telah menerapkan aturan bahwa setiap perusahaan yang sudah *go public* wajib menyampaikan laporan CSR ke dalam laporan tahunan (*annual report*), atau secara terpisah bersamaan dengan publikasi laporan tahunan. Karena itu, beberapa

perusahaan melakukan inisiasi untuk menyampaikan laporan CSR terpisah atau secara khusus, yang kemudian dikenal dengan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Oleh karena itu untuk memenuhi laporan kebutuhan pemerintah tersebut PT Pupuk Iskandar Muda membuat *Annual Report* dan *Sustainability Report* dengan tema tiap tahunnya berbeda beda. Untuk tahun 2023 PT Pupuk Iskandar Muda membuat Laporan Tahunan (*Annual, Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) dengan tema *Breaking The Challenges*.

Dalam kajian komunikasi strategis, CSR tidak lagi dipandang sebagai kegiatan sampingan atau aktivitas “membuang” keuntungan perusahaan untuk kegiatan sosial layaknya atau kegiatan bagi-bagi hadiah. CSR dapat dilihat sebagai pesan strategis yang memiliki dua tujuan besar, yaitu demi massa dan demi masa. Demi massa artinya bahwa kegiatan CSR bertujuan untuk membantu dan/atau mengembalikan apa yang seharusnya diterima masyarakat di sekitar perusahaan itu berada. Sedangkan demi masa artinya bahwa CSR bertujuan untuk menjaga kelangsungan bisnis perusahaan. Perusahaan yang melakukan CSR berusaha mendekatkan diri dengan masyarakat sekitar, mulai dari karyawan hingga insan-insan yang dijadikan objek tanggung jawab sosial perusahaan, seperti program Mudik Gratis saat lebaran dan program Jumat Sehat Bersama (*Jusber*) yang telah dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar muda.

Dalam *Annual Report PIM (2023: 250-251)* dinyatakan bahwa dalam menerapkan tanggung jawab sosial, Perseroan berkomitmen untuk menciptakan keseimbangan antara *people, profit dan planet* yang merupakan *triple bottom line* pilar CSR, selain itu komitmen Perseroan dalam menjalankan TJSL diwujudkan

melalui penerapan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan menerapkan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai upaya strategis dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sehingga tercipta kondisi yang kondusif dalam mendukung pengembangan usaha dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.

Tujuan dari adanya program TJSL adalah untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat Desa binaan dan lingkungan di sekitar perusahaan, yang pada akhirnya akan dapat membantu dalam membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat. Dengan melaksanakan program TJSL yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat desa binaan, maka diharapkan perusahaan dapat meningkatkan reputasinya sebagai entitas yang peduli dan bertanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

Pahlevi (2015) menjelaskan bahwa implementasi CSR/TJSL melibatkan public relation sebagai penjembaran antara perusahaan dengan *stakeholders*. CSR/TJSL pada dasarnya merupakan kegiatan PR, dimana PR sangat berperan penting dalam implementasi CSR/TJSL baik secara internal maupun eksternal. Keterlibatan PR dalam mengkomunikasikan CSR/TJSL dimulai dari pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

Dalam Sustainability Report *PIM* (2023: 108-109) dinyatakan bahwa dalam rangka mewujudkan keharmonisan antara masyarakat dengan perusahaan, serta sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap pengembangan dan

kemandirian masyarakat yang berkelanjutan, PT PIM telah menerbitkan Kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan yang ditandatangani oleh Direktur Utama PIM. Untuk meng sosialisasikan dan memantau perkembangan aktivitas kebijakan ini turut diinformasikan kepada semua tenaga kerja dan stakeholder terkait. Adapun Kebijakan TJSL PT PIM yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- 1) TJSL PT Pupuk Iskandar Muda terintegrasi dengan kebijakan perusahaan mulai dari perencanaan, implementasi, pelaporan, evaluasi dan publikasi program.
- 2) Program TJSL PIM berfokus pada pemberdayaan masyarakat, pengembangan bidang pendidikan, ekonomi, sosial dan pelestarian lingkungan.
- 3) Program TJSL PIM berfokus pada kegiatan shared value yang mampu memberikan nilai tambah bagi stakeholder dan perusahaan.
- 4) PIM menyediakan sumber daya yang memadai, melalui Bagian TJSL sebagai pengelola dana yang disediakan setiap tahun untuk pengembangan masyarakat
- 5) PIM melalui Bagian TJSL turut berkontribusi dalam upaya penanganan bencana alam dan tanggap kebencanaan baik lokal, nasional maupun internasional.
- 6) PIM melalui Bagian TJSL ikut berkontribusi dalam mewujudkan tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*).
- 7) PIM melalui Bagian TJSL ikut berkontribusi dalam mewujudkan keberlanjutan pada aspek Environmental Social and Governance (ESG) dalam menjalankan best practice kegiatannya.

PT Pupuk Iskandar Muda memahami bahwa kegiatan bisnis semestinya tidak hanya berorientasi terhadap profit tetapi juga dalam jangka panjang mampu

memberikan manfaat positif kepada masyarakat sekitar lokasi bisnis perusahaan. PIM berkomitmen untuk memberikan dampak positif bagi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sebagai aspek penting dalam pembangunan berkelanjutan, hal ini diimplementasikan melalui serangkaian pelaksanaan program TJSL.

PT Pupuk Iskandar Muda sebagai anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero) suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), mempunyai kewajiban untuk melaksanakan CSR dalam bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan (TJSL) yang dilaksanakan oleh Departemen TJSL & Humas PT Pupuk Iskandar Muda merupakan strategi komunikasi dari public relation yang dirancang oleh perusahaan untuk berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan (*stake holder*), termasuk diantaranya pemerintah, masyarakat dan media massa. TJSL adalah bagian penting dari komunikasi humas dalam membangun citra positif perusahaan, melalui program TJSL tersebut, perusahaan berkomunikasi secara terbuka dan transparan mengenai upaya-upaya yang dilakukan untuk memperbaiki dan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dengan adanya program program TJSL yang dilaksanakan maka PT Pupuk Iskandar Muda dapat membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan secara konsisten dapat memberikan kontribusi yang positif dan transparan dalam berkomunikasi, perusahaan dapat juga memperkuat hubungan serta meningkatkan tingkat kepercayaan dan loyalitas dari berbagai pihak terhadap

perusahaan. Dengan menjalankan program-program yang mencerminkan nilai-nilai positif dan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan kepedulian sosial, maka perusahaan dapat membangun citra yang lebih baik di mata masyarakat dan dapat membedakan dirinya dari perusahaan pesaing dalam industri yang sejenis.

## **2.10. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya dapat memberikan peran penting dalam pengembangan tesis ini, melalui penelusuran literatur, penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan dasar teoritis dan pemahaman yang dalam tentang topik yang akan diteliti. Pemahaman yang baik tentang penelitian terdahulu dapat membantu peneliti dalam merumuskan dasar-dasar teoritis dan merancang penelitian. Peneliti sangat menghargai sumbangan ilmiah para peneliti sebelumnya dan pandangan luas yang mereka berikan tentang konteks topik yang mirip dengan penelitian ini, karena akan memberikan gambaran tentang bagaimana penelitian-penelitian terdahulu dapat membantu mengarahkan penelitian ini. Penelitian-penelitian sebelumnya tidak hanya memberikan fondasi teoritis yang kokoh, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika yang melingkupi subjek penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Alma Cut (2018), Jurnal Network Media Vol:1 No.1 Februari 2018, ISSN 2569 – 6446, dengan judul *Peran Humas dalam Membangun Citra Positif PT Tempo Medan* dapat disimpulkan bahwa Humas PT Tempo mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jelas dan lugas baik secara lisan maupun tertulis dan secara visual. Komunikasi antara organisasi dengan publiknya terjalin dengan baik, dimana organisasi membuka diri untuk mendengar publiknya

dan sebaliknya, maka citra positif organisasi akan terbangun dengan sendirinya dan organisasi akan mencapai tujuannya dengan mudah.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Rondonuwu, S. (2018), Jurnal Administrasi Publik, 3(42), dengan judul *Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado*, dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah strategi humas PT Trakindo Manado dapat mempertahankan citra perusahaannya karena merupakan good corporate governance dan memiliki code of conduct bagi setiap anggota Trakindo. Langkah-langkah strategi humas telah dapat menjadikan PT Trakindo Manado sebagai Perusahaan yang tangguh dan mantap.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sihombing, S. A. (2021), Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien), 2(01), 15-25, dengan judul *Peran public relations dalam meningkatkan citra perusahaan PT. Capella Dinamik Nusantara*, dengan hasil penelitian diperoleh bahwa 32% pengaruh *public relations* terhadap citra perusahaan. Dengan kata lain, *public relations* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT Capella Dinamik Nusantara Medan. Angka tersebut mempunyai maksud bahwa *Public Relations (X)*, berpengaruh terhadap Citra Perusahaan (Y) secara bersamaan sebesar 32%. Sedangkan sisanya 68% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim, B., & Anna, G. Z. (2016), dengan judul *Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara Di Kota Bandar Lampung*, menyimpulkan bahwa *Public relations* selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, salah satunya dengan cara memberikan berbagai informasi yang akurat berkaitan dengan

kelistrikan sehingga memberikan kepercayaan yang lebih baik, dan selalu berusaha mendengarkan keluhan pelanggan, dan mem*follow up* berbagai keluhan tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian serupa dilakukan oleh Pratiwi, H. A. (2015). *Deiksis*, 3(01), 50-62, dengan judul *Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi*, menyimpulkan bahwa citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra positif Perguruan Tinggi misalnya sejarah atau riwayat perguruan tinggi yang baik, manajemen yang baik, hubungan baik dengan organisasi atau lembaga lain, mampu menghasilkan Mahasiswa siap kerja, dan peduli dengan lingkungan. Mengingat citra positif tidak dapat dibeli tetapi diupayakan, maka untuk menciptakan citra positif, peran Humas sangat diperlukan. Humas memberi sesuatu kepercayaan dari masyarakat berupa opini dan persepsi yang baik terhadap perguruan tinggi. Jadi, fungsi Humas bukan membangun aset organisasi atau lembaga, tetapi menjual kredibilitas lembaga Perguruan Tinggi tersebut kepada masyarakat.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 1-24, dengan judul *Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan melalui Program Corporate Social Responsibility pada PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak*, dapat disimpulkan bahwa Program *corporate social responsibility* yang dijalankan sangat baik dimana program tersebut adalah program kemitraan dan bina lingkungan. Program kemitraan dan bina lingkungan sudah sesuai dengan prinsip *corporate social responsibility* yang



berkelanjutan, akuntabel dan transparan. Program kemitraan dan bina lingkungan selalu dilaksanakan secara berkesinambungan dengan melihat semua sektor yang ada di masyarakat, turut membantu pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat pelaku usaha kecil dan menengah, membangun sarana publik dibidang kesehatan, pariwisata bahkan tempat beribadah. Perusahaan juga banyak membantu dalam memberikan sumbangan sosial kemasyarakatan. Program aplikasi kemitraan dan bina lingkungan telah terintegrasi dengan kantor pusat seperti sistem pelaporan, rencana kerja, anggaran yang disiapkan maupun anggaran yang sudah dipergunakan semua terpantau dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan. Dari program CSR atau TJSJ yang telah dilaksanakan maka perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, hal ini tentunya perusahaan berhasil mendapatkan citra yang baik dari masyarakat.

Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Kasenda, Y. M. (2013). *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3), dengan judul *Peranan Humas dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura*, menyimpulkan bahwa peran humas PDAM mampu mengangkat citra perusahaan dengan cara menanamkan kepercayaan kepada pelanggan melalui pemberian pelayanan yang profesional.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). *Network Media*, 4(2), 20-39, dengan judul *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan*. menyimpulkan bahwa Hotel Santika Premiere Dyandra Medan mempunyai *Public Relations* yang membantu dalam setiap kegiatan yang berlangsung. Peran *Public*

*Relations* Hotel Santika Premiere Dyandra Medan secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik. *Public Relations* membawa citra dari sebuah organisasi sehingga harus tercermin dari tampilan dan tata bahasa yang teratur. Artinya kualitas sumber komunikasi, baik dari segi kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Semakin kuat kualitas informasi yang disampaikan, maka respon publik akan semakin meningkat.

Selanjutnya penelitian yang serupa dilakukan oleh Supada, W. (2020). *Communicare*, 1(1), 92-100, dengan judul *Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi*. menyimpulkan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya bergantung pada kualitas dari produk atau jasanya saja tetapi juga tergantung pada gambaran citra perusahaan. Citra perusahaan dapat dibangun berdasarkan pengalaman orang yang pernah berhubungan atau melakukan kerja sama dengan perusahaan atau organisasi. Hubungan antara strategi PR dengan publik memperlihatkan bahwa strategi PR memiliki hubungan yang positif dengan opini publiknya, dimana terlihat bahwa PR berhasil dalam membangun citra positif di mata publik serta strateginya dalam menyampaikan informasi.

Penelitian yang sejenis sebelumnya diteliti oleh Imran, M. (2012). *Jurnal LPPM: Paradigma*, 9(01), 127-139, dengan judul *Peran Public Relations pada Program CSR dalam rangka meningkatkan Citra Positif Perusahaan*, menyimpulkan bahwa keberadaan CSR adalah untuk memperkuat keberlanjutan perusahaan di sebuah wilayah, dengan jalan membangun kerjasama antar

*stakeholders* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Ketika berbicara CSR berarti membicarakan Public Relations (PR) sebuah organisasi, karena CSR merupakan bagian dari *community relations*. CSR pada dasarnya adalah kegiatan PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR.

Penelitian lainnya dilaksanakan oleh Rahadhini, M. D. (2010). Jurnal ekonomi dan kewirausahaan, dengan judul *Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility*, menyimpulkan bahwa kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional maupun global. Karenanya pengembangan CSR ke depan sebaiknya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*). Prinsip keberlanjutan ini mengedepankan pertumbuhan khususnya bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya dalam mengelola pembangunan, serta strateginya adalah kemampuan untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi, dan sosial yang menghargai kemajemukan ekologi dan sosial budaya. Kemudian dalam proses pengembangannya tiga *stakeholders* inti diharapkan mendukung penuh, di antaranya adalah perusahaan, pemerintah dan masyarakat.

Selanjutnya penelitian oleh Pahlevi, T., & Rossy, B. (2015). In Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Administrasi Perkantoran, dengan judul *Peran Public Relation dalam Mengkomunikasikan Corporate Sosial Responsibility (CSR) sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan*, menyimpulkan bahwa tujuan

adanya CSR yaitu menciptakan saling pengertian yang baik antara perusahaan dengan stakeholder. Untuk membangun citra perusahaan maka CSR melakukan tahapan-tahapan dalam proses PR, yaitu fact finding, planning, communication sampai dengan tahap evaluation. CSR sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan dengan menyusun program-program pembangunan yang berkelanjutan kepada masyarakat di lingkungan sekitar. Kerjasama yang harmonis dengan *stakeholders* akan menciptakan citra positif.

Kemudian penelitian lainnya diteliti oleh Khadijah, S. (2012). Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya, 2(2), 29-40, dengan judul *Strategi publik relations dalam membangun citra perusahaan (studi deskriptif membangun hubungan baik dengan media dalam upaya meningkatkan citra perusahaan)*, menyimpulkan bahwa *Public Relations* sering dikaitkan perannya dalam hubungan dengan media. Media merupakan penghubung komunikasi dan informasi antara *Public Relations* kepada *stakeholders* baik internal dan eksternal perusahaan. Keberhasilan pekerjaan *Public Relations* dalam memperoleh publisitas dapat diperoleh dari hubungan yang harmonis dengan media. Tidak dapat dipungkiri, bahwa peran media sangat vital dalam publisitas dan pencitraan dimata publik. Hubungan yang sifatnya simboiosis mutualisme kepada media perlu dibangun. Media memanfaatkan relasinya dengan *Public Relations* untuk memperoleh informasi perusahaan yang *up to date*, *original*, dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan. Hubungan yang saling menguntungkan dengan media akan memiliki dampak positif bagi *Public Relations* dan media. Melalui *media relations* citra positif perusahaan dapat dibangun.

Penelitian serupa adalah dari Mauliza, R., & Wardhana, A. (2023). Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB, 7(2), dengan judul- *Strategi Humas PT Pupuk Iskandar Muda dalam Menjalankan Corporate Social Responsibility*, menyimpulkan bahwa Pelaksanaan program CSR pada PT PIM melalui empat tahapan yaitu fact finding, planning, communication dan evaluation. Setiap tahapan dilaksanakan dengan proses meeting dan melibatkan staf PKBL.

Penelitian serupa atau hampir sama yang pernah dilaksanakan sebelumnya dapat menjadi suatu referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi bagi peneliti dalam menyusun penelitian ini dan ditampilkan dalam Tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Alma Cut (2018), <i>Peran Humas dalam Membangun Citra Positif PT Tempo Medan.</i>	Humas PT Tempo mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jelas dan lugas baik secara lisan maupun tertulis dan secara visual. Komunikasi antara organisasi dengan publiknya terjalin dengan baik, dimana organisasi membuka diri untuk mendengar publiknya dan sebaliknya	Penelitian ini secara khusus membahas hubungan komunikasi antara Humas PT Tempo dengan publiknya.
2	Rondonuwu, S. (2018), <i>Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado.</i>	Langkah-langkah strategi Humas telah dapat menjadikan PT Trakindo Manado sebagai Perusahaan yang tangguh dan mantap	Penelitian ini khusus membahas strategi Humas PT Trakindo Manado dalam mempertahankan citra perusahaan
3	Sihombing, S. A. (2021), <i>Peran public relations</i>	Public Relations PT Capella Dinamik Nusantara	Penelitian ini secara khusus membahas

	<i>dalam meningkatkan citra perusahaan PT. Capella Dinamik Nusantara</i>	berpengaruh terhadap Citra Perusahaan sebesar 32%. Sedangkan 68% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	seberapa besar pengaruh Public Relations PT Capella Dinamik Nusantara terhadap Citra perusahaannya.
4	Ibrahim, B., & Anna, G. Z. (2016), <i>Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara Di Kota Bandar Lampung</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dapat membangun citra perusahaan PLN di Kota Bandar Lampung, seperti memberikan informasi yang akurat, mendengar keluhan dan follow up berbagai keluhan masyarakat	Penelitian ini secara khusus membahas terkait pentingnya pelayanan kepada pelanggan untuk membangun citra perusahaan
5	Pratiwi, H. A. (2015), <i>Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi.</i>	Citra Perguruan Tinggi dipengaruhi oleh riwayat dari Perguruan Tinggi itu sendiri, seperti manajemen, hubungan dengan lembaga lain, alumni dan peduli dengan lingkungan, peran Humas Perguruan Tinggi adalah dalam mengkoordinasikanya	Penelitian ini secara khusus membahas peran Humas dalam membentuk opini public dan persepsi yang baik terhadap perguruan tinggi agar dapat membangun citra Perguruan Tinggi
6	Yunus.M.R., & Riatno, E. B. (2019), <i>Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan melalui Program Corporate Social Responsibility PT Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak</i>	Program <i>corporate social responsibility (CSR)</i> yang dijalankan oleh PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Frans Kaisiepo Biak sangat baik dimana program tersebut adalah program kemitraan dan bina lingkungan.	Penelitian ini secara khusus membahas terkait Program CSR melalui pola Kemitraan dan Bina Lingkungan
7	Kasenda, Y. M. (2013), <i>Peranan Humas dalam Membangun Citra</i>	Peran humas PDAM mampu mengangkat citra perusahaan dengan cara menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	Penelitian ini secara khusus membahas peran Humas PDAM Jayapura dalam memberikan

	<i>Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jayapura,</i>	melalui pemberian pelayanan yang profesional.	pelayanan profesional kepada konsumen
8	Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021), <i>Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan.</i>	Peran <i>Public Relations</i> Hotel Santika Premiere Dyandra Medan secara keseluruhan telah berjalan dengan baik dan membantu dalam setiap kegiatan.	Penelitian ini secara khusus membahas terkait Peran Humas Hotel Santika Dyandra.
9	Supada, W. (2020), <i>Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR memiliki hubungan yang positif dengan opini publiknya, terlihat bahwa PR berhasil dalam membangun citra positif di mata publik serta strateginya dalam menyampaikan informasi.	Penelitian ini secara khusus membahas tentang strategi PR dalam menyampaikan informasi kepada publik
10	Imran, M. (2012), <i>Peran Public Relations pada Program CSR dalam rangka meningkatkan Citra Positif Perusahaan</i>	Peran public relations (PR) sangat erat hubungannya dengan program CSR, karena CSR adalah bagian dari community relations	Penelitian ini secara khusus membahas terkait peran dan hubungan PR dengan program CSR perusahaan
11	Rahadhini, M. D. (2010), <i>Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility</i>	Peran public relations suatu perusahaan berkoordinasi yang baik dan beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan <i>stakeholder</i> yang terkait dengannya, dalam menjalankan program CSR.	Penelitian ini secara khusus membahas terkait Peran Humas dalam menjalakan program CSR perusahaan
12	Pahlevi, T., & Rosy, B. (2015), <i>Peran Public Relation dalam Mengkomunikasikan Corporate Sosial Responsibility (CSR) sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan</i>	Peran Humas dalam mengkomunikasikan program CSR sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan, dengan menyusun program pembangunan yang berkelanjutan bagi masyarakat di lingkungan sekitar. Kerjasama yang harmonis	Penelitian ini secara khusus membahas terkait Peran Humas dalam mengkomunikasikan program CSR kepada stakeholder

		dengan <i>stakeholders</i> akan menciptakan citra positif.	
13	Khadijah, S. (2012), <i>Strategi publik relations dalam membangun citra perusahaan (studi deskriptif membangun hubungan baik dengan media dalam upaya meningkatkan citra perusahaan</i>	Strategi PR dalam membangun hubungan baik dengan media. peran media sangat vital dalam publisitas dan pencitraan dimata public. Hubungan saling menguntungkan dengan media akan memiliki dampak positif bagi PR dan media. Melalui <i>media relations</i> citra positif perusahaan dapat dibangun.	Penelitian ini secara khusus membahas terkait peran humas dalam membangun komunikasi dan hubungan baik dengan media
14	Mauliza, R., & Wardhana, A. (2023), <i>Strategi Humas PT Pupuk Iskandar Muda dalam menjalankan CSR</i>	Strategi Humas dalam program CSR di PT PIM melalui 4 tahapan yaitu fact finding, planning, communication dan evaluation.	Penelitian ini secara khusus membahas terkait Strategi Humas dalam menjalankan program CSR di PT PIM

Sumber : Data diolah, 2024

### 2.11. Kerangka Berpikir

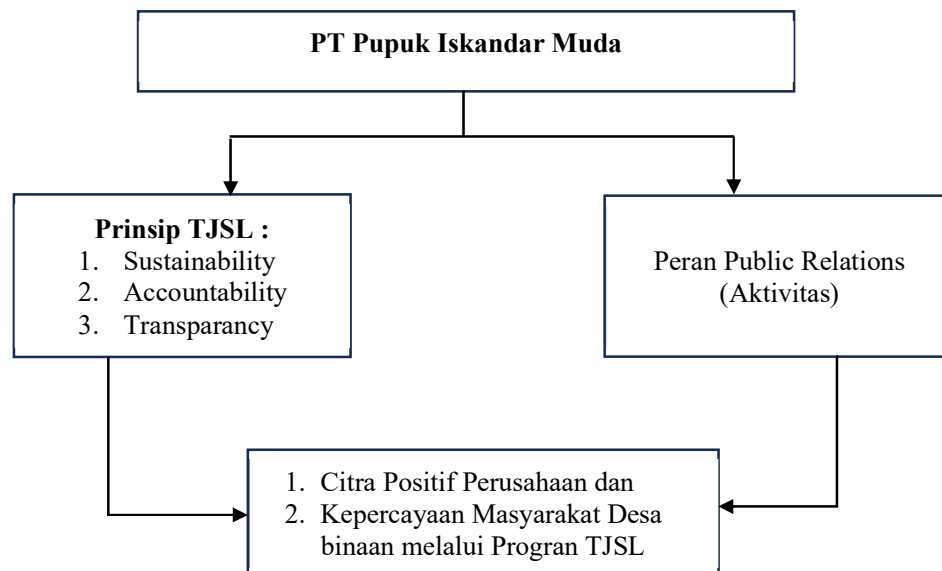
Kerangka pikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan peneliti yang dilakukan, merupakan konsep berisikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam rangka memberikan jawaban sementara. Interaksi perusahaan dengan masyarakat tidak dapat dihindari, keduanya memiliki keterkaitan atau hubungan satu sama lain. Tanggung jawab moral serta sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Tanggung jawab itu dapat diarahkan kepada banyak hal dan berbagai kegiatan yang kemudian lebih dikenal sebagai tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan (TJSL).

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat



dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. Penerapan program TJSL akan meningkatkan citra positif bagi perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi yang positif pula bagi perusahaan sehingga pandangan masyarakat terhadap perusahaan selalu ke arah yang positif. Salah satu contoh perusahaan yang telah menerapkan program TJSL yaitu PT Pupuk Iskandar Muda, hal ini sebagai wujud kepedulian perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda terhadap masyarakat Desa binaan khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

Dengan mengacu pada berbagai pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, maka berdasarkan penerapan kerangka teori pada penelitian ini dapat disusun sebuah kerangka konseptual seperti pada gambar 2.4 di bawah ini.



Sumber : Data diolah, 2024

Gambar 2.4. Kerangka Konseptual / Kerangka Pikir

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Kriyantono (2021:48) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif sangat didominasi oleh data kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat-kalimat dan narasi-narasi yang membangun cerita yang selanjutnya disusun dalam bentuk klaster, kategori-kategori data secara sistematis, menyeluruh dan terintegrasi sehingga membangun cerita. Peneliti mengkonfirmasi narasi-narasi tersebut kepada partisipan/informan untuk menjamin kealamiahannya jawaban/konstruksi. Namun demikian, peneliti juga dapat menampilkan data kuantitatif untuk dapat lebih memperjelas temuannya.

Kriyantono (2021:51) menambahkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali konstruksi suatu realitas. Dalam penelitian ini, peneliti memandang fenomena komunikasi merupakan makna-makna yang dikonstruksi oleh pelaku komunikasi. Karenanya penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami konstruksi-konstruksi beserta makna-makna yang terjadi dalam interaksi dan relasi komunikasi dalam setting alamiah.

Peneliti memilih jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, juga karena sifat dari masalah yang akan diteliti dalam ruang lingkup individu, program dalam organisasi, yakni tentang *Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif*

*dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT Pupuk Iskandar Muda.*

### **3.2. Subjek dan Objek Penelitian**

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Perusahaan (*corporate*) dan Public Relation (Humas). PT Pupuk Iskandar Muda, sebagai pihak yang melakukan kegiatan public relations yang memiliki Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Kemudian Departemen TJSL & Humas sebagai *public relations* yang mewakili perusahaan dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta program tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan Objek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa binaan dan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Masyarakat Desa binaan, merupakan fokus dari upaya perusahaan dalam membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan masyarakat di sekitar wilayah operasional yang sangat berdekatan dan berdampak langsung dengan perusahaan. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, menjadi salah satu objek penelitian karena perusahaan menggunakan program ini sebagai salah satu cara untuk berinteraksi dan memberi dampak positif kepada masyarakat desa binaan.

### **3.3. Informan**

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Sugiyono

(2016:54) dalam Jayusman, F. J. (2021) menjelaskan bahwa Informan atau narasumber dalam penelitian merupakan seseorang yang memiliki informasi maupun data yang banyak terkait masalah dan objek yang sedang diteliti sehingga nantinya akan dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut.

Informan penelitian yaitu subjek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai permasalahan penelitian sehingga memberikan informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak eksternal yaitu Masyarakat Desa binaan, Geuchik (kepala desa) Desa binaan, Tokoh Masyarakat Kecamatan Dewantara, Muspika Kecamatan Dewantara serta media massa baik cetak maupun online di Kabupaten Aceh Utara dan Lhokseumawe, sedangkan dari pihak internal PT Pupuk Iskandar Muda terdiri dari SVP Sekretaris Perusahaan, Mantan VP TJSL & Humas, AVP TJSL dan staf TJSL PT Pupuk Iskandar Muda. Informan dalam penelitian ini adalah 30 orang dengan kategori informan sesuai dengan Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1 Kategori Informan

No	Kategori Informan	Jumlah
1	Muspika Kecamatan Dewantara	3 orang
2	Tokoh Masyarakat Dewantara	3 orang
3	Geuchik/Kepala Desa/Kadus	7 orang
4	Warga Desa binaan	7 orang
5	Media Massa	4 orang
6	Public Relation ma PT PIM	6 orang
Jumlah		30 orang

Sumber : Data diolah, 2024

### 3.4. Kategorisasi

Konsep utama penelitian ini adalah peran public relation dalam meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat. Peningkatan citra dan kepercayaan masyarakat ini dilakukan melalui program tanggung jawab sosial dan lingkungan. Rijali (2019) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak mungkin dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan, prosesnya berbentuk siklus dan interaktif, bukan linier.

Mahpur (2017) menjelaskan bahwa setelah pengumpulan fakta sejenis dilakukan oleh peneliti, kemudian kumpulan fakta sejenis tersebut dikategorisasi. Jika pengumpulan fakta sejenis dilakukan dan peneliti sudah mendapatkan fakta yang mendalam dan meluas, peneliti akan memperoleh gambaran data berbasis fakta secara visual. Pekerjaan ini akan menyenangkan karena peneliti sudah mulai dapat melihat dan memahami dinamika psikologis dari data yang sudah digali. Peneliti dapat memulai untuk menyusun narasi hasil penelitian. Oleh karena itu dari kumpulan pepadatan fakta sejenis dan kesimpulan interpretasi, peneliti akan dapat membuat Kategorisasi.

Untuk memudahkan penjelasan terhadap konsep penelitian ini, maka konsep penelitian diturunkan dalam bentuk kategorisasi seperti dalam Tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Konsep Operasional (Kategorisasi)
<p>Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.</p>	<p><b>1. Peran Public Relations</b> (Cutlip, Centre dan Broom)</p> <p>a. Fasilitator Komunikasi/Peran Komunikasi PR berperan sebagai penghubung antara organisasi dengan publiknya, penyampaian pesan, pengelolaan informasi dan menjamin bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan citra yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini bahwa PR berperan aktif dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa binaan melalui TJSL.</p> <p>b. Fasilitator Pemecah Masalah (Problem Solving Process Facilitator)/Peran Pelatih dan Konsultan. PR juga berfungsi sebagai pelatih dan konsultan bagi manajemen dan karyawan lainnya dalam perusahaan, memberi saran tentang komunikasi yang efektif dan strategi PR untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini bahwa PR berperan dalam membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.</p> <p>c. Pakar Perumus (Expert Presciber)/Peran Manajerial PR berperan dalam pengambilan keputusan strategis dalam perusahaan, termasuk perencanaan, pelaksanaan program PR yang mendukung tujuan perusahaan dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal. Hal ini bahwa PR berperan dalam mengelola dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya dalam konteks TJSL.</p> <p>d. Teknik Komunikasi/Peran Teknik Komunikasi PR bertanggung jawab untuk mengimplementasikan taktik komunikasi seperti menulis siaran pers, mengatur acara, mengelola media sosial. Hal ini bahwa peran PR mengelola kegiatan PR, mengelola opini publik dan membangun hubungan yang baik dengan media dan stakeholder.</p>

**2. Citra organisasi/perusahaan**

- a. Citra (*image*) merupakan *a picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Citra perusahaan sebagai suatu gambaran atau persepsi subjektif yang dimiliki oleh individu atau masyarakat terhadap suatu perusahaan. Kegiatan yang dapat mempengaruhi persepsi di mata masyarakat terhadap reputasi perusahaan, seperti program tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (TJSL), komunikasi PR dan interaksi langsung PR perusahaan dengan masyarakat.
- b. Citra perusahaan bisa merujuk pada bagaimana perusahaan tersebut dipandang oleh masyarakat umum, apakah dianggap modern, ramah lingkungan, inovatif, atau konservatif. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu sangat penting membangun Citra yang positif pada suatu perusahaan untuk meningkatkan reputasi dari perusahaan tersebut.

**3. Kepercayaan Masyarakat**

- a. Kepercayaan masyarakat adalah suatu keyakinan atau sikap positif yang dimiliki oleh masyarakat terhadap sesuatu gagasan, individu dan suatu perusahaan atau organisasi. Dalam konteks bisnis atau perusahaan, kepercayaan masyarakat mencakup keyakinan bahwa entitas tersebut akan bertindak dengan integritas, kejujuran, dan bertanggung jawab dalam semua interaksinya.
- b. Kepercayaan masyarakat dalam suatu perusahaan merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang solid antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya, seperti pelanggan, karyawan, investor, dan masyarakat umum. Kepercayaan masyarakat dapat dibangun melalui konsistensi, transparansi, dan komunikasi yang efektif.

#### **4. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan**

- a. Tingkat kepuasan masyarakat terhadap perusahaan dapat diukur melalui Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) yang selalu dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda rutin setiap tahunnya, tujuannya adalah untuk melihat sejauh mana meningkat atau menurun hasil dari program TJSL yang telah dijalankan oleh perusahaan terhadap masyarakat desa binaan. SKL mengevaluasi manfaat yang diterima oleh masyarakat dari program-program TJSL, atau tingkat dukungan masyarakat terhadap perusahaan.
- b. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang dikelola PT Pupuk Iskandar Muda telah dijalankan sejak tahun 1989. Saat ini kegiatan TJSL berpedoman kepada Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-6/MBU/09/2022, tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Perogram Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara serta peraturan lainnya yang masih berlaku.
- c. Perusahaan menetapkan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai upaya strategis dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang harmonis antara Perusahaan dengan masyarakat sehingga tercipta kondisi yang kondusif dalam mendukung pengembangan usaha dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), program Pendanaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil (PUMK), bidang pendidikan (PIMCare Education), program kesehatan (Khitanan massal dan stunting).

*Sumber : Data diolah, 2024*

Kategorisasi dapat diartikan sebagai kesimpulan analisis setelah peneliti melihat kumpulan fakta dan kesalinghubungan diantara fakta. Kesalinghubungan fakta ini juga akan dibantu kode interpretasi sehingga pembuatan kata, frase atau



kalimat kategorisasi akan betul-betul mencerminkan varian fakta sejenis. Dalam psikologi, kategorisasi dapat diibaratkan merupakan kesimpulan diagnosis dari gejala awal fakta yang didapat.

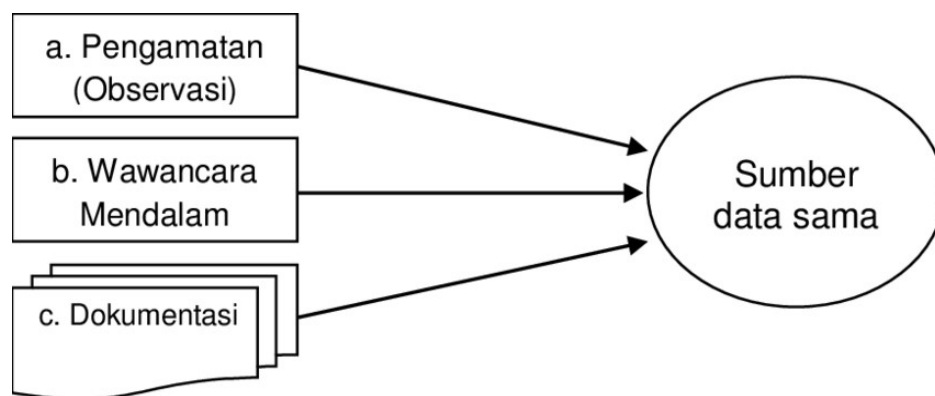
Apa yang harus peneliti lakukan setelah mendapatkan catatan lapangan dan kode-kode penelitian yang kaku? Menurut Al Wasilah (2002:229) dalam Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019) dijelaskan bahwa pertanyaan di atas sama saja ketika peneliti dihadapkan pada tumpukan mainan anak tidak beraturan di sebuah gimnasium. Yang harus peneliti lakukan adalah *writes-ups!* Menuliskan mainan tersebut ke dalam kelompok-kelompok mainan berdasarkan : (1) pabrik yang memproduksinya, (2) warnanya, (3) ukurannya, (4) jenisnya, (5) barang impor, (6) harganya, atau (7) mainan anak lelaki atau anak perempuan. Itulah yang dimaksud dengan kegiatan kategorisasi

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data primer yaitu wawancara mendalam dan teknik pengumpulan data sekunder berupa studi kepustakaan atau dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dengan observasi, dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung dan pencatatan terhadap gejala-gejala subjek yang diteliti. Teknik ini peneliti gunakan supaya dapat melakukan pengamatan secara cermat dalam perilaku subjek, pengambilan data, dan menangkap gejala yang terjadi kemudian menuangkannya menjadi sebuah deskripsi mengenai kejadian perilaku dalam kenyataan .

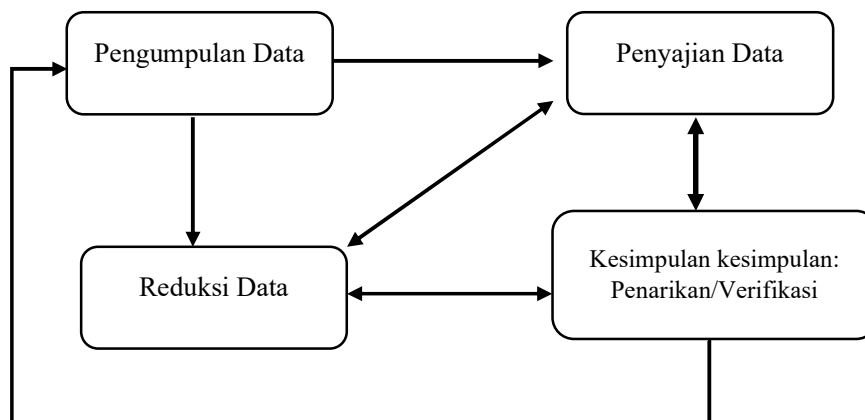
Teknik pengumpulan data melalui wawancara (interview) yaitu dengan pertanyaan pertanyaan yang telah disiapkan menggunakan instrumen pedoman wawancara. Wawancara ini dilakukan secara bertahap dengan melakukan interview dengan beberapa narasumber. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi yaitu kegiatan mencari informasi data dari sumbernya berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, media online dan sebagainya yang berkaitan dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilihat seperti dalam Gambar 3.1 di bawah ini.



Gambar 3.1 Triangulasi Metode Pengumpulan Data

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman yang meliputi: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*). Miles dan Huberman (1992:20) dalam Rijali, A. (2019) menjelaskan bahwa menggambarkan proses analisis data penelitian kualitatif seperti dalam Gambar 3.2 di bawah ini:



Sumber : Data diolah, 2024

Gambar 3.2. Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif

Pada Gambar 3.2 di atas memperlihatkan sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data, pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Reduksi data adalah Upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu.

Soehadha (2012) menjelaskan bahwa teknik analisis data adalah teknik analisis data yang dilakukan dalam rangka mencapai pemahaman terhadap sebuah fokus kajian yang kompleks, dengan cara memisahkan tiap-tiap adengan atau proses dari kejadian sosial atau kebudayaan yang sedang diteliti. Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung selama pengumpulan data.

Dalam penelitian kualitatif analisis data dimulai sebelum memasuki lokasi penelitian, selama di lokasi, dan sesudah selesai dari lokasi penelitian. Artinya analisis dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penelitian hasil penelitian. Data yang terkumpul melalui wawancara dan observasi, dinalisis dengan metode deskriptif kualitatif kemudian data tersebut diolah dan diklarifikasi melalui proses pengumpulan data, reduksi data, display data dan berakhir pada sebuah penarikan kesimpulan. Hasil analisis data kemudian dideskripsikan atau digambarkan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Untuk lebih jelasnya gambaran teknik analisis data dapat dilihat dari tahapan di bawah ini:

1. Pengumpulan data (*data collection*) adalah langkah pertama dalam proses analisis data, di mana data yang relevan dan sesuai dengan analisis atau tujuan penelitian dikumpulkan dari berbagai sumber. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui berbagai metode, termasuk survei, wawancara, observasi, atau analisis dokumen.
2. Reduksi data (*data reduction*), tahap kedua setelah data dikumpulkan adalah menyaring dan mengorganisasi data tersebut agar menjadi lebih mudah dikelola dan dianalisis. Reduksi data melibatkan pemilihan, pengelompokan, atau

penghapusan data yang tidak relevan, yang duplikat, atau tidak penting untuk mencapai tujuan analisis.

3. Penyajian data (*display data*), setelah data direduksi dilanjutkan tahap ketiga yaitu dengan menyajikan data dengan cara yang dapat dimengerti dan mudah diinterpretasikan. Penyajian data dapat dilakukan melalui tabel, grafik, diagram, atau visualisasi data lainnya. Tujuan dari penyajian data adalah untuk membantu peneliti atau pemangku kepentingan dalam memahami pola, tren, atau hubungan dalam data.
4. Penarikan kesimpulan (*conclusion*), Langkah keempat dalam proses analisis data adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah disajikan. Kesimpulan ini didasarkan pada interpretasi data, identifikasi pola atau tren, dan pemahaman terhadap implikasi temuan tersebut terhadap pertanyaan penelitian atau tujuan analisis. Kesimpulan yang ditarik dapat digunakan untuk membuat rekomendasi, membuat keputusan, atau menyusun strategi berdasarkan pemahaman yang diperoleh dari analisis data.

### **3.7. Teknik Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi metode. Moleong (2004: 330) dalam Adhimah, S. (2020) menjelaskan bahwa Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Peneliti menggunakan teknik yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan, melakukan observasi lapangan dan mendokumentasikan ketika wawancara dan observasi lapangan. Melalui berbagai perspektif diharapkan diperoleh hasil yang

mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

Machfoedz, I. (2010:129) menjelaskan bahwa suatu data dalam penelitian kualitatif dikatakan memiliki keabsahan (*trustworthiness*) apabila telah memiliki kriteria tertentu, Kriteria tersebut adalah Derajat Kepercayaan (*credibiity*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Berdasarkan keempat syarat tersebut, maka uji keabsahan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan cara Validitas internal (*credibility*), Validitas eksternal (keteralihan/*transferability*), Kebergantungan (*dependability/reliabilitas*) dan Kepastian/Objektivitas (*confirmability*).

### **3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah di Desa binaan PT Pupuk Iskandar Muda yaitu terdapat 6 (enam) gampong atau desa di lingkungan Perusahaan yang berdampak langsung atau disebut juga Ring 1 Perusahaan yaitu Gampong Tambon Baroh, Tambon Tunong, Keudee Krueng Geukueh, Paloh Gadeng dan Dusun Madat di Kecamatan Dewantara Aceh Utara, Gampong Blang Naleung Mameh Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe dan Gampong Blang Mee Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen, serta Departemen TJSL & Humas PT Pupuk Iskandar Muda di Krueng Geukueh Aceh Utara.

Adapun waktu penelitian direncanakan selama 3 bulan yaitu pada periode 01 April s/d 30 Juni 2024.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum PT Pupuk Iskandar Muda**

Dengan adanya kandungan gas alam yang terdapat di Kabupaten Aceh Utara dan tersedianya lokasi yang strategis di daerah pantai serta adanya jalan raya yang melintasi daerah ini, maka daerah ini sangat menunjang bagi pertumbuhan industri besar dan kecil terutama yang menggunakan sumber daya alam yang berupa gas alam dan hasil hutan sebagai bahan baku industri kecil, maupun industri-industri keterkaitannya dengan industri hilir. Pupuk urea merupakan salah satu produk strategis yang sangat penting peranannya dalam menunjang produksi pertanian.

PT Pupuk Iskandar Muda didirikan pada tanggal 24 Februari 1982 dihadapan Notaris Soelaiman Ardjasmita, SH sesuai akte No. 54 dengan nama PT Pupuk Iskandar Muda, yang merupakan suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah naungan Kementerian BUMN. Pembangunan proyek pabrik PIM ini awalnya dirintis oleh PT PUSRI Pelembang sejak 1981, didukung dekat dengan sumber alam dan air yang merupakan bahan baku utama pembuatan pupuk urea. Penandatanganan kontrak pembangunan pabrik pupuk dilakukan pada tanggal 2 Oktober 1981 antara Pemerintah RI yang dilaksanakan oleh Departemen Perindustrian c/q Dirjen Industri Kimia Dasar dengan kontraktor utama perusahaan Indonesia yaitu PT Rekayasa Industri dan Toyo Engineering Cooperation dari Jepang. Pembangunan pabrik dimulai pada tanggal 13 Maret 1982 dan selesai tiga bulan lebih awal dari rencana, pada akhir tahun 1984 pabrik sudah mulai

berproduksi, pengapalan perdana dilakukan pada tanggal 17 Februari 1985 kemudian pada tanggal 20 Maret 1985 pabrik diresmikan oleh Bapak Presiden RI Soeharto serta beroperasi secara komersial dimulai sejak tanggal 1 April 1985.

PT Pupuk Iskandar Muda merupakan perusahaan produksi pupuk urea yang ke-6 di Indonesia dan merupakan pabrik pupuk urea ke-2 di propinsi Aceh, setelah PT Asean Aceh Fertilizer (PT AAF). Adapun Pelaksanaan pembangunan pabrik PIM-1 dijadwalkan selama 36 bulan mulai tahun 1982 hingga 1984, dimana pembangunannya dilaksanakan 3 bulan lebih cepat dari target waktu yang telah ditetapkan, sehingga dapat menghemat biaya pembangunan.

Arah pengembangan perusahaan PT PIM ke depan adalah menjadi perusahaan Cluster Petrokimia di Indonesia wilayah Barat dengan melakukan beberapa diversifikasi produk dan usaha secara bertahap dan berkelanjutan dengan mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dan ketersediaan bahan baku. Dalam lima tahun ke depan perusahaan akan fokus pada optimalisasi aset untuk menghasilkan produk Urea dan Ammonia yang kompetitif dan mengembangkan pupuk majemuk (NPK), selain itu Perusahaan telah melakukan aksi korporasi dengan melakukan pembelian aset eks PT AAF pada akhir tahun 2018 sehingga Perusahaan akan fokus pada optimalisasi dan komersialisasi lahan industri dan perumahan yang telah menjadi aset PIM.

Adapun salah satu rencana jangka panjang Pemerintah di bidang pertanian adalah mencapai kedaulatan pangan. Dengan rencana tersebut, pupuk merupakan salah satu sarana produksi pertanian yang menjadi komoditas strategis dalam mendukung program ketahanan pangan nasional karena dibutuhkan dalam jumlah



yang cukup banyak dan sebaran permintaan yang luas. Salah satu pupuk yang dibutuhkan dalam jumlah yang cukup besar adalah Pupuk Majemuk. Terkait dengan hal tersebut maka PIM telah membangun Pabrik pupuk NPK dengan teknologi Chemical Granulation berkapasitas 500.000 MTPY, telah diresmikan oleh Presiden RI Joko Widodo pada tanggal 10 Februari 2023.

PT PIM mempunyai pelabuhan existing dengan desain 15.000 DWT dan digunakan untuk penjualan produk baik ke dalam negeri maupun ke luar negeri. Dengan adanya pembangunan Pabrik NPK Chemical maka Perusahaan akan mengembangkan pelabuhan sampai 40.000 DWT sehingga dapat digunakan untuk ekspor dan impor bahan baku serta produk untuk kebutuhan pabrik NPK. Selain itu PT PIM akan melakukan kerjasama dengan pihak ketiga untuk menggunakan pelabuhan PT PIM sebagai terminal barang.

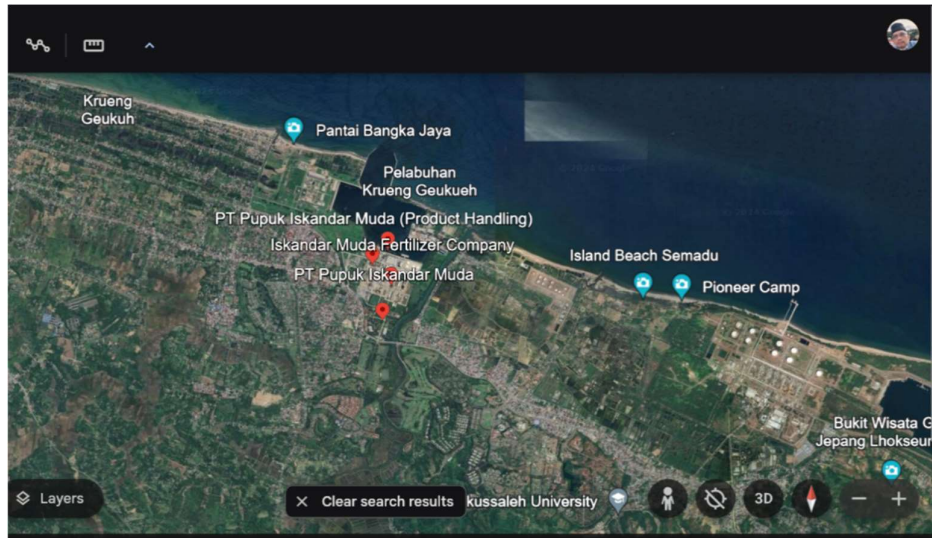
Perusahaan telah melakukan aksi korporasi melakukan pembelian aset eks PT AAF pada tahun 2018 sebagai lahan pengembangan dan lahan untuk beberapa industri lainnya sebagai lahan komersil dan telah diresmikan dengan nama Iskandar Muda Industrial Area (IMIA). Aksi korporasi dilaksanakan mengingat lokasi lahan IMIA sangat strategis, berada dalam kawasan ekonomi khusus yang dilengkapi dengan fasilitas pergudangan, pelabuhan dan berbatasan langsung dengan lokasi PIM sehingga rencana pengembangan dapat diintegrasikan secara langsung. Pada lahan industri nantinya akan dilaksanakan beberapa pengembangan usaha seperti reaktivasi pabrik H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>, reaktivasi unit Water Treatment Plant (WTP), dan pembangunan infrastruktur jaringan utilitas sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi di lahan industri.

#### **4.1.1. Lokasi dan Letak Geografis Perusahaan**

Lokasi pabrik pupuk PT Pupuk Iskandar Muda ini terletak di wilayah Zona Industri Lhokseumawe yaitu Kawasan Ekonomi Khusus Arun Lhokseumawe (KEK-AL) atau disebut juga Special Economic Zones (SEZ) yang mempunyai kemudahan seperti fasilitas *tax holiday* dan bebas biaya fiskal, dll. Pabrik ini berdampingan dengan pabrik gas alam cair PT Perta Arun Gas (PT PAG) yang dulunya adalah PT Arun, terletak di jalur transportasi internasional yang sangat strategis karena berada di jalur padat Selat Malaka dengan memiliki sarana pelabuhan sebanyak 3 (tiga) unit dermaga PIM dan 1 (satu) unit dermaga ex PT AAF juga pelabuhan umum Krueng Geukueh. PT Pupuk Iskandar Muda juga berada di samping jalan raya Medan-Banda Aceh dengan transportasi darat yang sangat memadai. Lokasi pembangunan pabrik PIM ditetapkan di lintasan jalan raya yaitu Jalan Medan - Banda Aceh Desa Tamboh Baroeh, Krueng Geukueh, Kabupaten Aceh Utara.

PT Pupuk Iskandar Muda saat ini mempunyai luas lahan keseluruhan sebanyak 511 Ha, terdiri dari 162 Ha areal pabrik dan perkantoran PIM, 161 Ha areal kompleks perumahan PIM dan sarana fasilitasnya, selanjutnya 120 Ha areal industri dan 68 Ha lahan residensial Iskandar Muda Industrial Area (IMIA) yang berasal dari pembelian lahan PT AAF sejak tahun 2018.

Peta lokasi areal pabrik dan perumahan PT Pupuk Iskandar Muda yang diambil melalui Citra Satelit (Google Earth) dapat dilihat pada Gambar 4.1 di bawah ini.



Sumber : Google Earth, 2024

Gambar 4.1 Lokasi areal pabrik dan perumahan PT PIM

#### 4.1.2. Visi dan Misi PT Pupuk Iskandar Muda

Visi perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda adalah “Menjadi Perusahaan Pupuk dan Petrokimia yang kompetitif”. Sedangkan Misi PT Pupuk Iskandar Muda adalah Memproduksi dan memasarkan pupuk dan produk petrokimia dengan efisien; Memenuhi standar mutu dan berwawasan lingkungan; Memberikan nilai tambah kepada stakeholder; dan Berperan aktif menunjang ketahanan pangan.

#### 4.1.3. Sumber Daya Manusia PT Pupuk Iskandar Muda

Karyawan merupakan sumber daya potensial sebagai aset yang memiliki nilai sangat penting bagi kelangsungan dan daya saing sebuah perusahaan. Pabrik PIM telah beroperasi lebih dari 40 tahun, untuk itu perusahaan melakukan berbagai pendekatan yang mendukung pencapaian strategi perusahaan dengan mengelola karyawan agar berdaya guna bagi keselarasan terhadap pencapaian visi

dan misi perusahaan. Pada saat berdirinya PT PIM jumlah karyawan dari awal sampai sekarang telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan akibat dari kebutuhan yang sangat tinggi guna mendukung rencana pengembangan perusahaan kedepan, pada tahun pertama PT PIM berdiri yaitu tahun 1982 jumlah karyawan hanya 199 orang, namun pada tahun 2024 jumlah karyawan berjumlah sekitar 555 orang tenaga kerja organik dan sekitar 600 orang tenaga kerja non organik.

#### **4.1.4. Produk PT Pupuk Iskandar Muda**

##### **4.1.4.1. Pupuk Urea**

Pabrik PIM-1 dengan kapasitas produksi Ammonia sebesar 330.000 ton per tahun dibangun sejak tahun 1982 sampai dengan tahun 1984, diresmikan pada tanggal 20 Maret 1985 dan beroperasi secara komersil sejak tanggal 1 April 1985. Sedangkan pabrik PIM-2 dengan kapasitas produksi Ammonia sebesar 396.000 ton per tahun mulai dibangun sejak tanggal 23 Maret 1999 dan beroperasi sejak tanggal 15 Agustus 2005.

Produk utama yang dihasilkan oleh PT Pupuk Iskandar Muda adalah pupuk urea prill dari PIM-1 dan urea granul dari PIM-2 dengan kapasitas produksi total 1.140.000 ton/tahun atau masing-masing sebanyak 1.725 ton/hari atau 570.000 ton/tahun untuk pabrik PIM-1 dan PIM-2 dengan *rate* produksi 100%, dengan spesifikasi produk sebagaimana terlihat pada Tabel 4.1 di bawah ini ini :

Tabel 4.1  
Spesifikasi produk pupuk Urea pabrik PIM-1 dan PIM-2

No	Parameter	Satuan	PIM-1	PIM-2
1	Kadar Nitrogen	%	Min 46	Min 46
2	Kadar Air	%	Maks. 0,5	Maks. 0,3
3	Kadar Biuret	%	Maks. 1	Maks. 1
4	Warna	-	Putih Kristal	Putih Kristal
5	Bentuk	-	Prill	Granule
6	Ukuran	mm	1-3.35 mm 90% minimum	2,0-4,0 mm 90% minimum
7	No. SNI	-	02-2801-2010	02-2801-2010

Sumber : PT Pupuk Iskandar Muda (2023)

Manfaat dari pupuk Urea antara lain adalah (1) Membuat daun tanaman lebih hijau segar dan banyak mengandung butir hijau daun (chlorophyl) yang mempunyai peranan sangat penting dalam proses fotosintesa, (2) Mempercepat pertumbuhan tanaman (tinggi, jumlah anakan, cabang dan lain-lain, dan (3) Menambah kandungan protein tanaman.

#### 4.1.4.2. Pupuk NPK

Pabrik pupuk NPK PIM diresmikan oleh Presiden RI Joko Widodo pada tanggal 10 Februari 2023 berkapasitas 500.000 MTPY dengan teknologi Chemical Granulation. Manfaat dari pupuk NPK antara lain adalah (1) Mengandung unsur hara makro yang lengkap untuk pertumbuhan; (2) Mengandung unsur hara makro yang lengkap untuk pertumbuhan dan peningkatan kualitas buah; (3) Meningkatkan daya tahan terhadap serangan hama dan merangsang pertumbuhan akar; (4) Menjadikann tanaman lebih hijau dan subur. Adapun Spesifikasi produk pupuk NPK PSO (subsidi) dan NPK Komersil sebagaimana pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2  
Spesifikasi produk pupuk NPK PIM

No	Parameter	Satuan	NPK PSO	NPK Komersil
1	Kadar Nitrogen (N)	%	15 %	15%, 16 %
2	Kadar Fosfat (P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> )	%	10 %	15%, 16 %
3	Kadar Kalium (K)	%	12 %	15%, 16 %
4	Warna	-	Merah Natural	Hijau Toska
5	Bentuk	-	Granul	Granule
6	Kemasan	Kg/sak	50 kg	25 kg/50 kg
7	Sifat	-	Hidroskopis	Hidroskopis

Sumber : PT Pupuk Iskandar Muda (2023)

#### 4.1.4.3. Ammonia Cair

Disamping produk utama PT Pupuk Iskandar Muda juga menjual produk berupa Ammonia cair untuk memenuhi permintaan dalam negeri dan ekspor. Adapun spesifikasi produk Ammonia sebagaimana dalam Tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4.3  
Spesifikasi produk Ammonia PT PIM

No	Parameter	satuan	Nilai
1	Ammonia	%	Min. 99,5
2	H <sub>2</sub> O	%	Maks. 0,5
3	Minyak	%	Maks. 5 ppm
4	Fe	-	Maks. 2 ppm

Sumber : PT Pupuk Iskandar Muda (2023)

#### 4.1.5. Struktur Organisasi PT Pupuk Iskandar Muda

Organisasi dapat diartikan sebagai suatu sistem dari aktivitas yang dilakukan dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama, didalam organisasi pembagian tugas adalah suatu keharusan, pembagian tugas akhirnya menghasilkan departemen-departemen dan *job description* dari masing-masing

departemen sampai unit-unit terkecil dalam organisasi. Struktur organisasi dalam suatu perusahaan sangat diperlukan untuk merumuskan suatu organisasi harus dapat menunjang keberhasilan perusahaan, perusahaan yang berhasil dalam mencapai tujuan tidak hanya tergantung pada modal dan proses industrinya tetapi tergantung pada sistem manajemen yang baik, sehingga diperlukan struktur organisasi yang fleksibel dan berkembang sesuai dengan kondisi yang dihadapi perusahaan. Semua unsur organisasi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi baik internal maupun eksternal untuk mencapai kesatuan gerak secara sinergi yang disesuaikan dengan tugas pokok masing-masing.

Struktur Organisasi PT Pupuk Iskandar Muda yaitu Dewan Direksi (BOD) terdiri dari Direktur Utama (CEO), Direktur Operasi & Produksi (DOP) dan Direktur Keuangan & Manajemen Risiko (DKMR). Dibawah BOD terdapat jajaran Grade-1 atau BOD-1 terdiri dari Senior Vice Presiden (SVP) dan Senior Project Manager (SPM). Selanjutnya Grade-2 atau BOD-2 terdiri dari Vice Presiden dan Project Manager (PM), Selanjutnya Grade-3 atau BOD-3 terdiri dari Asisten Vice Presiden (AVP) dan Manager, kemudian Grade 4 s/d Grade 7 yang terdiri dari Supervisor hingga Pelaksana.

## **4.2. Hasil Penelitian**

### **4.2.1. Deskripsi Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana Peran dan hambatan-hambatan Public Relations dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung

Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda. Penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang public relations, dapat menambah kajian tentang public relations, dan dapat memberi masukan kepada berbagai pihak terkait, khususnya PT Pupuk Iskandar Muda dalam membuat kebijakan terkait dengan berbagai upaya untuk meningkatkan peran public relations dalam membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak eksternal yaitu Masyarakat Desa binaan, Tokoh Masyarakat, Muspika Kecamatan Dewantara dan Media massa, sedangkan dari pihak internal yaitu jajaran public relation PT Pupuk Iskandar Muda.

#### **4.2.2. Hasil Penelitian**

Hasil dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi dalam ruang lingkup Desa binaan yang paling berdekatan langsung dengan perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda atau disebut juga Desa Lingkungan Ring-1 wilayah Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Data yang dihasilkan dari wawancara dan observasi tersebut akan dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif.

Penyusunan pertanyaan-pertanyaan melalui wawancara secara mendalam dalam penelitian ini mengacu pada Kategorisasi Penelitian, yaitu Peran public relations, Citra organisasi/ perusahaan, Kepercayaan Masyarakat dan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan. Setelah daftar pertanyaan secara mendalam disusun berdasarkan kategorisasi selanjutnya untuk



memudahkan dalam pendistribusian pertanyaan tersebut, maka peneliti memilah pertanyaan wawancara sesuai peruntukan untuk Informan yang dibutuhkan.

#### **4.2.2.1. Peran Public Relations**

Public Relations atau kehumasan memainkan peranan penting dalam membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Public Relations berperan aktif dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang strategis, transparan, dan proaktif. Dengan menjalankan program-program yang berfokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), serta menjaga hubungan baik dengan media dan komunitas, Public Relations juga membantu menciptakan persepsi positif dan hubungan yang saling percaya antara perusahaan dalam hal ini PT Pupuk Iskandar Muda dengan masyarakat lingkungan perusahaan di Desa binaan.

Kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh public relation (Humas) PIM untuk memastikan bahwa pesan-pesan program TJSL telah tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat Desa binaan adalah seperti yang dijelaskan oleh staf TJSL PT Pupuk Iskandar Muda, Rezki Zufina (34 tahun) yaitu:

- 1) Membuat materi promosi yang menarik dan informatif, seperti brosur, poster, video, dan konten digital lainnya, yang menjelaskan dengan jelas program TJSL, tujuannya dan manfaatnya bagi masyarakat desa binaan.
- 2) Memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program TJSL kepada masyarakat desa binaan.

- 3) Mengirimkan siaran pers kepada media lokal dan regional tentang program TJSL, serta mengundang liputan media untuk meningkatkan visibilitas dan dukungan dari masyarakat luas.
- 4) Mengadakan kegiatan komunitas dan acara lokal yang terkait dengan program TJSL, seperti penyuluhan, bakti sosial, atau workshop, untuk langsung berinteraksi dengan masyarakat binaan, menyampaikan informasi, dan mendengarkan masukan mereka.

Selanjutnya Milna (30 tahun), Staf TJSL Departemen TJSL & Humas PT Pupuk Iskandar Muda menambahkan bahwa Humas PIM juga telah melakukan beberapa kegiatan lainnya yaitu :

- 1) Koordinasi dan Komunikasi secara intens dengan aparaturnya desa, stakeholder, akademisi, Muspika Kecamatan Dewantara, tokoh masyarakat dan LSM untuk menyampaikan program-program TJSL serta melakukan sinergi atas program tersebut untuk berkolaborasi dan bersinergi.
- 2) Membuat berbagai pelatihan yang ditujukan kepada pemuda rentan untuk mengurangi angka pengangguran agar memiliki skill dan mampu mandiri. PT PIM telah melakukan kolaborasi dengan BPVP Banda Aceh untuk terus menyajikan berbagai pelatihan sesuai kebutuhan era zaman bagi pemuda dan pemudi di desa binaan.
- 3) Melakukan Monev (monitoring dan evaluasi) secara berkala terhadap efektivitas komunikasi tentang program TJSL kepada masyarakat Desa binaan, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan berdasarkan umpan balik yang diterima.

Peran Public Relations (Humas) PT Pupuk Iskandar Muda dalam memperkenalkan dan menjelaskan program-program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) kepada masyarakat Desa binaan sudah sangat baik, telah disampaikan sesuai harapan, harmonis dan mudah dipahami oleh masyarakat khususnya warga desa binaan. Disamping itu juga personel public relations sangat memahami budaya masyarakat & mudah beradaptasi dengan masyarakat desa binaan sehingga sangat membantu dalam memahami program-program TJSL yang diberikan oleh PT Pupuk Iskandar Muda, hal ini seperti yang disampaikan oleh Ruhani (52 tahun), warga Desa Blang Mee bahwa Peran Public Relations PT Pupuk Iskandar Muda dalam memperkenalkan dan menjelaskan program-program TJSL kepada masyarakat Desa binaan sudah sangat jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Begitu juga dalam kutipan wawancara dengan Muzakkir (47 tahun), warga Desa Paloh Gadeng yaitu :

“Sangat jelas dan sangat membantu kami dalam memahami program-program TJSL dari PT Pupuk Iskandar Muda tersebut”

Kemudian pendapat yang sama disampaikan oleh Mirza (46 tahun), warga Desa Tambon Tunong, yang menjelaskan bahwa Peran Public Relations PT Pupuk Iskandar Muda dalam memperkenalkan dan menjelaskan program-program TJSL sudah sangat baik, seperti dalam kutipan wawancaranya :

“Sangat baik, ini dibuktikan dengan program-program yang dilakukan dengan desa binaan, contohnya seperti adanya pengecekan kesehatan gratis yang dilakukan oleh PT PIM bekerjasama dengan rumah sakit perusahaan kepada masyarakat Desa Tambon Tunong secara berkala setiap triwulan”.

Geuchik Muzakkir (50 tahun), Geuchik Desa Tambon Baroh tempat lokasi berdirinya Pabrik Pupuk Iskandar Muda menyarankan seperti dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Peran humas sangat perlu untuk menjembatani keinginan masyarakat dengan perusahaan agar dapat terjalin dengan baik, fungsi humas melalui TJSL dapat berjalan jika CSR perusahaan dapat digunakan lebih utama kepada desa binaan yg berbatas langsung dengan pabrik, TJSL dapat berjalan jika ada sokongan dana dari perusahaan”.

Manajemen PT Pupuk Iskandar Muda Maimun Zakaria (49 tahun), SVP Sekretaris Perusahaan PIM menjelaskan bahwa public relation PT PIM membantu dalam menyebarkan informasi terkait program program yang dilaksanakan oleh TJSL, berikut cuplikan wawancaranya:

“Menurut hemat saya, public relations (humas) sangat berperan dalam mengkomunikasikan program-program dari perusahaan dalam mengembangkan masyarakat di lingkungan dan area pemasarannya sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan”

Dalam melaksanakan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) untuk masyarakat di desa binaan, Public Relations PIM telah melakukan komunikasi rutin setiap hari, baik dengan masyarakat desa maupun dengan perangkat desa pada khususnya dalam setiap isu yang berkembang terhadap lingkungan di desa binaan. Humas PIM melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui aparat pemerintahan desa terlebih dahulu sebelum turun ke lapangan, selanjutnya mengadakan sosialisasi dalam pelaksanaan program TJSL sehingga masyarakat dapat lebih mudah memahami program bantuan tersebut. Disamping itu public relations PIM dalam menyampaikan informasi dan pemaparan program-program TJSL kepada masyarakat sangat ramah dan mudah dipahami sehingga masyarakat ikut peduli terhadap program-program yang dijalankan kepada

masyarakat binaan tersebut. Sebagaimana kutipan wawancara dari Zulfikar (36 tahun), ketua Karang Taruna Desa Keudee Krueng Geukueh sebagai berikut :

“Humas PT PIM berperan dalam gerakan sosial, peningkatan SDM dan Kesejahteraan masyarakat lingkungan baik di desa maupun di kalangan Muspika. Peran PIM dalam reasilisasi program TJSL sangat humanis dan tentunya transparan atas dasar kesejahteraan lingkungan, Terima kasih PIM pungkasnya”.

Koordinasi antara public relation (Humas) PIM dengan tokoh masyarakat dan Geuchik Desa binaan dalam pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PIM sudah sangat sering dilakukan, hal ini seperti dikatakan oleh Tgk. Razali (56 tahun), tokoh masyarakat dan Ketua Forum Geuchik Dewantara “Humas PIM sering berkordinasi dengan kami dalam berbagai hal” demikian juga yang disampaikan oleh Kamaruzzaman (50 tahun), Geuchik Keudee Krueng Geukueh dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Humas PIM hampir setiap saat berkoordinasi dengan kami para Geuchik gampong, terutama apabila ada persoalan sosial masyarakat yang perlu dikordinasikan sebagai tanggung jawab sosial di lingkungan perusahaan”

Ketika peneliti mewawancarai Muspika Kecataman Dewantara terkait efektifitas peran Public Relation (Humas) PT PIM dalam membangun citra positif PT Pupuk Iskandar Muda di mata masyarakat Desa binaan melalui bantuan TJSL. Nawafil Mahyuda (39 tahun), Camat Kecamatan Dewantara mengatakan “sudah cukup efektif”, begitu juga dengan Danramil Kecamatan Dewantara Hermansyah (58 tahun) mengatakan dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Peran Humas PIM sudah sangat efektif dan positif terhadap lingkungan masyarakat Desa binaan dalam membangun citra positif perusahaan”

Pandangan kontributor iNews TV wilayah Lhokseumawe dan Aceh Utara Armia Jamil (49 tahun), terhadap Peran public relation (Humas) PIM dalam menyampaikan informasi program bantuan TJSL kepada masyarakat Desa binaan seperti kutipan wawancara berikut :

“Menurut saya peran Humas PIM selama ini sangat baik, berita-berita positif tentang PIM selalu dimuat di media online, cetak dan televisi, namun saran saya, PIM juga harus bekerja keras untuk membangun komunikasi di Media Sosial, karena selama ini Medsos lebih cepat informasinya kepada masyarakat, sehingga bila informasi yang tidak berimbang bisa terbantahkan langsung di Medsos juga”

Strategi komunikasi digital yang digunakan oleh public relation PIM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi masyarakat desa binaan dalam program TJSL seperti pembuatan konten digital yang menarik, postingan media sosial, pemanfaatan media sosial, interaksi aktif dengan masyarakat desa binaan melalui media sosial dengan cara segera merespons komentar, pertanyaan atau masukan mereka secara aktif.

Milna (30 tahun), Staf TJSL PIM menjelaskan bahwa strategi komunikasi digital yang dilaksanakan oleh PIM antara lain adalah :

- 1) Menyampaikan informasi-informasi yang update melalui website resmi perusahaan dengan informasi yang terperinci tentang program TJSL, kegiatan-kegiatan pelatihan, kunjungan industri pelajar dan sebagainya.
- 2) Setiap realisasi keberhasilan atas suatu program, PIM harus selalu menaikkan berita positif ke media cetak dan online sebagai publikasi masyarakat untuk

menginformasikan bahwa banyak program yang telah dilakukan oleh PIM dan juga sebagai strategi persuasif untuk masyarakat agar memiliki keinginan untuk mengelola dan menjalani program TJSL tersebut.

Hubungan komunikasi dan informasi yang dibangun oleh Public Relation PIM dengan media massa dalam meningkatkan citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa binaan menurut T. Saifuddin Alba atau sering disapa Ampon Blang (56 tahun), dari media online Satupena.com dan Armiadi (42 tahun) Kepala Perwakilan Rakyat Aceh menyatakan “sudah sangat harmonis dan bagus”. Selanjutnya Armia Jamil (49 tahun), media iNews TV mengatakan dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

“selama ini hubungan Public Relation (Humas) PT PIM dengan media sangat bagus, namun perlu ditingkatkan lagi, menurut saya dengan adanya pemberitaan yang positif terhadap PIM akan meningkatkan citra perusahaan yang baik”.

Menurut pandangan dari sisi awak media, Maimun, SHi, M.Kom.I, Kepala Biro Harian Waspada Perwakilan Lhokseumawe dan Aceh Utara dan juga menjabat sebagai Ketua Persatuan Wartawan Aceh (PWA) Kota Lhokseumawe dan Aceh Utara, terkait dengan hubungan komunikasi dan informasi yang dibangun oleh Public Relation PT PIM dengan media massa dalam meningkatkan citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa binaan seperti dalam kutipan wawancara di bawah ini:

“Selama ini hubungan yang dibangun oleh Humas PT PIM dengan awak media cukup bagus. Apalagi di era kecanggihan teknologi informasi hampir semua informasi diberikan oleh PT PIM lewat siaran pers kepada awak media melalui grup WhatsApp. Kondisi seperti ini menurut saya

telah banyak membantu awak media dalam menyajikan berita yang berimbang. Dan bagusny lagi, Humas telah mampu membangun hubungan yang cukup akrab dengan awak media. Padahal jumlah media online dewasa ini di Aceh Utara dan Lhokseumawe jumlahnya mencapai ratusan, baik yang terverifikasi maupun yang belum terverifikasi dewan pers. Pun demikian, Humas PT PIM telah mampu memberikan perhatian yang sama kepada mereka”.

Tantangan terbesar yang dihadapi oleh public relation (Humas) PIM dalam memastikan pesan-pesan program TJSL tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat Desa binaan dijelaskan oleh Rezki Zufina (34 tahun) Staf TJSL PT PIM dimana Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik itu dalam hal personel, anggaran atau infrastruktur komunikasi. Tingkat pendidikan dan literasi yang bervariasi di masyarakat Desa binaan dapat menjadi hambatan dalam menyampaikan pesan dengan efektif. Dinamika dalam komunitas Desa binaan, seperti perubahan kepemimpinan, konflik internal atau perubahan demografis juga dapat mempengaruhi cara pesan-pesan program TJSL diterima dan dipahami oleh masyarakat desa binaan.

Menurut Milna (30 tahun), Staf TJSL PT PIM menjelaskan bahwa yang menjadi kendala di lapangan selama ini adalah PIM telah memberikan yang terbaik, baik dari segi pelayanan maupun program-program TJSL namun tetap dimata masyarakat PIM tidak pernah membantu apa-apa, berikut kutipan wawancaranya :

“Kami juga dari PIM saat ini masi merasa belum sepenuhnya memuaskan seluruh lapisan masyarakat dikarenakan seluruh anggaran dari TJSL itu harus diberikan sesuai dengan rencana kerja, tidak dibenarkan diberikan kepada orang itu-itu saja. Bantuan diberikan harus merata dan sesuai arahan dari PT Pupuk



Indonesia (Persero) sebagai induk perusahaan, jadi harus bersifat kelompok agar penerima manfaat semakin banyak”

Lebih dalam lagi, Jufri (48 tahun), AVP TJSL PIM menjelaskan bahwa Tantangan terbesar adalah disaat aktor lingkungan yang belum bisa diajak bekerjasama karena berbagai kepentingan pribadi yang bersangkutan sehingga banyak hal positif yang telah dilakukan melalui program TJSL namun diinfokan terbalik/berlawanan dengan sebenarnya kepada media massa online, sehingga semua kegiatan TJSL yang telah dilakukan perusahaan terhadap masyarakat tidak terpublish dengan sempurna karena ada bantahan-bantahan dari aktor-aktor lingkungan (untuk kepentingan pribadi) yang dengan sengaja mencari-cari kelemahan Perusahaan untuk di publish ke media massa.

Hal senada juga disampaikan oleh Zulhadi (53 tahun), VP TJSL & Humas periode 2022-2024 ketika ditanyakan apasaja kendala dan hambatan jajaran Departemen TJSL & Humas PIM dalam membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa binaan, melalui hasil wawancaranya Zulhadi menyampaikan sebagai berikut :

“Menurut saya, persoalan yang sering ditemukan dilapangan adanya beberapa aktor lingkungan yang belum bisa diajak kerjasama dikarenakan adanya kepentingan pribadi yang bersangkutan sehingga banyak hal positif yang dilaksanakan melalui program TJSL tidak tersampaikan informasi dengan baik dan terupdate di dalam masyarakat yang disebabkan oleh aktor lingkungan sehingga terjadi dualisme informasi, disamping itu juga masih banyaknya masyarakat yang masih mengharapkan bantuan langsung atau charity, sehingga program perusahaan terkendala dan tidak tepat sasaran dalam pembinaan masyarakat yang mana berdampak pada citra positif perusahaan”.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Humas PIM menurut Nasruddin (40 tahun), Staf Humas PIM adalah dengan berkoordinasi dan komunikasi dengan tokoh masyarakat, Muspika dan masyarakat Desa binaan. Jufri (48 tahun), AVP TJSL PIM menambahkan yaitu dengan cara mendampingi TJSL dalam koordinasi dengan Stakeholder terkait dan pendekatan-pendekatan dengan aktor lingkungan yang berpotensi mengganggu jalannya pelaksanaan program di lingkungan Perusahaan. Hermansyah (58 tahun), Danramil Dewantara menyarankan agar program TJSL lebih ditingkatkan lagi untuk kesejahteraan masyarakat tidak hanya untuk desa binaan saja.

Public relations (Humas) PIM masih dirasakan kurang berperan dalam membangun citra positif PT Pupuk Iskandar Muda oleh masyarakat dan tokoh masyarakat di sekitar desa binaan, untuk itu ada beberapa saran yang disampaikan antara lain oleh Mirza (46 tahun), warga Desa Tambon Tunong yaitu menugaskan karyawan yang mempunyai SDM berkompeten di bidangnya dan dapat menyesuaikan kearifan lokal desa setempat serta mampu berkomunikasi dengan baik dalam permasalahan yang timbul dan dapat menyelesaikannya.

Pendapat lain disampaikan oleh Maikurniawati (34 tahun) warga Tambon Baroeh yaitu utamakan silaturahmi dan membunngan hubungan komunikasi dengan baik dan tranparan. Menurut Ruhani (52 tahun), warga Desa Blang Mee yang berprofesi sebagai Guru SD sekaligus ketua UMKM Beujroh dalam kutipan wawancaranya menyatakan sebagai berikut :

“Semoga kedepan lebih dapat meningkatkan perannya dalam melakukan pembinaan untuk kesejahteraan masyarakat. Memberdayakan para remaja melalui pelatihan dan kegiatan lain yang dapat menambah wawasan dan

meningkatkan perekonomian agar dapat mensejahterakan hidup dalam menyongsong abad ke- 21”.

Selanjutnya Feriza (34 tahun), Geuchik Desa Blang Mee Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen yang juga merupakan salah satu Desa binaan PT PIM, memberi saran untuk perbaikan peran Humas PIM ke depan seperti dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Terkait dengan program yang dilakukan TJSL akan mendapat penilaian positif dari masyarakat, termasuk Humas juga harus memfasilitasi perekrutan tenaga kerja perusahaan. Karena kepedulian TJSL dalam hal pemberdayaan ekonomi, hal perekrutan tenaga kerja juga sangat berpengaruh terhadap penilaian masyarakat”

Warga Desa Paloh Gadeng Muzakkir (47 tahun), berharap semoga ke depan peran Humas PT PIM agar dapat lebih intens dengan cara turun ke desa-desa untuk memberikan bantuan baik berupa komersial maupun keilmuan kepada masyarakat supaya warga agar dapat lebih berkembang. Begitu juga Hennizar (40 tahun), warga Desa Blang Mee berharap kepada Humas PT PIM untuk kedepan agar terbangun citra positif perusahaan di masyarakat terutama di wilayah desa binaan antara lain merumuskan kegiatan yang kongkrit sampai tuntas, menetapkan anggaran kegiatan yang tepat sasaran, melaksanakan apa yang telah disepakati dan melakukan pengawasan terhadap program yang telah dilaksanakan.

Imum Mukim Krueng Geukueh Kecamatan Dewantara Tgk. Abdullah atau akrab dipanggil Waled Lah (51 tahun), menyampaikan saran untuk perbaikan peran public relations PT PIM dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa binaan melalui Program TJSL adalah dengan cara

mempertahankan sikap yang selama ini telah dibina dengan baik, menjawab isu-isu negatif yang berkembang dengan pendekatan kekeluargaan, dan sering melibatkan warga Lingkungan dalam acara yang bersifat Umum. Menurut pandangan Tgk. Razali (56 tahun), Ketua Forum Geuchik Dewantara dalam kutipan wawancaranya mengatakan sebagai berikut :

“Kami memandang perlu PIM melakukan peningkatan bantuan ke desa desa binaan dalam Kecamatan Dewantara dan disesuaikan agar tidak terjadi kesenjangan antara desa lingkungan dan desa binaan, begitu juga dalam hal perekrutan tenaga kerja, kiranya PIM selalu mempertimbangkan kearifan lokal, semoga PIM terus maju terus jaya, mudah mudahan kedepan ada lagi pabrik pabrik baru di bawah kendali PIM”.

Dalam wawancara dengan Iptu Faisal, SH (53 tahun), Plh. Kapolsek Kecamatan Dewantara menyarankan bahwa untuk perbaikan peran Humas PIM kedepan dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa binaan melalui program TJSL sesuai kutipan wawancaranya berikut :

“Humas PIM agar terus meningkatkan komunikasi, silaturahmi dan koordinasi yang lebih baik lagi agar Muspika plus para Keuchik serta masyarakat lingkungan aman dan kondusif”

Wawancara juga dilaksanakan dengan Camat Kecamatan Dewantara Nawafil Mahyuda (39 tahun), dalam kutipan wawancaranya mengatakan sebagai berikut :

“Koordinasi lintas sektoral perlu ditingkatkan dan pentingnya inventarisasi guna menentukan skala prioritas TJSL, selanjutnya dipandang perlu melihat lebih detail kebutuhan utama masyarakat sekitar dan menciptakan peluang lahirnya pola *second stakeholder* (membuka peluang lapangan kerja dengan adanya perusahaan), kemudian

membentuk media forum bisnis lingkungan agar bantuan lebih tepat sasaran dan mampu memberikan edukasi kepada masyarakat mulai perencanaan, pelaksanaan dan pemasaran hasil usaha masyarakat dan yang terakhir, bisa melibatkan BUMDES dalam kegiatan perusahaan agar kehadiran perusahaan mampu juga memberikan dampak positif terhadap pendapatan asli Gampong”

Menurut Rezki Zufina (34 tahun), Staf TJSL menjelaskan bahwa untuk perbaikan peran Public Relations (Humas) PIM dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat desa binaan melalui Program TJSL adalah dengan memastikan komunikasi yang terbuka dan transparan dengan masyarakat desa binaan tentang tujuan, progres dan hasil dari Program TJSL. Kemudian memastikan bahwa pesan dan konten yang disampaikan oleh Public Relations relevan dan sesuai dengan kebutuhan, kebudayaan, dan keinginan masyarakat desa binaan. Selanjutnya memastikan bahwa Program TJSL tidak hanya memenuhi kepentingan perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat desa binaan. Fokus pada kepentingan dan kesejahteraan masyarakat dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan. Jufri, (48 tahun), AVP TJSL PIM menambahkan bahwa Personel Humas PIM harus dapat berperan lebih aktif dalam pelaksanaan kegiatan terkait menjaga keharmonisan manajemen dengan masyarakat dan Stakeholder, dalam bekerja harus mengedepankan kepentingan perusahaan bukan kepentingan jabatan dan pribadi, sehingga tercipta iklim positif sebagai perantara perusahaan dengan Stakeholder atau pemangku kepentingan.

Milna (30 tahun), Staf TJSL PIM menambahkan bahwa untuk perbaikan peran public relations PIM yaitu dengan melakukan hal hal sebagai berikut :

- 1) Tetap melakukan hubungan yang baik bersama stakeholder dengan melakukan koordinasi dan komunikasi secara intens.
- 2) Terlibat aktif bersama masyarakat Desa binaan dengan mendengarkan kebutuhan dan aspirasi mereka melalui pertemuan terbuka dan transparan, perusahaan dapat memastikan bahwa program-program TJSL sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- 3) PIM menghimbau kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program TJSL. Dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat memastikan bahwa program-program tersebut benar-benar memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat.
- 4) Dengan menerapkan saran-saran tersebut, Insya Allah Humas PIM akan mendapat perlakuan baik dari masyarakat karena kita telah menghargai mereka dan mereka juga merasa bahwa keberadaan PIM disekitar kita yang akan membangun perekonomian dan kemandirian masyarakat desa binaan.

Public Relations PT Pupuk Iskandar Muda juga bertanggung jawab untuk menjalin hubungan baik dengan media. Mereka menulis dan mendistribusikan siaran pers, mengatur wawancara, dan menyelenggarakan acara media untuk mendapatkan liputan positif. Liputan media yang baik membantu membangun reputasi positif perusahaan. Maimun Ketua PWA dan Ka. Biro Harian Waspada wilayah Lhokseumawe dan Aceh Utara menyampaikan saran untuk perbaikan

peran Humas PIM ke depan, sebagaimana dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Orang-orang yang ditempatkan oleh PT PIM di bagian Humas haruslah orang-orang yang mampu memahami kebutuhan masyarakat dan awak media. Kebutuhan masyarakat untuk menyampaikan masukan kepada pimpinan dan kebutuhan awak media dalam mendapatkan informasi dan konfirmasi sehingga setiap berita yang diterbitkan oleh awak media tidak mengundang kesalahan dalam pemberitaan. Artinya awak media mampu menyajikan berita yang berimbang sehingga tidak ada yang merasa dirugikan oleh kehadiran awak media’.

#### **4.2.2.2. Citra Organisasi/ Perusahaan**

Citra suatu perusahaan merupakan persepsi dan pandangan masyarakat tentang suatu perusahaan, termasuk reputasi, nilai-nilai dan identitasnya. Citra positif biasanya dihasilkan dari konsistensi dalam menjalankan praktik bisnis yang etis, pelayanan yang baik, serta kontribusi yang berarti kepada masyarakat. Citra organisasi/perusahaan dipengaruhi oleh pengalaman langsung yang dialami oleh konsumen atau pengguna produk atau layanan perusahaan tersebut. Pengalaman positif dapat meningkatkan citra perusahaan, sementara pengalaman negatif dapat merusaknya. Cara perusahaan berkomunikasi dan mempromosikan dirinya juga berdampak pada citra perusahaan. Pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye iklan, media sosial, atau komunikasi lainnya dapat membentuk persepsi publik tentang perusahaan. Dengan demikian Citra perusahaan merupakan gambaran yang kompleks dan dinamis yang dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk reputasi, identitas merek, kualitas produk atau layanan, tanggung jawab sosial dan lingkungan, hubungan dengan pemangku kepentingan, pengalaman konsumen dan

komunikasi perusahaan. Mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan yang positif merupakan tujuan utama dari strategi manajemen reputasi dan komunikasi perusahaan.

Reputasi dan citra positif PT Pupuk Iskandar Muda agar dapat terbangun dengan baik di mata masyarakat terutama di desa binaan antara lain dengan melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap implementasi program TJSL yang telah dijalankan, merumuskan kegiatan yang telah diprogramkan dengan konkrit, melaksanakan program yang telah disepakati antara PIM dengan masyarakat dan menetapkan tepat sasaran untuk anggaran kegiatan, menanggapi isu-isu negatif yang berkembang dengan pendekatan kekeluargaan, melibatkan warga lingkungan dalam acara yang bersifat sosial dan umum serta meningkatkan koordinasi dengan tokoh masyarakat, pemuda dan tokoh agama.

PT Pupuk Iskandar Muda telah membangun reputasi dan citra positif di mata masyarakat lingkungan perusahaan karena telah membantu dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di desa binaan seperti memberikan bantuan beasiswa, Rumah Sehat Sejahtera (RSS), bantuan modal usaha kepada UMKM, membangun rumah ibadah, membuat pelatihan kepada masyarakat, membangun objek wisata Payanie dan merekrut tenaga kerja lokal dari desa binaan. PIM juga sangat peduli dan tanggap terhadap bencana alam, setiap ada bencana PIM selalu segera turun ke lapangan untuk memberikan bantuan taktis bencana.

PT Pupuk Iskandar Muda juga telah menyalurkan berbagai bantuan sosial melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) kepada masyarakat, hal ini telah dirasakan dapat memberikan dampak positif bagi



masyarakat atau warga Desa binaan, demikian yang disampaikan oleh Shuhera (22 tahun) seorang Mahasiswi warga Desa Tambon Baroeh, berikut kutipan wawancaranya :

“Alhamdulillah masyarakat sudah dapat merasakan dampak positifnya atas bantuan yang telah diberikan oleh PIM melalui program TJSL”

Tanggapan yang serupa disampaikan oleh Maikurniawati (34 tahun), ibu rumah tangga warga Desa Tambon Baroeh yang juga menjabat sebagai Ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) binaan PT PIM, dalam wawancara dengannya menyampaikan sebagai berikut :

“Dengan adanya bantuan dari PIM melalui program Kelompok Wanita Tani (KWT), PIM membina kami para ibu ibu di desa untuk dapat berkarya dalam bidang pertanian, kami diajari untuk menanam sayur-sayuran yang dibimbing oleh petugas pertanian dari kecamatan. Produk sayur mayur tersebut disamping dimakan sendiri untuk kebutuhan rumah tangga, kami jual juga ke pasar Krueng Geukueh yang dapat menambah pendapatan kami, sehingga dampak positifnya bagi kami masyarakat desa sangat terasa karena dapat meningkatkan ekonomi kami”

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh public relations PIM dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat Desa binaan untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM antara lain disampaikan oleh Tgk. Abdullah atau Waled Lah (51 tahun), yaitu meninjau langsung ke lapangan dan menanyakan kebutuhannya. Selanjutnya Dr. Ismadi (53 tahun), menyampaikan dengan cara memberikan penyuluhan, adanya media informasi (medsos, web, leaflet), membangun kemitraan dengan tokoh masyarakat, pemuda, LSM dan pemerintah, kemudian mengadakan pertemuan secara rutin/insidental dengan pihak-pihak terkait.

Media massa sangat berperan dalam menyampaikan opini publik dalam membangun citra positif perusahaan PT PIM terhadap program TJSL yang telah disalurkan oleh PT Pupuk Iskandar Muda kepada masyarakat. Tentunya peran media sangat penting dalam setiap program bantuan TJSL yang dijalankan oleh perusahaan untuk disebarluaskan kepada publik terkait informasi yang berkaitan kepedulian perusahaan terhadap desa lingkungan.

Peran media dalam menyampaikan opini publik disampaikan oleh Armia Jamil (49 tahun), seorang kontributor iNews TV wilayah Kota Lhokseumawe dan Aceh Utara, demikian hasil wawancaranya :

“Program bantuan TJSL yang diberikan oleh PT PIM selama ini sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan PT PIM, karena meskipun bantuannya tidak banyak dan merata namun program tersebut sangat menyentuh dan dirasakan langsung manfaatnya oleh warga, contohnya seperti bantuan rumah sehat sederhana”.

Menurut Maimun (Ka Biro Harian Waspada), media massa merupakan salah satu sarana penyampaian informasi (penyambung lidah) baik dari PT PIM kepada masyarakat maupun dari masyarakat untuk PT PIM. Peran media dalam program TJSL telah berhasil membuat masyarakat khususnya masyarakat di Desa binaan dapat memahami dan mengerti bagaimana program bantuan TJSL dari PIM, sehingga setiap program yang diturunkan oleh PT PIM di gampong binaan tidak menimbulkan gejolak atau protes masyarakat. Artinya, lambat laun media telah berhasil membentuk pola pikir masyarakat ke arah positif dan menerima setiap program yang diturunkan oleh PT PIM sesuai dengan data yang dikunjungi oleh public relations (Humas) PT PIM.

Secara umum tidak adanya kendala atau hambatan dari public relations PIM dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat di Desa binaan melalui bantuan TJSL, namun demikian jikapun ada menurut pendapat Tgk. Razali (56 tahun), Ketua Forum Geuchiek di Kecamatan Dewantara menjelaskan bahwa biasanya kendala akan muncul pada saat adanya perekrutan tenaga kerja lokal untuk karyawan PIM, karena kebutuhan karyawan PIM sedikit sedangkan peminat dari masyarakat desa binaan membludak, sehingga pihak humas kewalahan dalam menghadapinya. Murdani (51 tahun) Geuchik Desa Tambon Tunong menyampaikan bahwa kendalanya adalah kurangnya komunikasi antara karyawan PIM dengan masyarakat tentang sosial lingkungan. Lebih lanjut Nawafil Mahyuda (39 tahun), Camat Dewantara dalam wawancaranya menyampaikan sebagai berikut :

“Menurut kami, adanya kendala atau hambatan kemungkinan salah satu adalah kemampuan anggaran dari PIM dan jumlah penduduk di Kecamatan Dewantara yang sangat banyak terutama pengangguran”

Menurut Tgk. Abdullah atau Waled Lah (51 tahun), Imum Mukim Kr Geukueh, menyampaikan bahwa kontra yang timbul tetap ada karena tidak terpenuhi secara pribadi, namun PIM telah mendekatinya dan memberikan pemahaman yang bijak. Dengan demikian apa yang sudah ditempuh, Alhamdulillah mayoritas mereka yang kontra akan menerimanya.

Kemudian pandangan dari Dr. Ismadi (53 tahun), Akademisi dan Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe mengatakan bahwa kendala atau hambatan akan timbul dengan beberapa pertimbangan antara lain :

- 1) Ekspektasi masyarakat yang terlalu tinggi terhadap PIM, sementara kemampuan dan ruang lingkup TJSL PIM tidak sebesar harapan masyarakat.
- 2) Keterbatasan sumber daya dari personel public relations (Humas) PIM.
- 3) Tingkat pendidikan masyarakat desa binaan yang relatif masih rendah, hal ini menyulitkan bagi mereka dalam memahami adanya batasan program TJSL yang dilaksanakan PIM.
- 4) Adanya pihak-pihak yang ingin mendapatkan keuntungan secara pribadi, ketika pihak tersebut tidak mendapatkan apa yang diinginkan, maka oknum-oknum ini berpotensi memprovokasi masyarakat awam.
- 5) Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PIM, masih ada sebagian masyarakat yang menganggap bahwa PIM kurang transparan.

Pandangan dari media massa terkait kendala dan hambatan yang mungkin muncul dari public relations PIM dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat di Desa binaan melalui bantuan program TJSL, menurut Armia Jamil (49 tahun), dari iNews TV dalam wawancaranya mengatakan :

“ya kendalanya kadang ada media yang tidak sejalan dengan PIM sehingga wartawannya tetap memberitakan isu-isu yang negatif saja terhadap PIM, solusinya perlu komunikasi yang baik dengan media itu, bahkan kalau perlu PIM tetap merangkul wartawan yang tidak sejalan itu, menurut saya bila ada satu media aja yang memberitakan tentang isu negatif terhadap PIM itu sangat berpengaruh karena di jaman digital saat ini, berita akan cepat menyebar melalui Medsos dan media online”

#### **4.2.2.3. Kepercayaan Masyarakat**

Kepercayaan masyarakat adalah keyakinan yang dimiliki dan diyakini oleh masyarakat bahwa perusahaan telah bertindak dengan integritas, transparansi, dan kepedulian terhadap kesejahteraan umum dan lingkungannya. Kepercayaan ini tidak tercipta dengan sendirinya, melainkan dibangun melalui pengalaman langsung, pengamatan serta komunikasi dan koordinasi yang dilakukan oleh perusahaan. Kepercayaan masyarakat dalam membangun citra positif perusahaan dan adanya bantuan melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan dua elemen yang saling berhubungan dan sangat penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat desa binaan.

Public Relations PT Pupuk Iskandar Muda mempunyai peran dalam mengkomunikasikan dan melaksanakan program TJSL yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga memperkuat reputasi dan citra positif perusahaan. Melalui komitmen yang nyata, transparansi dan keterlibatan aktif maka PT Pupuk Iskandar Muda dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan masyarakat, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakatnya.

Berbagai bantuan telah disalurkan oleh PT Pupuk Iskandar Muda melalui program TJSL dan telah memberikan manfaat langsung baik kepada masyarakat, kelompok maupun kepada komunitas di desa binaannya. Hal ini terungkap dari tanggapan berbagai lapisan masyarakat yang dilakukan wawancara oleh peneliti. Shuhera (22 tahun), warga Desa Tambon Baroeh mengatakan bahwa bantuan yang

telah diberikan yaitu berupa rumah dhuafa, bantuan UMKM bagi masyarakat miskin di tempat usaha masing-masing, adanya pelatihan menjahit dan membuat kue bagi ibu-ibu di desa lingkungan. Pendapat yang sama disampaikan oleh Maikurniawati (34 tahun), juga warga Desa Tambon Baroeh dimana PT PIM telah memberikan bantuan keuangan kepada masyarakat melalui UMKM dan memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat lingkungan.

Warga Desa Tambon Tunong, Mirza (46 tahun), mengatakan bahwa PT PIM telah memberikan pelayanan pemeriksaan gratis secara cuma-cuma kepada masyarakat Tambon Tunong yang dirasakan sangat bermanfaat bagi masyarakat. Pendapat lain dari Ruhani (52 tahun), dari Desa Blang Mee dimana PIM juga telah memberikan bantuan perumahan RSS, hewan qurban setiap tahunnya, santunan anak yatim, parawisata Payanie, bantuan UMKM serta bantuan pendidikan bagi anak dan remaja yang masih membutuhkan. Selanjutnya menurut Muzakkir (47 tahun), penduduk Desa Paloh Gadeng menjelaskan bahwa bantuan PIM seperti bantuan untuk penggemukan sapi, bidang pertanian dan perkebunan sehingga diharapkan masyarakat yang menerimanya dapat lebih mandiri dalam hal berusaha dan mengelolanya. Pendapat yang sama disampaikan oleh Zulfikar (36 tahun), warga Keudee Krueng Geukueh, dimana menurutnya PIM telah memberikan bantuan seperti berbagai macam pelatihan yang tersertifikasi kepada pemuda desa sehingga nantinya lulusannya dapat lebih mandiri, bantuan modal usaha, bantuan tempat ibadah serta santunan anak yatim yang rutin dilaksanakan.

Informasi dari kalangan geuchiek gampong (kepala desa) di Desa binaan yang dirangkum oleh peneliti dari hasil wawancara dengan Syurkani (50 tahun),

Geuchik Paloh Gadeng mengatakan bahwa bantuan dari PIM berupa bantuan modal usaha dan bantuan pada saat hari-hari besar islam. Kemudian menurut Muhammad Nur (46 tahun), Kepala Dusun Glee Madat mengatakan bahwa bantuan yang diberikan berupa rumah sehat sejahtera. Kemudian Kamaruzzaman (50 tahun), Geuchik Keudee Krueng Geukueh menyampaikan bantuannya berupa pembangunan rumah layak huni, rehabilitasi sarana ibadah dan pendidikan, pelatihan pemuda bersertifikasi dan pembinaan centra industri kecil/UMKM. Selanjutnya hasil wawancara dengan Muzakkir (50 tahun), Geuchiek Tambon Baroeh mengatakan bahwa PIM sering memberikan bantuan kepada warganya berupa santunan anak yatim, bantuan beras dhuafa, rumah sehat sejahtera (RSS) dan beasiswa. Iskandar Hamzah (54 tahun) Geuchik Blang Naleung Mameh menyampaikan bahwa bantuan petani tambak dan nelayan serta bantuan sosial lainnya kerap diberikan oleh PIM kepada masyarakatnya. Terakhir hasil wawancara dengan Ferizal (34 tahun), Geuchik Blang Mee menyampaikan selain bantuan sosial yang sering diberikan oleh PIM, saat ini di wilayahnya juga sedang dibangun kawasan ekoduwisata bidang Community Development di Paya Nie untuk mendukung program Proper Emas bagi PT Pupuk Iskandar Muda.

Peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan Muspika Kecamatan Dewantara terkait bantuan TJSL yang telah disalurkan oleh PIM kepada masyarakat dalam wilayah kerjanya. Menurut pendapat Nawafil Mahyuda, Camat Dewantara bahwa bantuan TJSL PIM telah diberikan kepada masyarakat dalam wilayah Kecamatan Dewantara dalam bidang Agrosolotion, peternakan, barista training, barber shop training, pelatihan service AC, pelatihan welder, pembinaan

KWT, pelatihan handmade, pelatihan peribadatan dll. Sedangkan menurut Iptu Faisal, SH, yang menjabat sebagai Plh. Kapolsek Dewantara mengatakan bantuan dari TJSL PIM berupa rumah dhuafa, bantuan untuk meunasah dan masjid, bantuan sembako, sunat massal dan pengobatan gratis rutin diberikan oleh PT PIM. Sementara itu Kapten Hermansyah, Danramil Dewantara mengatakan PIM juga pernah memberikan bantuan budidaya jamur kepada masyarakat dalam wilayah tugasnya.

Dalam menjaga dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat Desa binaan PT Pupuk Iskandar Muda menurut Ruhani (52 tahun), warga Desa Blang Mee menjelaskan bahwa PIM perlu sesering mungkin melakukan pertemuan dengan masyarakat, berkomunikasi dan berkoordinasi dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, Muspika dan pihak terkait lainnya, serta melibatkan masyarakat dalam melakukan berbagai kegiatan. Muzakkir (47 tahun), warga Paloh Gadeng dalam kutipan wawancaranya menjelaskan :

“Melalui program TJSL dan turunnya personel humas PIM ke lingkungan Desa binaan untuk bersilaturahmi dan memberikan solusi terhadap masalah-masalah yang ada di desa”

Selain itu Zulfikar (36 tahun), warga Desa Keudee Krueng Geukueh yang juga menjabat sebagai Ketua Karang Taruna menjelaskan seperti dalam kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Dengan Adanya Humas maka keharmonisan antara masyarakat dan PT PIM sudah lebih terarah dalam menyikapi setiap permasalahan yang ada di lingkungan. Humas yang sigap dan penuh perhatian itu salah satu cara yang dilakukan PIM untuk terus menjaga stabilitas antara desa lingkungan dan PIM”.



PT Pupuk Iskandar Muda juga mempunyai perhatian dan kepedulian penuh dalam membantu masyarakat untuk mengatasi masalah pendidikan, kesehatan, sarana dan prasarana umum, rumah ibadah serta bencana alam. Untuk bantuan taktis bencana alam Pupuk Iskandar Muda bukan hanya membantu dalam kawasan desa binaan saja, melainkan meluas hingga seluruh wilayah pemasaran pupuk bersubsidi yaitu seluruh Provinsi Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau dan Jambi. PIM juga pernah ditunjuk oleh pemerintah melalui Kementerian BUMN menjadi Koordinator Penanggulangan Bencana Alam saat musibah banjir bandang di Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie Aceh.

Peneliti melakukan wawancara kepada salah seorang warga Desa Tambon Tunong desa yang berbatasan langsung dengan perusahaan yaitu Mirza (46 tahun), kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Untuk bencana alam sudah pernah kami alami sendiri dan kami juga telah menerima bantuan logistik berupa sembako pasca banjir dan bantuan alat berat untuk membantu penyelesaian yang timbul di waktu banjir”

Imum Mukim Krueng Geukueh, Tgk. Abdullah atau sering disapa Waled Lah juga menanggapi persoalan tersebut dan dalam wawancara dengannya menyampaikan seperti dalam kutipan berikut :

“Menurut saya, PT PIM sangat peduli dan sangat tanggap terhadap bencana alam. PIM juga pernah menjadi koordinator dalam penyaluran bantuan korban Banjir di Tangse tempo hari, dan cepat tanggap di wilayah bencana alam lainnya seperti banjir di Aceh Utara dan Aceh Tenggara baru baru ini, hingga ke Timor Leste saya dengar PIM juga pernah membawa bantuannya”

Selain itu, Kapten Hermansyah, Komandan Koramil di Kecamatan Dewantara juga setuju bahwa PIM sangat tanggap dengan bencana alam, menurutnya PIM sangat peduli terhadap lingkungan dalam membantu terhadap masyarakat yang berdampak banjir, maupun sarana ibadah, dan membantu terhadap masyarakat yang tertimpa musibah atau kematian. Untuk sarana kesehatan PIM

juga sangat peduli pada desa binaan, hal ini dibuktikan dengan adanya program Jum'at Sehat Bersama (Jusber) yang rutin dilaksanakan setiap 2 kali dalam sebulan pada hari Jum'at.

Upaya-upaya yang telah dilaksanakan oleh public relations PT PIM dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di Desa binaan melalui bantuan TJSL adalah dengan cara melakukan silaturahmi dengan masyarakat dan berbagai pihak terkait, melakukan komunikasi yang baik dan saling berkoordinasi dalam melaksanakan program serta selalu mengikutsertakan dinas terkait. Ketua Forum Geuchiek Tgk. Razali mengatakan bahwa upaya public relations PIM dalam hal ini dengan cara memaksimalkan segala bentuk bantuan ke desa-desa lingkungan dan hampir merata, sedangkan menurut Iskandar Hamzah, Geuchiek Blang Naleung Mameh menyampaikan bahwa masyarakat senang atas bantuan yang diberikan oleh PT PIM apalagi kepada orang yang layak menerimanya. Kutipan wawancara dengan Geuchik Keudee Krueng Geukueh Kamaruzzaman, terkait upaya yang dilakukan oleh Humas PIM dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di Desa Keudee Krueng Geukueh adalah sebagai berikut :

“Adanya komunikasi yang baik diantara Bagian Humas PIM dengan kami selaku pimpinan pemerintahan di desa terutama dalam setiap bantuan yang akan disalurkan kepada masyarakat”.

Faktor-faktor yang penting dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat Desa binaan melalui program TJSL dijelaskan oleh Dr. Ismadi, SP., MP., tokoh masyarakat yang tinggal disekitar desa binaan dan merupakan akademisi Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh Lhokseumawe. Dr. Ismadi menjelaskan faktor-faktor tersebut antara lain adalah komunikasi yang baik dan setara, transparan dalam pelaksanaan program TJSL, mendengarkan

kebutuhan dari masyarakat karena program-program TJSL tersebut perlu juga mendapatkan masukan dari masyarakat secara bottom-up. Selanjutnya terkait dampak dari program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap warga desa binaan dan masyarakat di Kecamatan Dewantara sebagaimana kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Menurut saya, dampaknya sudah baik, tetapi perlu ada perbaikan dan penyempurnaan, karena ada kesan di masyarakat bahwa program-program TJSL PT belum sepenuhnya menyentuh hajat hidup masyarakat khususnya masyarakat miskin”.

Menurut Milna (30 tahun), staf TJSL PIM menjelaskan bahwa baik buruknya sebuah perusahaan dinilai dari program TJSL/CSR yang dijalankan, program TJSL PIM memberikan manfaat nyata bagi masyarakat desa binaan, seperti memberikan pelatihan, keterampilan atau program pendidikan serta program-program pengembangan masyarakat pasti akan menciptakan hal yang positif bagi masyarakat dan reputasi yang baik bagi perusahaan. Sebisa mungkin Program TJSL yang dijalankan harus bersifat transparan, partisipatif dan terukur sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Namun demikian, perlu diingat bahwa pandangan masyarakat terhadap program TJSL PIM akan sangat bervariasi tergantung pada berbagai faktor seperti kualitas pelaksanaan program, dampak yang dirasakan dan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi Humas PIM untuk terus memonitor dan mengevaluasi persepsi dan sikap masyarakat desa binaan terhadap program TJSL melalui pertemuan-pertemuan ringan serta berkomunikasi secara

terbuka dan transparan dengan mereka untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program-program tersebut.

Dari sisi media massa, Armia Jamil (49 tahun), kontributor iNews TV menilai liputan terhadap program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang dilaksanakan public relation (Humas) PIM di Desa binaan sudah sangat baik, namun jangan hanya dinikmati oleh warga desa binaan akan tetapi juga dapat dirasakan oleh masyarakat luas lainnya, kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“Menurut pandangan saya, selama ini saya melihat berbagai program yang dilakukan oleh PT PIM terhadap Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sudah sangat baik, seperti program rumah sehat sederhana, Beasiswa untuk Anak Asuh Desa binaan dan memberdayakan pemuda lingkungan agar bisa mandiri dengan berbagai pelatihan entrepreneur. namun saya menyarankan bantuan TJSL dapat juga dinikmati oleh warga Aceh lain bukan dikhususkan untuk warga lingkungan”.

Maimun, Kepala Biro Harian Waspada Kota Lhokseumawe dan Aceh Utara dalam wawancaranya menjelaskan bahwa dalam kurun waktu yang sudah cukup lama, PT PIM telah melaksanakan kewajibannya sebagai salah satu proyek vital yang ada dan masih sangat aktif di tengah-tengah masyarakat Aceh, khususnya di Kabupaten Aceh Utara dan terutama di 6 gampong (desa) binaan. Berdasarkan amatan media Harian Waspada selama ini, PT PIM terus memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam memberikan layanan TJSL kepada warga gampong binaan, cuplikan wawancaranya sebagai berikut :

“Menurut pandangan kami awak media, semua bantuan mulai dari pemberian rumah dhuafa, modal usaha, beasiswa, bantuan kesehatan, dan berbagai pelatihan kecakapan hidup nyaris diterima oleh semua warga di 6 (enam) gampong binaan”.

Maimun menambahkan bahwa totalitas layanan TJSL yang diberikan oleh PT PIM untuk warga di desa binaan itu telah mengundang kecemburuan bagi warga di luar dari gampong binaan itu. Betapa tidak, setelah mendapatkan program TJSL, warga di gampong itu juga mendapat prioritas untuk diterima bekerja di PT PIM atau pada anak perusahaan yang tergabung dalam PT PIM. Intinya, perhatian PT PIM terhadap warga di 6 (enam) gampong binaan sangat totalitas.

Lebih lanjut Maimun menjelaskan terkait apasaja perubahan yang terjadi dalam persepsi masyarakat terhadap PT PIM setelah melihat liputan tentang program-program bantuan TJSL PIM di media. Menurut pandangan Maimun sebagai awak media yang senior di Kota Lhokseumawe dan Kabupaten Aceh Utara, bahwa masyarakat di 6 (enam) gampong (desa) binaan telah menyadari program TJSL merupakan program wajib yang harus dilaksanakan oleh PT PIM sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. Karena itu merupakan kewajiban, maka masyarakat pun memahami dalam melaksanakan kewajibannya, PT PIM harus melaksanakan program sesuai aturan dan ketentuan yang ada. Artinya, bantuan apapun dari program TJSL harus memenuhi kriteria. Kondisi inilah yang membuat masyarakat tidak melakukan protes. Atas jasa awak media berbagai program PT PIM di desa binaan berjalan dengan baik. Dan jika pun terjadi pencemaran lingkungan atau lepas amoniak, PT PIM dengan segera bertindak dengan cara mengamankan masyarakat dan memberikan layanan kesehatan bagi warga yang terkena dampak. Aksi cepat tanggap membuat masyarakat peduli dengan PT PIM.

Komunikasi dan koordinasi yang terjalin baik dengan semua pihak dan stakeholder serta bantuan bantuan sosial TJSL yang telah disalurkan oleh PIM kepada masyarakat desa binaan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan PT PIM yang pada akhirnya dapat membangun reputasi dan citra positif bagi perusahaan.

#### **4.2.2.4. Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan**

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah konsep dimana perusahaan berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan di masyarakat dimana perusahaan tersebut berada dan beroperasi. TJSL memainkan peran penting dalam membentuk citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Ketika perusahaan melaksanakan program TJSL yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan kepada warga desa binaannya, seperti pembangunan fasilitas umum, pemberian beasiswa, atau program kesehatan, perusahaan tersebut dikenal sebagai entitas yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut dapat membantu membangun reputasi dan citra positif bagi perusahaan. Dengan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan lingkungan, maka perusahaan telah menunjukkan komitmennya kepada komunitas dan masyarakatnya.

Program-program TJSL yang dapat memberikan manfaat langsung kepada masyarakat seperti perbaikan fasilitas umum, peningkatan fasilitas pendidikan, layanan kesehatan dan kegiatan lainnya diharapkan dapat membuat masyarakat merasakan dampak positif dari kehadiran perusahaan dan ketika perusahaan juga melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program TJSL maka

masyarakat telah merasa dihargai dan didengar oleh perusahaan. Jika masyarakat telah merasakan manfaatnya dan ikut berpartisipasi aktif dalam kegiatan TJSL maka hal ini dapat meningkatkan rasa memiliki dan dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat kepada perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda.

Selama ini PT Pupuk Iskandar Muda telah banyak menyalurkan berbagai macam bantuan melalui program TJSL kepada masyarakat Desa binaan, namun apakah program TJSL PT PIM tersebut telah membantu dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di desa binaan? Menurut pendapat Muhammad Nur, Kadus Glee Madat wilayah Desa Paloh Lada yang merupakan satu satunya dusun yang termasuk dalam desa binaan PIM menjelaskan bahwa PIM saat ini sudah membantu maksimal untuk lingkungan baik di sisi pembangunan, sosial maupun kesejahteraannya. Geuchiek (kepala desa) Tambon Tunong, Murdani (51 tahun), dalam wawancara dengannya menyampaikan bahwa banyak bantuan yang telah diberikan oleh PIM kepada masyarakat desanya melalui program TJSL seperti dalam cuplikan wawancara sebagai berikut:

“Menurut saya, banyak bantuan yang telah disalurkan oleh PIM kepada masyarakat desa saya seperti bantuan Beras PIM Peduli 5 kg, bantuan rumah layak huni (RSS), bantuan listrik untuk meunasah (surau), pembinaan Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam bidang pertanian, dll”.

Sementara itu menurut pendapat Nawafil Mahyuda, Camat Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara dalam cuplikan wawancaranya menjelaskan terkait program bantuan dari TJSL PIM sebagai berikut :

“menurut saya, untuk saat ini bisa dikatakan telah membantu dan mulai melakukan inovasi pola bantuan dalam tujuan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di desa binaan”.

Kemudian Geuchik Desa Blang Mee, Ferizal (34 tahun), berpandangan bahwa program TJSL yang dilaksanakan oleh PIM sudah mengarah ke peningkatan ekonomi masyarakat, seperti pembangunan wisata alami, pembinaan UMKM dan kelompok gabus. Namun demikian, masih perlu adanya koordinasi yang lebih intens khususnya terhadap pembangunan ekoduwisata Paya Nie di Desa Blang Mee, karena beberapa bulan terakhir ini, medio Januari hingga Mei 2024 tidak ada pergerakan pembangunan di kawasan itu, sementara di lokasi wisata Paya Nie tersebut masih harus dibangun beberapa sarana dan prasarana. Disamping itu dalam wawancara dengan Geuchiek Ferizal mengatakan sesuai cuplikan tersebut :

“Di bidang pertanian, saya atas nama masyarakat desa binaan khususnya petani sangat berterima kasih atas kepedulian PT PIM dengan memberikan “air overflow” di water intake PIM untuk keperluan masyarakat tani dalam mengairi sawah, dan karena itu saya berharap bantuan air overflow di water intake PIM tersebut menjadi bantuan rutin dan berkelanjutan kepada masyarakat Blang Mee”.

Sementara itu pandangan media terhadap program TJSL PT PIM dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa binaan adalah sangat membantu masyarakat, bahkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, bantuan dari PIM melalui Program TJSL PT PIM telah banyak membuat perubahan di tengah-tengah masyarakat, demikian dijelaskan oleh Armia Jamil dari iNews TV. Hal senada dijelaskan oleh Maimun, Ka Biro Harian Waspada, dimana program TJSL telah membuat masyarakat miskin memiliki rumah, mendapat beasiswa, layanan kesehatan gratis, program santuan fakir miskin dan yatim piatu, program kecakapan hidup dan bahkan warga di gampong binaan mendapat bantuan balai pengajian.



Untuk mengukur kesuksesan dan keberhasilan dari program-program TJSL yang telah dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda dalam membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, menurut Rezki Zufina, salah seorang Staf bagian TJSL Departemen TJSL & Humas PT PIM yaitu dengan melakukan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) setiap tahunnya, Index Kepuasan Masyarakat (IKM), pengukuran Social Return On Investment (SROI), serta adanya penghargaan atau pengakuan dari pihak-pihak terkait lainnya, seperti pemerintah, organisasi non-profit atau lembaga penelitian.

Selanjutnya Milna, Staf bagian TJSL Departemen TJSL & Humas PT PIM menambahkan dimana PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan perusahaan dalam rangka menjalankan usaha, antara lain berkat dukungan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Sejak tahun 2013, PIM telah melakukan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) rutin setiap tahun untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam cuplikan wawancaranya Milna menyebutkan :

“kita perlu melakukan Survey Kepuasan Lingkungan, dengan melakukan penilaian kepuasan lingkungan tersebut, khususnya terhadap masyarakat sekitar, maka kita dapat mengetahui seberapa besar keberhasilan program TJSL yang telah kita lakukan”.

Lebih lanjut Jufri, Asisten Vice President TJSL PT PIM menjelaskan bahwa dalam melaksanakan program TJSL tentunya punya tolak ukur tersendiri, intinya pemberdayaan yang dilakukan berorientasi terhadap pendapatan dan perubahan kondisi masyarakat kearah lebih baik sebelum dilakukan program, pengukuran index keberhasilan program TJSL dilakukan dengan menggunakan

Metode yang dikenal SROI (*Social Return of Investment*), metode ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana bantuan program yang telah dilakukan perusahaan berdampak positif bagi masyarakat, dengan melakukan perbandingan sebelum dan sesudah dilakukan pemberdayaan, serta berapa besar biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk program tersebut, kemudian juga dihitung berapa besar dampak terhadap perusahaan baik dari sisi profit maupun benefit.

Dari sisi media, aspek yang menjadi sorotan media terhadap program TJSL baik sorotan positif maupun negatif, Armia Jamil dari iNews TV menjelaskan bahwa program TJSL yang menjadi sorotan media adalah penanaman pohon mangrove (bakau) yang selalu dilakukan di pesisir pantai atau sungai, namun tidak ada tindak lanjut dari penanaman tersebut. Dari hasil pengamatan media banyak pohon mangrove yang ditanam tidak ada perawatan sehingga banyak yang mati karena tidak ada perawatan, dan anehnya lagi tahun berikutnya juga dilakukan penanaman pohon mangrove lagi sehingga terkesan mubazir dan sia-sia, banyak anggaran habis namun sedikit manfaatnya.

Pandangan lain dari media diutarakan oleh wartawan senior dari Harian Waspada, dalam cuplikan wawancaranya Maimun mengatakan :

“Hampir semua program TJSL PT PIM menarik perhatian awak media. Namun, beberapa aspek yang menjadi daya tarik bagi kami adalah pemberian rumah bantuan untuk kaum dhuafa dengan kualitas yang jauh lebih bagus dan ukuran rumah yang lebih luas dibandingkan dengan program bantuan rumah dhuafa yang dikelola oleh pemerintah baik provinsi maupun kabupaten/kota”.

Lebih lanjut Maimun menambahkan, adanya program satuan yatim dan fakir miskin yang rutin dilaksanakan oleh PT PIM setiap tahun terutama sunat

gratis. Saat ini biaya sunat gratis tergolong mahal bagi masyarakat ekonomi rendah. Dengan program ini masyarakat sangat terbantu. Intinya, semua program TJSL yang dilaksanakan oleh PT PIM menarik perhatian awak media. Dalam cuplikan wawancara lanjutan Maimun mengatakan :

“Harapan kami awak media, program ini dapat dilaksanakan secara adil dan berbasis data real, sehingga bantuan yang diberikan tepat sasaran dan tidak menzalimi masyarakat miskin”.

Dari perspektif media terkait dampak dari program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap masyarakat Desa binaan lebih lanjut disampaikan oleh Maimun dimana meskipun PT PIM telah memberikan layanannya dengan prima dan sesuai dengan ketentuan dan tanggung jawab yang diberikan oleh pemerintah, tentu sikap pro dan kontra tetap terjadi, karena PT PIM bukan mesin pemuas. Tetapi kehadiran program TJSL telah menolong masyarakat dalam menggapai hidup yang lebih baik melalui berbagai program kecakapan hidup. Kondisi ini bernilai positif terhadap PT PIM di mata masyarakat. Kedua belah pihak telah terikat hubungan saling ketergantungan; masyarakat membutuhkan PIM dan begitu sebaliknya.

Pendapat lain dari awak media massa disampaikan oleh Armiadi, Kepala Perwakilan Harian Rakyat Aceh wilayah Kota Lhokseumawe dan Aceh Utara. Dalam Cuplikan wawancara Armiadi mengatakan :

“Menurut saya, sebenarnya program untuk memberikan kemanfaatan bagi pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Program TJSL PIM perlu ditingkatkan pada setiap tahun sehingga berdampak positif bagi masyarakat lingkungan”.

Pelaksanaan TJSL juga merupakan bagian dari penerapan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) terutama pada prinsip tanggung jawab sosial. Sehingga selama ini dengan adanya program TJSL sangat membantu masyarakat lingkungan atau Desa binaan.

#### **4.2.3. Hasil Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti secara langsung mengamati fenomena atau aktivitas yang sedang berlangsung di dalam lingkungan penelitian. Observasi memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui interpretasi atau filter dari subjek lainnya.

Perencanaan Observasi meliputi identifikasi lokasi dan subjek observasi, dan menetapkan fokus observasinya. Identifikasi lokasi dimana program TJSL tersebut dilaksanakan yaitu di Desa binaan yang paling berdekatan dengan pabrik dan perumahan serta berhubungan langsung dengan PT Pupuk Iskandar Muda yakni 6 desa dan 1 dusun. Kemudian siapa saja yang akan diobservasi misalkan masyarakat Desa binaan, kepala desa (geuchiek gampong), tokoh masyarakat, Muspika Kecamatan Dewantara serta staf dan pejabat public relations (Humas) di perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda. Selanjutnya fokus observasi pada kegiatan TJSL yang spesifik, interaksi antara public relations (Humas) PIM dengan masyarakat serta aktivitasnya dalam kegiatan terkait.

Dalam pelaksanaan observasi tersebut, peneliti melakukan pengamatan terhadap beberapa kegiatan TJSL yang dilaksanakan oleh PT PIM, melakukan interaksi dan keterlibatan di dalamnya, serta mengambil dokumentasi kegiatan

tersebut. Peneliti mengamati secara langsung pelaksanaan program TJSL, seperti program Jum'at Sehat Bersama (Jusber), pelatihan kepada pemuda desa, pemberian bantuan dan kegiatan lainnya. Kemudian peneliti mengamati interaksi antara public relations (Humas) PIM dengan masyarakat, serta bagaimana masyarakat Desa binaan terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Selanjutnya peneliti mencatat semua pengamatan dalam bentuk catatan lapangan dan mengambil dokumentasi foto untuk analisis lebih lanjut.

Peneliti mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari hasil observasi, seperti bagaimana program TJSL dapat diterima oleh masyarakat, dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat, dan perubahan dalam persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Kemudian membandingkan hasil observasi dengan data lain yang dikumpulkan melalui hasil wawancara untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan komprehensif.

Observasi memungkinkan peneliti mendapatkan data langsung dan akurat mengenai pelaksanaan program TJSL dan respon masyarakat tanpa intervensi atau distorsi yang mungkin terjadi dalam metode pengumpulan data lain. Hasil observasi dapat digunakan untuk memvalidasi temuan dari metode lain seperti wawancara atau kuesioner, memastikan bahwa data yang diperoleh konsisten dan akurat. Observasi memberikan insight kontekstual yang lebih mendalam mengenai bagaimana program TJSL dapat mempengaruhi masyarakat dan bagaimana citra positif perusahaan dapat terbentuk melalui interaksi langsung dari program yang dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda.

#### **4.2.3.1. Observasi Kegiatan Jusber**

Salah satu observasi yang dilaksanakan oleh peneliti adalah kegiatan Jum'at Sehat Bersama (JUSBER) yang dilaksanakan pada hari Jumat 16 Mei 2024 dari jam 08.30 s/d 11.30 wib di Meunasah Desa Paloh Gadeng. Hadir dalam kegiatan tersebut jajaran Humas PIM, bersama tim dokter dan sejumlah perawat dari RS Prima Inti Media (RS PIM). Turut hadir juga dalam acara tersebut perwakilan dari Muspika Kecamatan Dewantara, Imum Mukim Tgk. Abdullah, Geuchik Paloh Gadeng Syurkani Razali beserta aparat desanya dan puluhan masyarakat yang ingin berobat gratis di tempat tersebut.

Sasaran dari program Jusber PIM ini adalah proses pemeriksaan kesehatan bagi masyarakat yang berusia diatas 50 tahun yang bertujuan untuk melakukan pemeriksaan kesehatan dan pengobatan secara gratis dengan sistem jemput bola langsung ke desa-desa binaan. Pemeriksaan dan pengobatannya meliputi tensi darah, kolesterol, gula darah dan penyakit lainnya yang langsung ditangani oleh tim Medis RS PIM, yang dilaksanakan di seluruh gampong yang ada dalam Kecamatan Dewantara dan desa binaan lainnya yang ada di luar Aceh Utara seperti Blang Naleung Mameh, Lhokseumawe.

Kegiatan Jusber ini telah sering dilaksanakan oleh PIM sejak 2 tahun yang lalu untuk desa binaannya di Kecamatan Dewantara. Hari ini merupakan program Jusber ke-22 dan Desa Paloh Gadeng mendapat giliran yang ke-2 kalinya. Bantuan PIM melalui TJSL untuk Desa Paloh Gadeng ini bukan hanya Program Jusber, tapi juga pembangunan Meunasah dan toilet, bantuan lain juga seperti rumah duaafa, UMKM penggemukan sapi, budidaya kepiting, bantuan balai pengajian dan Dayah

Nurul Huda Paloh Gadeng serta bantuan lainnya. Harapannya dengan adanya program Jusber ini, kesehatan masyarakat di Paloh Gadeng dapat meningkat. Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan program perusahaan yaitu melihat langsung kondisi masyarakat lingkungan yang ada di 18 desa dan 2 dusun binaan perusahaan. Selain itu, pihaknya juga melakukan sosialisasi dan mendengar langsung keluhan masyarakat terkait perusahaan.

Kegiatan Jusber akan rutin dilaksanakan oleh PIM pada hari Jumat setiap 2 kali dalam sebulan. Pemeriksaan kesehatan oleh tim Dokter dan Perawat dari RS Prima Inti Medika kepada masyarakat langsung di gampong setempat, jika ada pasien yang harus dirujuk, PIM akan memfasilitasinya hingga ke rumah sakit. Dalam kesempatan itu peneliti juga melihat panitia dari PIM memberi souvenir berupa makanan sehat kepada masyarakat seperti telur, jagung rebus, dan lainnya. Dengan adanya pengecekan langsung kesehatan masyarakat di desanya, maka PIM akan mengetahui bagaimana kondisi masyarakat lingkungan perusahaan. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini maka akan menciptakan keharmonisan antara perusahaan dengan masyarakatnya sehingga citra positif dan reputasi perusahaan terbangun serta kepercayaan masyarakat kepada PIM juga akan terjaga.

Pengamatan di lapangan terlihat bahwa masyarakat sangat antusiasme hadir dan mengikuti program tersebut, terbukti dari target PIM hanya 80 pasien namun pada hari itu dapat melebihi target yaitu tercatat sebanyak 98 pasien datang untuk berobat, umumnya yang berobat adalah orang tua dengan usia di atas 50 tahun dan dominan adalah ibu ibu. Menurut Juanda Abdurrahman (56 tahun), yang sering

dipanggil pak Jhon, Kasie Pemerintahan Desa Paloh Gadeng yang juga aktif dalam kegiatan Jusber ini mengatakan seperti dalam kutipan wawancara berikut :

“Jusber pada hari ini, Jum’at 17 Mei 2024 adalah Jusber yang kedua kalinya dibuat oleh PIM di desa kami Paloh Gadeng. Program ini sangat bermanfaat bagi warga gampong kami, dan warga sangat antusias datang untuk berobat, tadi saya lihat di catatan ada 98 orang yang datang untuk berobat kesini.”.

Dalam wawancara selanjutnya dengan Ketua Tuha Peut Gampong (Tetua Adat) Tgk. Muhammad Amin (52 tahun) dari Dusun II Paloh Gadeng, mengatakan sebagai berikut :

“Menurut saya, program Jusber ini sangat berguna bagi kami masyarakat gampong, apalagi orang tua tua biasanya takut kalau datang ke Puskesmas, disamping jauh kesana mereka juga enggan berobat, sekarang karena PIM sudah langsung turun ke desa kami, maka mak mak dan nenek-nenek banyak yang ingin berobat kesini, sebab lebih mudah dan banyak kawan juga, katanya”.



Sumber : Observasi lapangan, 2024

Gambar 4.2 Dokumentasi Program “Jusber” di Desa Paloh Gadeng



#### **4.2.3.2. Observasi Kegiatan Pelatihan Pemuda Desa binaan**

PT Pupuk Iskandar Muda melalui program TJSL bekerjasama dengan Forum Komunikasi Lembaga Pelatihan Industri Daerah (FKLPID) dan Balai Latihan Kerja (BLK) Banda Aceh melaksanakan berbagai program pelatihan untuk pemuda Desa binaan di lingkungan perusahaan. Pelaksanaan kegiatan program Youth Entrepreneur Ship (YES) berbasis Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) dengan tujuan untuk mencetak sumberdaya manusia dari lingkungan perusahaan yang mempunyai keahlian untuk terjun ke dunia kerja, pemuda-pemuda lingkungan perusahaan dilatih selama 1 (satu) bulan sehingga dapat lebih mandiri dalam berwirausaha maupun memenuhi kebutuhan kerja yang ada di Provinsi Aceh maupun di luar daerah. Program pelatihan dan sertifikasi ini diperuntukkan kepada 16 orang pemuda dan pemudi Desa binaan dalam Kecamatan Dewantara dengan instruktur dari BLK Banda Aceh.

Peneliti juga ikut hadir serta dalam acara pembukaan dan penutupan pelatihan service AC yang telah dilaksanakana pada tanggal 09 Februari 2022 yang lalu di Diklat PIM, serta ikut memonitor selama pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan tersebut yang diberikan oleh instruktur walaupun pelaksanaannya satu bulan penuh tanpa libur. Hanya ada 1 orang peserta yang tidak lulus saat itu karena tidak aktif mengikuti pelatihan, dari 15 peserta yang lulus tersertifikasi, ada 7 peserta yang terbaik, TJSL PIM memberikan bantuan peralatan dan perlengkapan teknisi AC agar mereka dapat mandiri, seperti kendaraan transportasi (Honda Viar), Compressor dan perlengkapan lainnya.



Sumber : Hasil Observasi, 2024

Gambar 4.3. Pelatihan Service AC bagi warga Desa binaan PIM

AVP TJSL PIM Jufri dalam sambutannya pada acara penutupan Pelatihan Service AC menjelaskan bahwa pelatihan dan sertifikasi seperti ini sebelumnya juga telah dilaksanakan yaitu pelatihan Barista Kopi, kali ini adalah pelatihan Service AC, kemudian nanti akan dilanjutkan dengan pelatihan Barber Shop, pelatihan Tata Boga dan menjahit bagi pemudi, pelatihan Welder dan pelatihan Kelistrikan. Jufri menambahkan setelah pelatihan ini peserta akan diberikan sertifikat kelulusan oleh BLK Banda Aceh, seperti dalam kutipan wawancaranya mengatakan bahwa :

“Selesai pelatihan AC ini anak-anak yang kita didik berhasil mendapat skill yang bisa membantu mereka dalam hal mendapat kerja maupun dalam berwira usaha, sejalan dengan motto program ***“Learn from the past, live for the today, and plan for tomorrow”*** anak muda harus optimis bisa meraih peluang dengan mengasah berbagai keahlian dan siap bersaing”.

Setelah selesai pelatihan ini program masih berlanjut untuk pembinaan pasca pelatihan, dengan cara memberikan bantuan berbagai perlengkapan dan kebutuhan teknisi AC kepada 7 orang peserta terbaik di Desa Lingkungan, 7 orang peserta terbaik tersebut membentuk suatu kelompok usaha mandiri binaan TJSL

PIM yaitu “Jasa Service Dewantara”. Tim TJSL kemudian membantu mereka untuk dapat bekerjasama dengan Departemen Pelayanan Umum PT PIM dalam menggunakan jasa service perawatan AC di kantor dan perumahan PIM. Harapannya karyawan PIM juga memanfaatkan jasa service mereka untuk memperbaiki AC milik pribadi di rumah kompleks perumahan PIM. Dengan begitu harapan dari pemuda desa binaan dapat lebih mandiri, tidak hanya mencari pekerjaan di perusahaan PT PIM namun dapat menciptakan lapangan kerja baru.

Pada hari Kamis 23 Mei 2024 peneliti kembali memanggil jasa service AC “Jasa Service Dewantara” binaan dari TJSL PT PIM untuk memperbaiki AC milik pribadi di rumah peneliti, ini juga merupakan suatu bukti bahwa karyawan PIM sering meminta Jasa Service Dewantara untuk memperbaiki AC milik mereka. Menurut pengakuan dari Furqan pimpinan usaha “Jasa Service Dewantara”, dimana rata rata per bulan sekitar 50 hingga 60 karyawan PIM memanggil mereka untuk melakukan perawatan AC di rumahnya, dan rata rata 100 Permintaan Order Kerja (POK) per bulan melalui Kopkarsyah PIM diberikan oleh PT PIM untuk perawatan AC baik di kantor maupun di perumahan PIM. Disamping itu masih banyak lagi pelanggan luar, masyarakat sekitar Kecamatan Dewantara juga menggunakan Jasa Service Dewantara ini untuk perawatan AC di rumah mereka. Berikut cuplikan wawancara dengan Furqan :

“Saya sangat bangga dengan TJSL PIM yang telah banyak membantu kami para anak muda, setelah kami diberi pelatihan service AC kemudian kami juga diberikan kesempatan untuk dapat pekerjaan perawatan AC di kantor dan perumahan PIM serta AC milik karyawan juga”.



Sumber : Hasil Observasi, 2024

Gambar 4.4 Suasana Service AC oleh Jasa Service Dewantara binaan TJSL PIM di Komplek perumahan PT Pupuk Iskandar Muda.

#### 4.2.3.3. Observasi kegiatan penyerahan bantuan Rumah Sehat Sejahtera

Sejak tahun 1996 PT Pupuk Iskandar Muda telah melaksanakan program bantuan pembangunan dan penyerahan rumah kepada masyarakat yang kurang mampu berupa Rumah Sehat Sejahtera (RSS). Bantuan rumah sehat sejahtera tersebut diprioritaskan kepada Desa binaan yang wilayahnya berdampak langsung dengan pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Tambon Tunong, Keudee Krueng Geukueh, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat. Selain itu bantuan rumah ini juga diberikan untuk Desa binaan lainnya yang berada di dalam wilayah Kecamatan Dewantara. Program bantuan RSS ini rutin dilakukan secara berkelanjutan tiap tahun untuk desa-desa yang berdampak langsung terhadap perusahaan, bantuan ini merupakan bentuk

kepedulian PIM untuk masyarakat lingkungan sekitar perusahaan, dengan tujuan agar masyarakat dapat merasakan manfaat langsung dari keberadaan PT PIM.

Sebagai contoh adalah kegiatan yang pernah diobservasi oleh peneliti karena saat itu peneliti juga ikut serta dalam kegiatan penyerahan Rumah Sehat Sejahtera (RSS) tersebut yaitu penyerahan rumah bantuan untuk Desa Paloh Gadeng. Bantuan Rumah Sehat Sejahtera (RSS) ini merupakan unit ke-269 yang telah diserahkan kepada masyarakat lingkungan perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT PIM khususnya di lingkungan yang berdampak dengan perusahaan. Pada saat itu peneliti menyaksikan bahwa tim TJSL & Humas PIM juga menyerahkan bantuan pembangunan sumur bor dan beberapa unit pompa untuk kebutuhan masyarakat Paloh Gadeng. Kepala Desa Paloh Gadeng ketika itu Husaini, menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan RSS dari PT PIM untuk masyarakatnya dan mendokan PT PIM semoga lebih sukses sehingga masyarakat dapat terus merasakan bantuan dari PT PIM.



Sumber : Hasil Observasi, 2024

Gambar 4.5 Penyerahan bantuan RSS ke masyarakat Desa Paloh Gadeng.

Bantuan Rumah Sehat Sejahtera (RSS) yang lainnya kepada Saudari Asyiqah Ali seorang janda yang tinggal bersama 3 orang anaknya di Rumah Tidak

Layak Huni (RTLH) di Desa Blang Mee, Kecamatan Kuta Blang, Kabupaten Bireuen. Rumah sebelumnya hanya berukuran 3x4 meter dengan kondisi dinding yang lapuk dan atap yang bocor, sehingga sangat pantas untuk dibantu. Dalam kesempatan itu Tuha Peut Gampong Amri ZA mengatakan :

“Kami berdo’a agar PT Pupuk Iskandar Muda agar tetap maju dan berkembang, sehingga dapat membantu masyarakat banyak”.



Sumber : Hasil Observasi, 2024

Gambar 4.6 Penyerahan bantuan RSS untuk masyarakat Desa Blang Mee

#### **4.2.3.4. Observasi Kegiatan Safari Ramadhan**

Observasi lainnya pernah dilakukan oleh peneliti dengan ikut serta dalam kegiatan kegiatan yang dilaksanakan oleh public relations (Humas) PIM seperti ikut serta dalam kegiatan Safari Ramadhan 1445 H tahun 2024 dengan melakukan shalat Taraweh bersama aparat desa dan Muspika Kecamatan Dewantara di beberapa Meunasah (surau) dan sekaligus menyerahkan bantuan untuk kegiatan malam Nuzulul Qur’an serta bantuan untuk kegiatan bulan ramadhan di Meunasah. Kegiatan ini bertujuan untuk menggapai berkah dan menjaga hubungan baik serta menjalin silaturahmi sekaligus mewujudkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Semangat berbagi tahun 2024 ini mengusung tema "Saweu Gampong, PIM Berbagi kasih dan Selalu Ada untuk Masyarakat".

Turut hadir pada kegiatan Safari Ramadhan ini, Camat Dewantara Nawafil Mahyuda, Plh. Kapolsek Dewantara Iptu Faisal, SH., Danramil Dewantara Hermansyah, Imum Mukim Dewantara Abdullah Ahmad, Ketua Forum Geuchik Razali, Para Geuchik Se- Kecamatan Dewantara, dan tokoh masyarakat. Sementara dari Perusahaan PIM turut hadir juga Staf Dirut Saifuddin Noerdin, VP OMT Saiful Rakjab, Koordinator Safari Ramadhan Nasruddin, Staf YZ, Staf TJSL & Humas serta didampingi oleh Karyawan yang berasal dari desa lingkungan. Kegiatan Safari Ramadhan tahun ini dimulai sejak tanggal 14 Maret hingga 4 April 2024 ( 04– 24 Ramadhan 1445 H) untuk 18 Desa yang merupakan Desa binaan PT PIM.

Dalam kesempatan yang sama Camat Dewantara Nahwafil Mahyuda menyampaikan ucapan terima kasih kepada PIM atas kepeduliannya kepada Masyarakat Dewantara yang telah ikut bersinergi dalam kegiatan Pemerintahan Dewantara, semoga PIM terus berkembang dan dapat memberi manfaat lebih banyak kedepan.



Sumber : Hasil Observasi, 2024

Gambar 4.7 Kegiatan Safari Ramadhan di Desa Bluka Teubai

### 4.3. Pembahasan

Ketika sebuah perusahaan melaksanakan suatu program bantaun TJSL yang bermanfaat, masyarakat melihat komitmen nyata dari perusahaan tersebut terhadap kesejahteraan mereka. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan karena masyarakat merasa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungannya saja namun juga peduli terhadap masyarakat atau komunitas di lingkungan sekitar perusahaan. Program bantuan TJSL yang efektif, misalkan peningkatan fasilitas pendidikan dan kesehatan, langsung berdampak pada kualitas hidup masyarakat. Keberhasilan ini dapat menguatkan keyakinan bahwa perusahaan berperan positif dalam kehidupan masyarakat itu sendiri. Suatu program bantuan TJSL yang melibatkan partisipasi masyarakat lokal menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah menghargai pendapat dan kebutuhan komunitas atau masyarakat itu sendiri, hal ini dapat membangun rasa memiliki dan kepercayaan dari masyarakat kepada perusahaan.

Citra suatu perusahaan yang baik dapat mencerminkan reputasi positif untuk perusahaan, yang dibangun melalui tindakan yang konsisten dan etis. Perusahaan yang memiliki citra transparan dan akuntabel lebih dipercaya oleh masyarakat karena masyarakat atau komunitas lebih merasa mendapatkan informasi yang jujur dan terbuka mengenai aktivitas perusahaan tersebut. Oleh karena itu masyarakat cenderung lebih mempercayai perusahaan dengan reputasi yang baik. Citra perusahaan yang komunikatif dan responsif terhadap isu-isu publik juga dapat membantu membangun kepercayaan kepada masyarakat. Ketika perusahaan secara aktif berkomunikasi mengenai program TJSL dan dampaknya, masyarakat lebih mungkin untuk mempercayai niat baik perusahaan.



Implementasi program TJSL yang sukses dapat memperkuat citra positif perusahaan. Program-program bantuan TJSL yang telah diimplementasikan tersebut oleh PT Pupuk Iskandar Muda, menjadi bukti nyata dari komitmen PIM terhadap tanggung jawab sosial, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat yang tinggi juga dapat meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan yang dipercaya cenderung mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat atau komunitas lainnya, yang berkontribusi pada reputasi positif di mata masyarakat yang lebih luas.

PT Pupuk Iskandar Muda telah menjalankan program TJSL yang mencakup bidang pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi di desa-desa binaan. Misalnya, memberikan beasiswa kepada pelajar berprestasi, mendirikan klinik kesehatan, dan mengadakan pelatihan keterampilan kerja bagi masyarakat setempat. PIM secara rutin melaporkan implementasi setiap kegiatan dari program bantuan TJSL melalui media cetak maupun media online, laporan tahunan dan acara komunitas lainnya. Transparansi ini memastikan bahwa masyarakat mendapat informasi lengkap tentang kontribusi perusahaan kepada masyarakat Desa binaan. PT PIM juga aktif berkomunikasi dengan masyarakat melalui forum, dialog, dan media sosial. Mereka mendengarkan umpan balik dan menyesuaikan program TJSL berdasarkan kebutuhan masyarakat. Melalui kegiatan TJSL yang efektif, PT PIM membangun citra sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli. Kegiatan seperti ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan memperkuat reputasi positif PT PIM di mata masyarakat Desa Binaan maupun masyarakat luas lainnya.

PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan dari suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya, tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak terkait baik internal maupun eksternal, terlebih masyarakat sekitar lingkungan perusahaan atau masyarakat desa binaan. Hubungan yang harmonis diantara keduanya tentu menjadi harapan bersama. PT Pupuk Iskandar Muda berupaya untuk dapat berperan aktif dan berkontribusi terhadap tanggung jawab sosialnya, dengan memberikan bantuan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) baik dalam pola pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) kepada masyarakat sekitar.

Untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan, maka PT Pupuk Iskandar Muda perlu melakukan penilaian kepuasan lingkungan dengan melaksanakan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) setiap tahunnya, khususnya terhadap masyarakat desa binaan di sekitar perusahaan yang rutin dilaksanakan sebagai masukan terkait program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda yang telah dilaksanakan, sekaligus untuk melihat respon masyarakat terhadap program yang selama ini dijalankan oleh Perusahaan, baik pembinaan usaha seperti pemberian modal kerja untuk UMKM maupun bantuan sosial lainnya pada berbagai bidang seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat, kesehatan maupun lingkungan. Tujuan adanya Survey Kepuasan Lingkungan yakni untuk mengetahui seberapa besar tingkat Kepuasan Lingkungan (Masyarakat) atas program bantuan yang diberikan PT Pupuk Iskandar Muda.

Berdasarkan laporan Indek Kepuasan Lingkungan (IKL PIM) tahun 2023 bahwa kegiatan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) ini dihadiri oleh manajemen

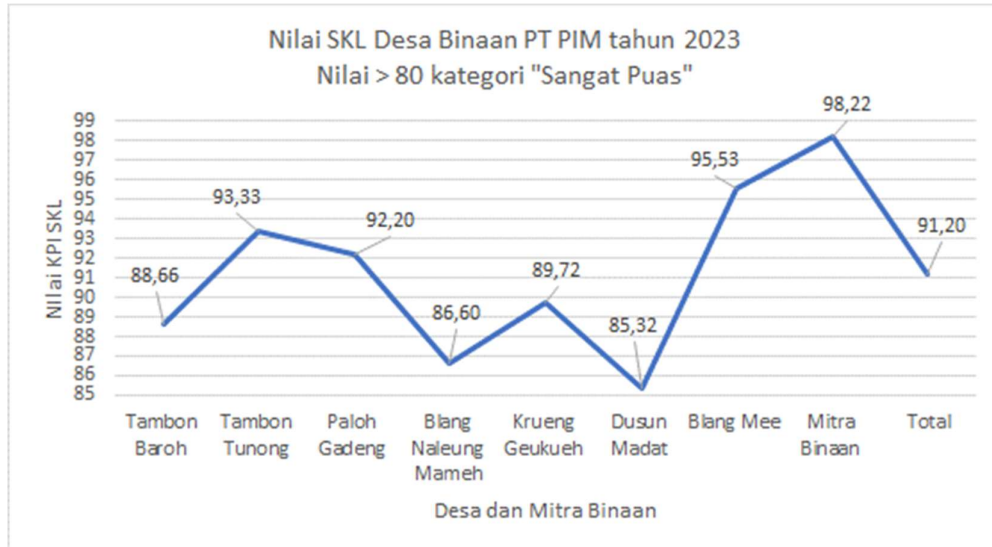
Perusahaan PT Pupuk Iskandar Muda, Jajaran Muspika Kecamatan Dewantara, Instansi Pemerintahan Kabupaten Aceh Utara (Dinas Pendidikan Aceh Utara, Bappeda Aceh Utara dan Dinas Sosial Aceh Utara, Tokoh Masyarakat Kecamatan Dewantara, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Tim Pengawas SKL dari 3 (tiga) Akademisi di Lhokseumawe (Politeknik Negeri Lhokseumawe, Universitas Malikussaleh dan IAIN Lhokseumawe), perwakilan dari PT Pupuk Indonesia (Persero) sebagai induk perusahaan dan perwakilan dari anak perusahaan Pupuk Indonesia lainnya (Pusri, PKT, PKG dan PKC) serta 170 responden berasal dari desa lingkungan dan mitra binaan perusahaan seperti dalam Tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4  
Responden Survey Kepuasan Lingkungan

No	Desa binaan/Mitra Binaan	Jenis Kelamin		Jumlah Responden
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Desa Tambon Baroh	30	10	40
2	Desa Tambon Tunong	17	13	30
3	Desa Paloh Gadeng	20	5	25
4	Desa Bl. Naleung Mameh	8	10	18
5	Desa Keudee Kr. Geukueh	16	6	22
6	Desa Blang Mee	14	7	21
7	Dusun Madat	4	2	6
8	Mitra Binaan	4	4	8
Total Responden		113	57	170

(Sumber : Indek Kepuasan Lingkungan PT PIM, 2023)

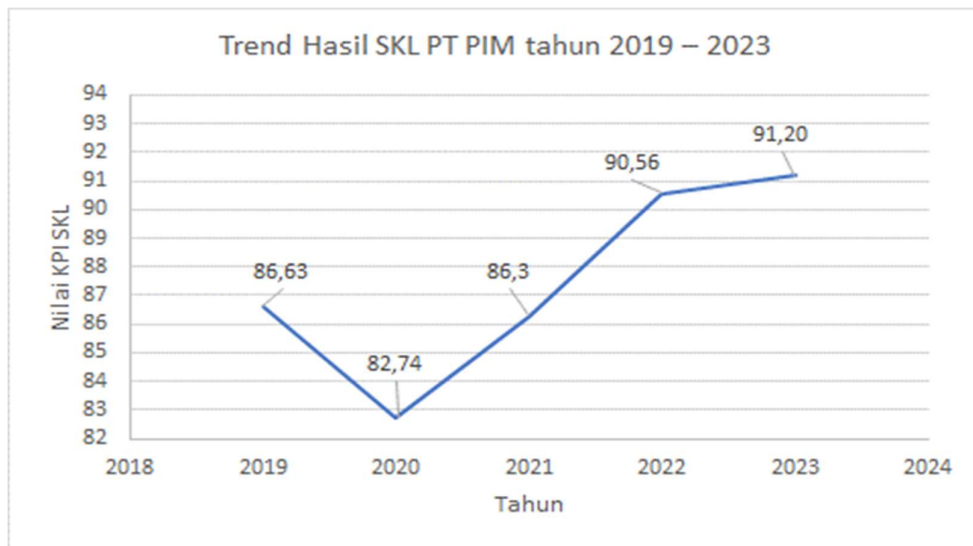
Hasil SKL tahun 2023 menunjukkan bahwa *Key Performance Indicator* (KPI) Kepuasan Lingkungan PT Pupuk Iskandar Muda adalah 91.20% dengan tingkat kepuasan “Sangat Puas” seperti terlihat dalam Grafik di bawah ini.



Sumber : Data diolah, 2024

Gambar 4.8 Grafik Survey Kepuasan Lingkungan PIM tahun 2023

Hasil Survey Kepuasan Lingkungan 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2019 hingga 2023 selalu menunjukkan nilai > 80 atau dengan kategori “sangat puas” , Perbandingan hasil SKL periode tahun 2019 sampai dengan 2023 dapat dilihat dalam dalam Grafik di bawah ini.



Sumber : Data diolah dari IKL PIM 2023

Gambar 4.9 Trend Survey Kepuasan Lingkungan tahun 2019 - 2023

Dari grafik di atas terlihat bahwa trend nilai KPI Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) tahun 2020 hingga tahun 2023 mengalami kenaikan. Hasil SKL periode tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan bahwa penilaian masyarakat kepada PT PIM juga sudah “sangat puas” terhadap pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) perusahaan. Dari segi pelaksanaan survey juga mengalami perbaikan jika dibandingkan dengan pelaksanaan survei di tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan minimnya kendala-kendala yang terjadi di lapangan dalam pelaksanaan Survey yang dilakukan oleh PT PIM.

Keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari segi keuntungan bisnis, tetapi juga seberapa besar dampak positif yang dapat diberikan oleh PIM kepada masyarakat sekitar dan lingkungannya dengan menjalankan program-program berkelanjutan seperti program Stunting, Youth EntrepreneurShip (YES), Tani Maju Sejahtera (TAJUMASE), PIMCAREducation, dan Program Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Konservasi.



Sumber : Dokumen PT PIM, 2024

Gambar 4.10 Piagam Penghargaan TJSL tahun 2024 (Tingkat Provinsi)

Pada tahun 2024 PT Pupuk Iskandar Muda kembali mencatatkan prestasi gemilang dengan meraih penghargaan sebagai perusahaan terbaik ke-3 dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) di Provinsi Aceh. Sebelumnya juga PIM berturut turut meraih 3 kali peringkat ke-2 sejak tahun 2021 hingga 2023 di Provinsi Aceh. Penghargaan ini merupakan bentuk apresiasi atas dedikasi dan komitmen PT PIM dalam menjalankan program-program TJSL yang berdampak positif bagi masyarakat dan desa di lingkungan sekitar perusahaan. Penghargaan tersebut diserahkan dalam acara Musrenbang RKPA Tahun 2025 pada tanggal 22 April 2024 di Banda Aceh.

Penghargaan TJSL ini merupakan bukti nyata dari komitmen PT PIM untuk terus memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Aceh. PIM dinilai telah berhasil menjalankan berbagai inisiatif sosial yang meliputi peningkatan kualitas pendidikan, pengembangan ekonomi lokal, pelestarian lingkungan serta program kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. PT PIM telah membantu masyarakat Desa binaan dan lingkungan perusahaan untuk meningkatkan taraf hidupnya. PIM juga menunjukkan komitmennya dalam pelestarian lingkungan melalui berbagai kegiatan, seperti penanaman pohon, pengelolaan limbah yang berkelanjutan, dan kampanye lingkungan hidup. Upaya-upaya ini tidak hanya membantu menjaga kelestarian alam, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan.

Keberhasilan PT Pupuk Iskandar Muda dalam menjalankan program TJSL bukan hanya di tingkat provinsi melainkan juga di tingkat Nasional. Hal ini dapat dibuktikan dengan berhasil meraih Penghargaan di ajang bergengsi TOP CSR

Award, yang diselenggarakan oleh Majalah Top Business pada tanggal 29 Mei 2024 di Jakarta. PT PIM berhasil memperoleh 2 (dua) penghargaan sekaligus yaitu “TOP CSR Award 2024 - Level (★★★★) serta Apresiasi TOP Leader on CSR Commitment 2024 untuk Direktur Utama PT Pupuk Iskandar Muda. Apresiasi tersebut diberikan sebagai pengakuan atas peningkatan kualitas dan inovasi dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) khususnya fokus pada bidang Pendidikan, Lingkungan dan Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) serta adanya komitmen dari PT PIM dalam mengimplementasikan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau Sustainable Development Goals (SDGs) yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial.



Sumber : Dokumen PT PIM, 2024

Gambar 4.11 Piagam Penghargaan TJSL tahun 2024 (Tingkat Nasional)

PT Pupuk Iskandar Muda berkomitmen untuk terus berperan aktif dalam pembangunan berkelanjutan di wilayah Aceh dan Indonesia, serta menjadi contoh bagi perusahaan lain dalam pelaksanaan TJSL yang efektif dan berdampak luas ke

depan, PIM akan terus berupaya memberikan yang terbaik bagi masyarakat dan lingkungannya, sesuai dengan visi perusahaan untuk menjadi mitra yang handal dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

#### **4.3.1. Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda**

Public Relations (Humas) PT Pupuk Iskandar Muda harus bertindak cepat dalam mengelola komunikasi yang baik dengan berbagai pihak terkait untuk menghindari timbulnya dampak negatif. Public Relations (Humas) PIM harus cakap dalam merancang rencana respons krisis, mengeluarkan pernyataan resmi sebagai informasi yang valid mewakili perusahaan, dan berinteraksi dengan media massa untuk memastikan informasi yang akurat serta mengendalikan narasi publik.

Public Relations (Humas) PT Pupuk Iskandar Muda telah mengelola dan mempromosikan program-program bantuan TJSL perusahaan, yang berfokus pada kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Program ini menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial untuk membangun citra positif perusahaan dan hubungan baik dengan masyarakat Desa binaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Pahlevi (2015), yang menjelaskan bahwa Citra sangat mempengaruhi kredibilitas sebuah perusahaan. Citra Perusahaan harus bernilai positif karena citra merupakan jati diri dan aset sebuah perusahaan. Public Relation (PR) mempunyai peran yang sangat penting sebagai pembangun citra positif perusahaan melalui program Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau TJSL.

Setiap Program pemberdayaan yang dilakukan oleh TJSL dipastikan tersampaikan informasi dengan tepat, baik secara langsung saat dilakukan



pertemuan dengan Stakeholder, publikasi melalui mitra media, maupun media internal seperti Website dan IG Corporate sebagai laporan terhadap kontribusi perusahaan bagi Masyarakat sekitar maupun stakholder terkait, dan ini merupakan capaian kinerja Perusahaan setiap tahunnya yang harus dipenuhi. Dengan melaksanakan langkah-langkah tersebut secara terencana dan sistematis, Humas PIM dapat memastikan bahwa pesan-pesan program TJSL tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat Desa binaan, sehingga meningkatkan pemahaman dan partisipasi mereka dalam program tersebut.

Public Relations (Humas) PT Pupuk Iskandar Muda memiliki peran yang sangat penting dalam menjalin hubungan dengan masyarakat di Desa binaan terkait program bantuan dari TJSL, antara lain :

- 1) Komunikasi dan informasi program-program TJSL, Humas PIM bertanggung jawab untuk menyampaikan setiap informasi mengenai Program TJSL kepada masyarakat Desa binaan sehingga program-program tersebut dipahami dengan baik oleh masyarakat.
- 2) Mendengarkan masukan dan umpan balik dari masyarakat Desa binaan, masyarakat perlu didengarkan masukan-masukannya terkait program TJSL guna mengetahui kebutuhan dan evaluasi perbaikan dalam pelaksanaan program.
- 3) Mengelola opini publik, Humas harus mampu mengelola opini publik terhadap program TJSL melalui kegiatan komunikasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kasenda (2013) bahwa peran humas secara umum adalah sebagai communicator atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili oleh publiknya.

Public Relations berperan untuk berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

- 4) Bertanggung jawab untuk menyampaikan setiap informasi mengenai program bantuan TJSL kepada masyarakat desa binaan sehingga program tersebut dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat.
- 5) Mengelola dan mempromosikan program program bantuan TJSL, berfokus pada kontribusi positif terhadap masyarakat desa binaan.
- 6) Melakukan komunikasi dan koordinasi secara intens terkait isu-isu di lingkungan dengan berdiskusi dan mengevaluasi apa yang telah diberikan oleh PIM kepada masyarakat, menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait di masyarakat desa, seperti tokoh masyarakat, kepala desa, lembaga dan pihak akademisi, serta mendengarkan masukan dan umpan balik dari masyarakat.
- 7) Untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi public relations maka dilakukan penilaian Survey Kepuasan Lingkungan setiap tahunnya.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh public relations (Humas) PIM dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat Desa binaan untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM antara lain seperti mengadakan pertemuan atau acara sosialisasi di Desa binaan untuk menjelaskan secara rinci tentang Program TJSL dan menghadiri acara-acara komunitas di Desa binaan sebagai bentuk dukungan dan keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat, serta kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan mereka.

Selama ini Public Relations (Humas) PIM telah melakukan upaya semaksimal mungkin untuk melakukan komunikasi dan koordinasi secara intens terkait isu-isu di lingkungan dengan berdiskusi dan mengevaluasi apa yang telah diberikan oleh PIM kepada masyarakat, menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait di masyarakat desa, seperti tokoh masyarakat, kepala desa, lembaga dan pihak Akademisi. Menjalinkan hubungan kemitraan dapat membantu dalam menyebarkan informasi tentang program-program bantuan dari TJSL PIM dan juga memperkuat dukungan dari masyarakat.

PT PIM juga telah melibatkan masyarakat Desa binaan dalam berbagai kegiatan, dapat menjadi kesempatan baik untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Dengan melakukan berbagai upaya tersebut secara konsisten dan transparan, maka Humas PIM dapat membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat Desa binaan, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Covey (2010:34), bahwa Kepercayaan berarti keyakinan, ketika anda percaya kepada orang, anda mempunyai keyakinan terhadap mereka, terhadap integritas mereka dan terhadap kemampuan-kemampuan mereka, ketika anda tidak percaya kepada orang lain, anda curiga terhadap mereka, terhadap integritas mereka, terhadap agenda mereka dan terhadap kemampuan mereka.

Pandangan media massa terhadap peran public relations (Humas) PIM dalam menyampaikan informasi program bantuan TJSL kepada masyarakat Desa binaan adalah sudah sangat terbuka. Public Relations profesional harus sadar betul bahwa media memiliki peran penting dalam kegiatan publikasi, penting bagi Public

Relations untuk menjalin hubungan dengan media atau yang selanjutnya disebut dengan Media Relations. Media relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang Public Relations yang berhubungan dengan media massa, dalam hal ini adalah kegiatan publikasi perusahaan. Hal ini penting dilakukan karena tujuan utamanya adalah untuk reputasi dan citra positif perusahaan.

Selama ini hubungan yang dibangun oleh Humas PT PIM dengan awak media cukup bagus. Apalagi di era kecanggihan teknologi informasi hampir semua informasi diberikan oleh PT PIM lewat siaran pers kepada awak media melalui grup WhatsApp. Kondisi ini telah membantu awak media dalam menyajikan berita yang berimbang. Humas PIM juga telah mampu membangun hubungan yang sangat akrab dengan awak media yaitu dengan melakukan kegiatan “Media Gathering” bagi insan pers di Aceh Utara dan Lhokseumawe, seperti pernah dilaksanakan di Takengon Aceh Tengah dan di Medan Sumatera Utara. Hal ini untuk menambah keakraban diantara sesama insan pers juga dengan personel Humas PIM itu sendiri. Hubungan baik PT PIM dengan media dapat dibuktikan juga dengan PT PIM meraih penghargaan Serambi Award 2024 dari Harian Serambi Indonesia dengan Kategori Pelopor Go Green di KabupatenAveh Utara pada tanggal 31 Mei 2024 di Gedung AAC Dayan Dawood Banda Aceh. Penghargaan ini diberikan atas konsistensi PT PIM dalam penghijauan dan menjaga Lingkungan secara Global guna mendukung pencapaian Proper Emas tahun 2024.

#### **4.3.2. Hambatan Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda**

Dari hasil observasi dan wawancara mendalam dengan berbagai pihak baik internal dari jajaran TJSL & Humas PT Pupuk Iskandar Muda maupun dari pihak eksternal seperti Media massa, Muspika Kecamatan Dewantara, Tokoh Masyarakat Dewantara, Geuchik Gampong (Kepala Desa) Desa binaan serta masyarakat Desa binaan itu sendiri dari 6 desa dan 1 dusun (Desa Tambon Baroeh, Tambon Tunong, Keudee Krueng Geukueh, Paloh Gadeng, Blang Naleng Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat) bahwa adanya kendala-kendala atau hambatan Public Relation (Humas) PIM dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui bantuan TJSL antara lain adalah :

- 1) Keterbatasan sumber daya, baik dalam hal finansial maupun personel, dapat menjadi kendala dalam mengimplementasikan program TJSL secara efektif dan membangun citra positif perusahaan. PIM juga memiliki keterbatasan SDM dalam melakukan monitoring dan evaluasi dari setiap kegiatan yang akan dan telah dilaksanakannya.
- 2) Adanya kesenjangan antara harapan masyarakat terhadap program bantuan TJSL PIM dan kenyataan di lapangan saat implementasinya. Jika program TJSL tidak memenuhi ekspektasi atau tidak memberikan dampak yang diharapkan, hal ini dapat merusak citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan masyarakat. Sesuai yang disampaikan oleh Dr. Ismadi (tokoh masyarakat Dewantara) dalam wawancaranya, dimana ekspektasi masyarakat yang terlalu tinggi terhadap PIM

sementara kemampuan dan ruang lingkup TJSL PIM tidak sebesar harapan masyarakat.

- 3) Sejauh ini kendala yang dihadapi oleh public relations (Humas) PIM adalah masyarakatnya sendiri. PIM telah mengimplementasikan program ke lingkungan namun masyarakat masih belum dapat maksimal dalam menjalankannya. TJSL PIM menginginkan bahwa masyarakat juga harus memiliki tanggungjawab atas program yang telah diberikan. seharusnya masyarakat juga harus maksimal atas apa yang diberikan oleh PIM baik itu berupa program atau bantuan apapun. Solusi yang dapat dilakukan oleh PIM saat ini adalah terus melakukan pendekatan dengan masyarakat, membangun dan memelihara hubungan komunikasi yang baik, terbuka dan berkelanjutan dengan masyarakat Desa binaan agar tercipta kepercayaan masyarakat dan meningkatkan citra positif bagi perusahaan.
- 4) Penerimaan masyarakat terhadap pelaksanaan program TJSL sering terkendala karena sebagian masyarakat Desa binaan masih mengharapkan bantuan dalam bentuk cash/charity (hibah) karena kesadaran masyarakat untuk berwirausaha masih sangat rendah, umumnya masyarakat desa binaan, membutuhkan bantuan yang sifatnya instan, sedangkan perusahaan harus mengurangi bantuan yang sifatnya charity dalam pelaksanaan program bantuan TJSL PIM.
- 5) Tingkat pendidikan masyarakat Desa binaan yang relatif masih rendah, hal ini menyulitkan bagi mereka dalam memahami adanya batasan program TJSL yang dilaksanakan oleh PT Pupuk Iskandar Muda.

- 6) Adanya pihak-pihak yang ingin mendapatkan keuntungan secara pribadi, ketika pihak tersebut tidak mendapatkan apa yang diinginkan, maka oknum-oknum ini berpotensi memprovokasi masyarakat awam.
- 7) Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT PIM, karena masih ada sebagian masyarakat yang menganggap bahwa PIM kurang transparan dalam menyalurkan program bantuan TJSL.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil Simpulan dan Saran bagaimana Peran dan Hambatan Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT Pupuk Iskandar Muda.

#### **5.1. Simpulan**

Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda adalah menyampaikan program Public Relations PIM untuk pengembangan dan kesejahteraan masyarakat sebagai wujud TJSL Perusahaan dan pertumbuhan secara berkelanjutan; Bertanggung jawab menyampaikan setiap informasi program TJSL kepada Masyarakat sehingga mereka dapat memahaminya; Mengelola opini publik terhadap program TJSL, komunikasi dan koordinasi dengan media dan stakeholder; Mengelola dan mempromosikan program TJSL, fokus pada kontribusi positif terhadap masyarakat desa binaan; Komunikasi dan koordinasi intent terkait isu di lingkungan, diskusi dan evaluasi apa yang telah disalurkan; dan melakukan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) untuk melihat respons dari masyarakat.

Hambatan hambatan Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa binaan melalui Program TJSL PT PIM adalah keterbatasan finansial dan SDM untuk mengimplementasikan, monitoring dan evaluasi seluruh program TJSL; adanya kesenjangan antara harapan masyarakat terlalu tinggi dengan program TJSL yang dilaksanakan; masih



mengharapkan bantuan hibah (charity) yang sifatnya instan; tingkat pendidikan masyarakat relatif rendah; kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PIM.

## **5.2. Saran**

Dengan adanya penelitian ini semua kalangan dapat menambah referensi, wawasan dan informasi bagaimana peran dan hambatan Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Desa binaan PIM melalui Program TJSL.

Dalam penelitian ini hanya meneliti peran dan hambatan public relation dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Desa binaan PIM melalui Program TJSL, untuk penelitian selanjutnya dapat diperluas kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Aceh Utara atau Provinsi Aceh.

Personel Public relation (Humas) PT PIM harus selalu terlibat aktif bersama masyarakat Desa binaan dan tokoh masyarakat dengan cara mendengarkan keluhan, kebutuhan dan aspirasi mereka melalui pertemuan-pertemuan terbuka dan transparan secara formal maupun non formal, untuk dapat memastikan bahwa apa yang dibutuhkan mereka serta program-program TJSL PIM dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). *Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini* (studi kasus di desa karangbong RT. 06 RW. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57-62.
- Akbar, F., & Ginting, R. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Penggunaan Instagram@ Medantalk terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 200-207.
- Alma, C. (2018). *Peran Humas Dalam Membangun Citra Positif PT Tempo Medan* (Studi Deskriptif tentang Peranan Humas dalam Membangun Citra Positif Perusahaan pada PT. Tempo Medan). *Network Media*, 1(1).
- Angraini, C., & Setyanto, Y. (2019). *Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana*. *Prologia*, 3(2), 408-415.
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan*. *Network Media*, 4(2), 20-39.
- Covey, S. M. (2010). *The Speed of Trust*, Satu Hal yang Mampu Mengubah Segalanya, terj. Alvin Saputra, dari judul aslinya" *The Speed of Trust*". Jakarta: Karisma Publishing.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. 2009. *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.
- Datuela, A. (2013). *Strategi public relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam mempertahankan citra perusahaan*. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Dept. PKBL & Humas. (2023). *Rencana Kerja Anggaran Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (RKA-TJSL)*, PT Pupuk Iskandar Muda, Aceh Utara- Provinsi Aceh.
- Fahham, A. M. (2011). *Tanggung jawab sosial perusahaan dan penerapannya pada perusahaan di Indonesia*. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 2(1), 111-119.

- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Hendra, Y. (2017). *Pengaruh komunikasi keluarga, guru pendidikan agama Islam dan teman sebaya terhadap etika komunikasi Islam siswa SMP di kota Medan* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana UIN-SU).
- \_\_\_\_\_ (2019). *Spiral of Silence Theory Versus Perkembangan Masyarakat suatu Penjelasan dan Kritik Teori*. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 5(2), 106-117.
- Herlina, S. (2015). *Strategi komunikasi Humas dalam membentuk citra pemerintahan di Kota Malang*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(3).
- Ibrahim, B., & Anna, G. Z. (2016). *Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara di Kota Bandar Lampung*.
- Imran, M. (2012). *Peran public relations pada program CSR dalam rangka meningkatkan citra positif perusahaan*. *Jurnal LPPM: Paradigma*, 9(01), 127-139.
- Jayusman, F. J. (2021). *Laba Pedagang Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan (Studi Warung Kopi di Kecamatan Cerme Gresik)*, Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Kabu, S. R., & Priadi, R. (2020). *Kompetensi Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Di Kementerian Agama Kabupaten Nias Utara*. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 12-22.
- Kasenda, Y. M. (2013). *Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Jayapura*. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3).
- Khadijah, S. (2012). *Strategi publik relations dalam membangun citra perusahaan (studi deskriptif membangun hubungan baik dengan media dalam upaya meningkatkan citra perusahaan)*. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya*, 2(2), 29-40.

- Kholisoh, N., & Yenita, Y. (2015). *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi* (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195-209
- Kusmiyati, R., Ginting, R., & Thariq, M. (2023). *Digitalisasi Birokrasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik (Peluang Dan Tantangannya)*. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 7(1), 33-46.
- Lubis, E. E. (2012). *Peran humas dalam membentuk citra pemerintah*. *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 12(1).
- Machfoedz, I. (2010). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif) Bidang Kesehatan, Keperawatan, Kebidanan, Kedokteran, disertai Contoh KTI, Skripsi* (Doctoral dissertation, Tesis, Yogyakarta: Fitramaya).
- Mahpur, M. (2017). *Memantapkan analisis data kualitatif melalui tahapan coding*.
- Martha, Z., Ida, R., Puspa, R., & Hakim, L. (2023). *Public Relations and Local Wisdom Mining Company Strategy Through a Harmonious Approach. (Public Relations dan Kearifan Lokal Strategi Perusahaan Tambang melalui Pendekatan Harmoni)*. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 150-163.
- Mauliza, R., & Wardhana, A. (2023). *Strategi Humas PT Pupuk Iskandar Muda Dalam Menjalankan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 7(2).
- Nada, M. M. C., Rembang, M. R., & Onsu, R. R. (2018). *Peran Humas dalam membangun citra pemerintah daerah Kabupaten Minahasa Selatan*. *Acta Diurna Komunikasi*, 7(4).
- Nugroho, A. W. (2019). *Komunikasi CSR Perusahaan-Perusahaan Di Indonesia Tahun 2017*. *Scriptura*, 9(2), 51-58.
- Pahlevi, T., & Rossy, B. (2015). *Peran Public Relation Dalam Mengkomunikasikan Corporate Sosial Responsibility (CSR) sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan*. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Administrasi Perkantoran*.

- Pratiwi, H. A. (2015). *Peranan Humas Dalam Membentuk Citra Positif Perguruan Tinggi*. *Deiksis*, 3(01), 50-62.
- Priadi, R., & Thariq, M. (2023). *Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Membangun Iklim Kerja Yang Kondusif* (Studi Analisis Di Balai Besar Pengembangan Penjamin Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Bangunan Dan Listrik Medan). *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 7(2), 479-485.
- Pupuk Iskandar Muda. (2023). *Summary Report, Indek Kepuasan Lingkungan tahun 2023*, PT Pupuk Iskandar Muda, Aceh Utara- Provinsi Aceh.
- \_\_\_\_\_. (2023). *Breaking The Challenges, Laporan Tahunan tahun 2023 (Annual Report)*, PT Pupuk Iskandar Muda, Aceh Utara- Provinsi Aceh.
- \_\_\_\_\_. (2023). *Breaking The Challenges, Laporan Berkelanjutan tahun 2023 (Sustainability Report)*, PT Pupuk Iskandar Muda, Aceh Utara- Provinsi Aceh.
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur*. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458-467.
- Rahadhini, M. D. (2010). *Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility*. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 10(1).
- Rijali, A. (2019). *Analisis data kualitatif*. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rondonuwu, S. (2018). *Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado*. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).
- Saifuddin (2012). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pupuk urea non subsidi pada PT Pupuk Iskandar Muda Aceh*, Tesis Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Lhokseumawe.
- Sari, P. P. (2017). *Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Ecommerce*. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3), 52-61.

- Sihombing, S. A. (2021). *Peran public relations dalam meningkatkan citra perusahaan PT. Capella Dinamik Nusantara*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(01), 15-25.
- Suardhita, N. (2013, December). *Strategi Humas PT Netral Kontinental Media Dalam Membangun Citra Perusahaan*. In *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer* (pp. 1-KOM)
- Sumarto, R. H. (2016). *Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations*. *Informasi*, 46(1), 63-72.
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong Tugas Resume Ujian Akhir Semester (UAS)*.
- Thariq, M. (2017). *Membangun ketahanan keluarga dengan komunikasi interpersonal*. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 3(1), 34-44.
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). *Komunikasi adaptasi mahasiswa indekos*. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 156-173.
- Utami, D. (2019). *Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Media Massa Pada Sub Bagian Humas (hubungan Masyarakat) dan Portal Di PT Perkebunan Nusantara V*, (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Wahyuni, W., & Asteria, B. (2020). *Peran Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan PT Bank BPD DIY*, (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Wati, M. (2021). *Peran Public Relation dalam membangun citra perusahaan PT. Panca Usaha Palopo Plywood Kab. Luwu*, (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Widyaningrum, U. (2011). *Humas dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kantor Pos Besar Surakarta dalam Membangun Citra Perusahaan)*.

Yosephine, M., & Diniati, A. (2021). *Strategi public relations Sinar Mas Land dalam membangun brand image perusahaan*. *Profesi Humas*, 5(2), 208-228.

Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). *Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak*. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 1-24

**LAMPIRAN-1**

**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN PUBLIC RELATIONS  
(HUMAS) PT PUPUK ISKANDAR MUDA**



Gambar 1 : Wawancara dengan Maimun Zakaria, ST, MT., SVP Sekper PIM



Gambar 2 : Wawancara dengan Zulhadi, ST Mantan VP TJSL & Humas PT PIM



Gambar 3 : Wawancara dengan Jufri, S.Kom AVP TJSL PT PIM



Gambar 4 : Wawancara dengan Nasruddin, ZA Staf Humas PT PIM



Gambar 5 : Wawancara dengan Rezki Zufina Staf TJSL PT PIM



Gambar 6 : Wawancara dengan Milna Staf TJSLPT PIM



## LAMPIRAN-2

### DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN RESPONDEN EKSTERNAL



Gambar 7 : Wawancara dengan Camat Dewantara Nawafil Mahyudha, S.STP, MSM



Gambar 8 : Wawancara dgn Kapolsek Dewantara Iptu Faisal, SH



Gambar 9 : Wawancara dengan Dan Ramil Kec. Dewantara Kapt. Hermansyah



Gambar 10 : Wawancara dengan Imum Mukim Tgk. H. Abdullah (Waled Lah)



Gambar 11 : Wawancara dengan Ketua Forum Geuchiek , Tgk. Razali.



Gambar 12 : Wawancara dengan tokoh masyarakat Dr. Ismadi, SP., MP.,

**LAMPIRAN-3**

**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN RESPONDEN EKSTERNAL**



Gambar 13 : Wawancara dengan Geuchiek Desa Keude Kr. Geukueh, Kamaruzzaman



Gambar 14 : Wawancara dengan Geuchiek Desa Tambon Baroeh, Muzakkir



Gambar 15 : Wawancara dengan Geuchiek Desa Tambon Tunong, Murdani



Gambar 16 : Wawancara dengan Geuchiek Desa Paloh Gadeng, Syurkani Razali



Gambar 17 : Wawancara dengan Geuchiek Blang Naleung Mameh, Iskandar Hamzah



Gambar 18 : Wawancara dgn Geuchiek Desa Blang Mee, Feriza



## DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN RESPONDEN EKSTERNAL



Gambar 19 : Wawancara dengan Kadus Glee Madat, Muhammad Nur



Gambar 20 : Wawancara dengan Warga Desa Tambon Baroeh, Mai Kurniawati



Gambar 21 : Wawancara dengan Warga Keudee Krueng Geukueh, Zulfikar, S.Pd



Gambar 22 : Wawancara dengan Warga Desa Tambon Baroeh, Shuhera RN



Gambar 23 : Wawancara dengan Warga Desa Tambon Tunong, Mirza



Gambar 24 : Wawancara dengan Warga Desa Blang Mee, Ibu Rohani



Gambar 25 : Wawancara dengan Warga Desa Bang Mee, Hennizar



Gambar 26 : Wawancara dengan Warga Desa Paloh Gadeng, Muzakkir

#### LAMPIRAN-4

#### DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN MEDIA MASSA



Gambar 19 : Wawancara dengan Ketua PWA dan Ka. Biro Harian Waspada Wil.Aceh Utara & Lhokseumawe, Maimun



Gambar 20 : Wawancara dengan Ka. Biro iNews TV Wil. Lhokseumawe & A.Utara, Armia Jamil



Gambar 21 : Wawancara dengan Ka. Biro Harian Rakyat Aceh Lhokseumawe & Aceh Utara, Armiadi



Gambar 22 : Wawancara dengan Media Online Satupena.co.id, T. Saifuddin Alba (Ampon Blang)



**LAMPIRAN-5**

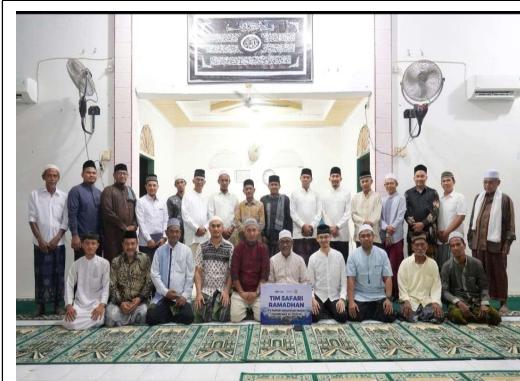
**DOKUMENTASI KEGIATAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL & LINGKUNGAN (TJSL) PUPUK ISKANDAR MUDA**



Gambar 1 : Acara pembukaan program YES pelatihan Welder Desa Binaan



Gambar 2 : Produk binaan PIM UMKM Beujroh, Desa Blang Mee



Gambar 3 : Ikut serta Safari Ramadhan tim PIM ke Desa Bluka Tebai 170324



Gambar 4 : Menyerahkan bantuan Nuzulul Qur'an ke Desa Binaan 170324



Gambar 5 : Menghadiri acara santunan Anak Yatim\_0512223

## LAMPIRAN-6

### PENGHARGAAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA KEGIATAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL & LINGKUNGAN (TJSL)



Gambar 1 : Penghargaan Terbaik ke-3 TJSL di Aceh tahun 2024  
Banda Aceh 22 April 2024



Gambar 2 : 1. TOP CSR Award 2024 Bintang 4  
2. Top Leader on CSR Commitment 2024  
Dian Ballroom, Hotel Raffles Jakarta, 29 Mei 2024



Gambar 3 : Serambi Awar 2024 Kategori Perusahaan Pelopor Go  
Green di Kab. Aceh Utara, Banda Aceh 31 Mei 2024

## Lampiran 7

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA TESIS UNTUK MASYARAKAT DEWANTARA

Assalamualaikum Bapak/Ibu,  
Dengan Hormat.

Bersama ini kami memohon bantuan dari Bapak/Ibu agar sudilah kiranya meluangkan waktu sekitar 10 menit dan membantu saya menjawab Pertanyaan Wawancara di bawah ini untuk kebutuhan data dalam Penelitian Tesis yang sedang saya laksanakan dengan judul : **Peran 7Public Relations Dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda** pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (MIKOM UMSU Medan).

Sebagai informasi dapat disampaikan bahwa yang dimaksud dengan Desa Binaan dalam penelitian ini adalah dibatasi desa lingkungan perusahaan yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Keudee Krueng Geukueh, Tambon Tunong, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat.

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah direalisasikan oleh PT PIM kepada Desa Binaan hingga tahun 2023 dalam bentuk pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) antara lain seperti bantuan modal usaha (program kemitraan) UMKM, bantuan rumah duaafa, pembangunan dan renovasi sarana ibadah (masjid, meunasah, balai pengajian), MCK, beasiswa (SD, SMP, SMA), pembinaan UMKM, Program Tani Sejahtera (Kelompok Wanita Tani), pelatihan & sertifikasi untuk pemuda dan pemudi (barista kopi, service AC, barber shop, mekanik & pengelasan, listrik, menjahit dan membuat kue), program kesehatan masyarakat “Jumat sehat bersama” (Jusber), termasuk juga penggemukan sapi, wisata alam Payanie di Blang Mee, dll.

Jawaban dari Bapak/Ibu sangat diharapkan demi kelancaran penelitian ini dan semoga dapat bermanfaat nantinya baik bagi perusahaan, masyarakat dan kita semuanya. Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Salam,  
Saifuddin Noerdin, ST, MSM.

#### A. Identitas Responden :

1. Nama Lengkap : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan, Tanggal Wawancara : .....
4. Pekerjaan : .....
5. Alamat Sekarang : .....

**B. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jelas**

**1. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana peran Public Relations (Humas) PT Pupuk Iskandar Muda dalam memperkenalkan dan menjelaskan program-program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) kepada masyarakat Desa Binaan?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Desa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Turun langsung memberikan penyuluhan ke Gampong-gampong
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Sangat baik, dibuktikan dengan program<sup>2</sup> yg di lakukan dengan desa binaan, contohnya seperti adanya pengecekan kesehatan gratis yg di lakukan Rumkit perusahaan kepada masyarakat Desa Tambon Tunong secara berkala setiap triulan.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Menyampaikan sesuai dengan harapan
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Sangat jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Sangat jelas dan sangat membantu kami dalam memahami program<sup>2</sup> TJSL  
tsb
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee  
Sangat memahami budaya masyarakat & mudah beradaptasi dgn masyarakat binaan
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Harmonis dan Cukup Baik

**2. Bagaimana peran Public Relations (Humas) PT PIM dalam melaksanakan Program TJSL untuk masyarakat di Desa Binaan? Tolong jelaskan**



- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Desa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Menjembatani terhadap kebutuhan masyarakat.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Melakukan komunikasi rutin setiap hari, baik dengan masyarakat Desa maupun dengan perangkat Desa pada khususnya dalam setiap isu yg berkembang terhadap lingkungan.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Mengembangkan UMKM yang ada disekitar wilayah perusahaan
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui aparat pemerintahan desa terlebih dahulu.
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Mereka mengadakan sosialisasi dlm pelaksanaan program tsb hingga masyarakat mudah memahami program tsb
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee  
Sangat ramah & mudah dipahami pemaparan program-program TJSL kepada masyarakat. sehingga masyarakat turut peduli dalam terhadap program-program dijalankan terhadap masyarakat binaan.
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Krueng Geukueh  
Humas PT.PIM Cukup Berperan penting dalam gerakan sosial, Peningkatan Sdm dan Kesejahteraan Masyarakat lingkungan baik di desa maupun di kalangan muspika. Peran PIM dalam reasilisasi programnya TJSL sangat humanis dan tentunya transparan atas dasar kesejahteraan lingkungan...Tks PIM

**3. Menurut Bapak/Ibu, apasaja bantuan yang telah diberikan oleh PIM kepada masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
PIM telah memberikan berbagai bantuan kepada Desa Binaan seperti Modal Usaha untuk UMKM, bantuan renovasi fasilitas umum, Beasiswa, Pelatihan untuk Pemuda/i bidang kembangkan usaha.  
Bidang kesehatan setiap Jum'at PIM laksanakan Jum'at sehat bersama (Jusber) di desa secara bergiliran.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong

Disamping secara Finansial juga berupa benda seperti pemberian bibit tanaman kepada tiap<sup>2</sup> Desa binaan.

- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Program ikan lele, program UMKM, Program Kelompok Wanita Tani, Program Tataboga dan lain-lainnya
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Bantuan rutin keagamaan atau kemesjidan, Bantuan perumahan kepada Masyarakat, bantuan kepada anak yatim piatu, bantuan sembako kepada masyarakat, bantuan kurban setiap hari raya kurban. Bantuan untuk pemberdayaan masyarakat melalui Parawisata dan UKKM dan lain lain
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Penggemukan sapi; rumah duaafa; modal usaha perkebunan; modal usaha untuk jualan masyarakat lingkungan; pelatihan babershop, pengelasan, AC dan barista sbgai bekal skil untk pemuda dlm mencari nafkah; dan pembukaan lahan pertanian untuk kelompok tani di desa.
- 6). Hennizar, 40 tahun, Blang Mee  
Sapi penggemukan; Peralatan kerja UMKM Beujroh; Program pendampingan Ekoduwisata Paya Nie; program budidaya ikan endemik Paya Nie (Ikan Gabus)
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Keudee Kr Geukueh  
Modal Usaha; Pelatihan mulai dari AC, Las, Barbershop dan Barista Dlll;  
Bantuan rumah; Bantuah tempat ibadah; Banyak sekali yg lainnya

**4. Menurut Bapak/Ibu, apakah bantuan TJSL PIM telah memberikan dampak positif bagi masyarakat atau warga di Desa Binaan?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Alhamdulillah masyarakat sudah dapat merasakan dampak positif.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
---
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Dampak positifnya masyarat dapat meningkat ekonominya sendiri dari berbagai macam bantuan, contohnya sayur dari hasil di kebun yang tanam bisa d jual ke pasar pasar

- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Ya, sangat berdampak positif
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Dng bantuan sangat bg masyarakat lingkungan dan kalau bisa di tambahkan lagi volume bantuan nya
- 6). Hennizar, 40 tahun, Blang Mee  
sangat berdampak positif karena bisa mengurangi angka pengangguran, dan dapat terciptanya ekonomi kreatif baru.
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Keudee Kr Geukueh  
Alhamdulillah sampai saat ini dengan usaha yg dilakukan PIM kpd masyarakat lingkungan itu merupakan nilai yang tak terhingga

**5. Apasaja contoh dari bantuan TJSL PIM yang telah memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, kelompok, komunitas atau untuk Desa Binaan?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Rumah Du'afa di desa lingkungan; UMKM bagi masyarakat miskin di tempat usaha masing-masing; Pelatihan Menjahit dan membuat Kue bagi ibu-ibu di desa lingkungan Dll.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Pelayanan pemeriksaan gratis yg di berikan secara cuma<sup>2</sup> kepada masyarakat Tambon Tunong yg sangat bermanfaat dalam mengetahui kebaikan atau kemajuan kesehatan individu masyarakat .
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Pemberian bantuan keuangan kepada masyarakat melalui UMKM,memberikan pelayanan masyarakat lingkungan
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
bantuan perumahan, hewan kurban. Bantuan anak yatim. parawisata dan UMKM dan pendidikan anak dan remaja yang masih membutuhkan
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Seperti hal nya penggemukan sapi dan pertanian serta perkebunan sehingga masyarakat bs lbh mandiri dlm hal berusaha
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee

Pemberian Sapi penggemukan

- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Pelatihan, Modal Usaha, Bantuan T4 ibadah dan bantuan anak yatim

**6. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana caranya PT PIM menjaga dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat Desa Binaan?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Sering bersilaturahmi dengan masyarakat, dan apalagi diadop dengan program Jum'at Sehat bersama PIM yang dilaksanakan setiap Jum'at.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Membuat suatu contac person yg selalu ditanggapi dan respon cepat setiap permasalahan yg timbul di masyarakat baik itu sifatnya prioritas atau pun tidak,hal tersebut tetap mempunyai antrian permasalahan yg akan di selesaikan pihak Mereka.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Utamakan gotong royong musywarah didepankan dgn msrykat lingkungan ,tokoh adat,tokoh agama,tokoh wanita,tokoh kepemudaan
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Melakukan pertemuan dengan masyarakat dan melakukan berbagai kegiatan yang dapat melibatkan masyarakat
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Melalui program TJSL dan turun nya humas PIM ke lingkungan untuk silaturahmi dan memberikan solusi terhadap masalah2 yg ada di desa
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee  
saling keterbukaan dan transparan dengan masyarakat desa binaan.
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Dengan Adanya humas maka keharmonisan antara masyarakat dan pt.pim sudah lebih terarah dalam menyikapi setiap maslah lingkungan...Humas yg sigap dan perhatian itu salah satu cara yg dilakukan pim utk trs menjaga stabilitas antar desa lingkungan dan PIM.

**7. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana perhatian dan kepedulian PIM dalam membantu masyarakat mengatasi masalah Pendidikan, Kesehatan, Sarana dan Prasarana Umum dan rumah Ibadah serta Bencana Alam?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Sangat baik dan cepat tanggap terhadap kebutuhan tersebut.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Untuk bencana Alam sudah pernah kami alami sendiri dan kami juga telah menerima bantuan logistik berupa sembako pasca banjir dan bantuan alat berat untuk membatu penyelesaian yg timbul di waktu banjir.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Perhatiannya yang ada, semoga kedepan mendapat yang lebih sempurna
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Membantu menyekolahkan siswa yang berprestasi, Membantu sarana dan prasarana di mesjid.
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
PIM membantu dan kalau bisa volume bantuan dan kepeduliannya di tingkatkan kembali ke arah maksimal
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee  
ikut andil dalam penanganan masalah tersebut di desa binaan walau tidak merata.
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Alhamdulillah kita melihat pim benar2 peduli maslah2 trsb. Dgn trs menjaga beasiswa PIM. Rs dll itu bentuk yg sangat positif di kalangan masyarakat

**8. Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) yang dilaksanakan tiap tahun oleh Humas PIM? Bagaimana pendapat Bapak/Ibu ?**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Pernah dan bahkan setiap tahun. Alhamdulillah dengan SKL tersebut, dapat menjawab keluhan dan kondisi desa lingkungan.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Ikut, sangat bermanfaat sebagai media tempat menyampaikan hal hal yg belum dan sudah dikerjakan oleh team humas untuk kemajuan Desa binaan terdekat.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Ada, sangat puas

- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Pernah. Dan itu sangat baik dan membantu untuk mengapresiasi keluhan, kendala, kebutuhan masyarakat agar PIM mengetahui keinginan dan prioritas yang dibutuhkan
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Pernah dan sering
- 6). Hennizar, 40 tahun, Desa Blang Mee  
ya
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Pernah. Dan itu menjadi ajang mengetahui tingkat kepuasan seperti apa di masyarakat sbg bentuk saling menghargai antar pim dan lingkungan

**9. Mohon saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun citra positif PT Pupuk Iskandar Muda.**

- 1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi  
Meningkatkan peranan baik, dan sering menanyakan kebutuhan lingkungan, seperti yang telah dilaksanakan.
- 2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong  
Memilih karyawan yg mempunyai SDM yg dapat menyesuaikan ke arifan lokal Desa setempat dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam permasalahan yg timbul dan dapat menyelesaikannya.
- 3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh  
Utamakan silaturahmi dan membangun hubungan komunikasi dgn baik dan tranfaran
- 4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru  
Semoga kedepan lebih dapat meningkatkan perannya dalam melakukan pembinaan untuk kesejahteraan masyarakat. Memberdayakan para remaja melalui pelatihan dan kegiatan lain yang dapat menambah wawasan dan meningkatkan perekonomian agar dapat mensejahterakan hidup dalam menyongsong abat 21
- 5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng  
Semoga tim humas bisa lebih intens turun ke desa dan memberikan bantuan baik berupa komersil maupun ke ilmun kami agar dpt lbh berkembang

6). Hennizar, 40 tahun, Blang Mee

Kepada Humas PT.PIM untuk kedepan agar terbangun citra positif perusahaan di masyarakat terutama di wilayah desa binaan antara lain:

- merumuskan kegiatan yang kongkrit sampai tuntas
- Menetapkan anggaran kegiatan yang tepat sasaran
- melaksanakan apa yang telah disepakati
- melakukan pengawasan terhadap program

7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh

Lebih Cepat, Tepat sasaran , Tidak berbelit2 dalam keadaan darurat bencana dan selalu megedepankan kualitas serta benar membantu dikalangan menengah ke bawah. Tks.

**10. Mohon saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL.**

1). Shuhera Raudhatun Nisah, 22 tahun, Dewa Tambon Baroeh, Mahasiswi

Harus lebih pro aktif dalam berkoordinasi untuk menyampaikan program2 TJSL yang dilaksanakan oleh PT PIM

2). Mirza, 46 tahun, Desa Tambon Tunong

Humas selalu bersinergi dan peka dengan seluruh perangkat Desa maupun masyarakat dan memandang setiap keluhan masyarakat sebagai kemajuan atau masukan yg positif dari masyarakat tanpa melakukan jalan pintas dengan adanya pengalangan masa melakukan orasi yg memang di bolehkah oleh undang undang tetapi sangat beresiko untuk mengambil keputusan. Dan hal tersebut dapat di susupi oleh orang yg tidak bertanggung jawab untuk setiap permasalahan yg akan di sampaikan secara orasi tersebut.

3). Maikurniawati, 34 tahun, Tambon Baroeh

Tinjau kelokasi ,berkomunikasi,menyerap apa yg d sampaikan dan memberikan apa yg d utarakan dan berkomitmen

4). Ruhani, 52 tahun, Desa Blang Mee, Guru

Agar lebih merealisasikan pelaksanaan terhadap apa yang telah direncanakan, bukan hanya rencana tanpa tindak lanjut. Semoga kedepan PIM lebih baik dan dapat membantu masyarakat terutama yang tarif ekonomi rendah

5). Muzakkir, 47 tahun, Desa Paloh Gadeng

Dlm meningkat kan kepercayaan publik humas PT PIM harus lbh cepat menindak lanjuti setiap keluhan dan aspirasi dr masyarakat dan pejabat desa lingkungan

- 6). Hennizar, 40 tahun, Blang Mee  
tetap istiqamah dalam menjalankan amanat dari Undang-Undang yang telah dititik beratkan kepada tanggung jawab perusahaan melaksanakan CSR diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007.
- 7) Zulfikar, 36 tahun, Desa Keudee Kr Geukueh  
Saran. Utk humas agar kerja cerdas dan berani

<b>Lampiran 8</b>
-------------------

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA TESIS  
UNTUK MUSPIKA DEWANTARA & GEUCHIK DESA BINAAN**

Assalamulaikum Bapak/Ibu,

Dengan Hormat.

Bersama ini kami memohon bantuan dari Bapak/Ibu agar sudilah kiranya meluangkan waktu sekitar 10 menit dan membantu saya menjawab Pertanyaan Wawancara di bawah ini untuk kebutuhan data dalam Penelitian Tesis yang sedang saya laksanakan dengan judul : **Peran Public Relations Dalam Membangun Citra**



**Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda** pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (MIKOM UMSU Medan).

Sebagai informasi dapat disampaikan bahwa yang dimaksud dengan Desa Binaan dalam penelitian ini adalah dibatasi desa lingkungan perusahaan yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Keudee Krueng Geukueh, Tambon Tunong, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat.

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah direalisasikan oleh PT PIM kepada Desa Binaan hingga tahun 2023 dalam bentuk pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) antara lain seperti bantuan modal usaha (program kemitraan) UMKM, bantuan rumah duaafa, pembangunan dan renovasi sarana ibadah (masjid, meunasah, balai pengajian), MCK, beasiswa (SD, SMP, SMA), pembinaan UMKM, Program Tani Sejahtera (Kelompok Wanita Tani), pelatihan & sertifikasi untuk pemuda dan pemudi (barista kopi, service AC, barber shop, mekanik & pengelasan, listrik, menjahit dan membuat kue), program kesehatan masyarakat “Jumat sehat bersama” (Jusber), termasuk juga penggemukan sapi, wisata alam Payanie di Blang Mee, dll.

Jawaban dari Bapak/Ibu sangat diharapkan demi kelancaran penelitian ini dan semoga dapat bermanfaat nantinya baik bagi perusahaan, masyarakat dan kita semuanya. Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Salam,  
Saifuddin Noerdin, ST, MSM.

**A. Identitas Responden**

- 6. Nama Lengkap : .....
- 7. Umur : .....
- 8. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- 9. Jabatan : .....
- 10. Alamat : .....
- 11. Tanggal Wawancara : . .....

**B. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jelas**

**1. Menurut Bapak, apakah peran Public Relation (Humas) PT PIM sudah efektif dalam membangun citra positif PIM di mata masyarakat Desa Binaan melalui bantuan TJSL?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Cukup memuaskan
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Sangat efektif
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Cukup memuaskan
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Sangat positif terhadap lingkungan masyarakat Desa Binaan
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Cukup efektif
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Sudah efektif dan perlu dipertahankan agar masyarakat lingkungan lebih Sejahtera
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Sangat baik walaupun belum maksimal tetapi sdh memberikan citra positif utk di kalangan masyarakat lingkungan
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Sudah
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Sangat efektif karena bukan memberi uang tetapi memberi ilmu
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Efektif, namun harus tetap dijaga
- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Sering

**2. Bagaimana koordinasi antara public relation (Humas) PIM dengan Bapak dalam pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PIM? Apakah sering/kadang-kadang/tidak pernah?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Sering
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Sering dan baik
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
sering
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Sering
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Cukup sering
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Sering berkordinasi dengan kami dalam berbagai hal
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Hampir setiap saat terutama apabila ada persoalan sosial masyarakat yg perlu  
dikordinasikan sebagai tanggung jawab sosial di lingkungan perusahaan
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Sering
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Sering
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Sering
- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Sering

**3. Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh public relation (Humas) PT PIM dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di Desa Binaan melalui bantuan TJSL?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Saling berkordinasi
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Komunikasi .silaturahmi dan kordinasi
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat

Sangat bagus

- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Dalam melaksanakan program selalu diikutsertakan dinas terkait
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Bagus
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Upaya humas dalam hal ini dengan memaksimalkan segala bentuk bantuan ke desa lingkungan dan hampir merata.
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Adanya komunikasi yg baik diantara Bagian Humas dgn kami selaku pimpinan pemerintahan di desa terutama dalam setiap bantuan yg akan disalurkan kepada masyarakat
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Silahurrahmi ke masyarakat
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Masyarakat senang atas bantuan yg diberikan oleh pt.pim kepada orang yg layak menerima
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Melakukan program perberdayaan
- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Survei langsung ke desa

**4. Menurut Bapak, Program bantuan TJSL apasaja yang telah diberikan oleh Public Relation (Humas) PT PIM untuk Desa Binaan?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Pelatihan pemuda. Bantuan modal usaha mikro.bantuan beras fakir miskin dan pelayanan kesehatan gratis.rumah layak huni.dll
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Pembagian sembako dan pengobatan gratis
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Rumah sehat untuk keluarga kurang mampu

- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Program Sentral jamur Dewantara
  - 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Bidang sosial, keagamaan, kepemudaan dan peningkatan ekonomi masyarakat
  - 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Banyak jenis bantuan,modal usaha,bantuan keagamaan, untuk phbi,pemberdayaan ekonomi,rumah rehap,mck,rumah layak huni,agro wisata,bea siswa dll
  - 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Bantuan yg kami rasakan saat ini diantaranya: Pembangunan rumah layak huni, rehabilitasi sarana ibadah dan sarana pendidikan, bantuan beras utk keluarga kurang mampu, pelatihan utk pemuda, pelayanan kesehatan, pemberdayaan ekonomi masyarakat serta pembinaan Senin budaya dan olahraga..
  - 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Rumah sehat sederhana, jusber, beasiswa , bantuan anak yatim, bantuan menasah, rumah rehap, umkm, training pemuda,beras dhuafa, bantuan listrik balai pengajian
  - 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Bantuan rumah kepada masyarakat miskin, Pelatihan pemuda dan pemudi
  - 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Pembangunan wisata, membina kelompok kerajinan
  - 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Beras pim peduli, rumah layak huni. Listrik,kwt, dll
- 5. Menurut Bapak, apakah program TJSL PT PIM telah membantu dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di Desa Binaan? Tolong dijelaskan.**
- 1). Syurkani, tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Sangat membantu
  - 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Program TJSL sangat membantu masyarakat lingkungan

- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
PIM sudah membantu maksimal lingkungan baik di sisi pembangunan dan sosial dan kesejahteraan
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Sangat terbantu mereka pelaku UMKM dalam olahan jamur
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Untuk saat ini bisa dikatakan membantu dan mulai melakukan inovasi pola bantuan dalam tujuan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di desa binaan
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Sangat membantu masyarakat dgn adanya tjsl PT PIM walaupun belum bisa memuaskan semua pihak.
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Sangat membantu sekali walaupun Belum maksimal setidaknya bantuan yg diberikan selama ini bermanfaat untuk masyarakat
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Bantuan TJSI PT.PIM sangat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat di desa binaan, bantuan modal usaha utk umkm hibah sangat menolong masyarakat utk usaha,, rumah sehat sangat membantu keluarga miskin yg belum memiliki rumah, sehingga keluarga penerima dapat tinggal di rumah bantuan tanpa menyewa lagi, bantuan anak yatim sangat bermanfaat utk biaya hidup dan pendidikan, begitu juga bea siswa SD, SMP dan SMA.
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Sangat membantu masyarakat miskin dan pemuda lingkungan
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Programnya sudah mengarah ke peningkatan ekonomi masyarakat, seperti pembangunan wisata, pembinaan umkm, dan kelompok gabus. Namun, masih perlu koordinasi yang intens khususnya pembangunan ekoduwisata di Desa Blang mee, karena beberapa bulan terakhir ( januari-mei 2024) tidak ada pergerakan pembangunan yang sementara di lokasi wisata masi ada beberpa sarana dan prasarana yang harus kita bangun.

Di bidang pertanian, atas nama masyarakat desa binaan khususnya petani sangat berterimakasih atas kepedulian PT PIM dengan memberikan air overflow di intake untuk keperluan masyarakat tani dalam mengairi sawah,

dan karena itu kami berharap bantuan air overflow di intake menjadi bantuan rutin dan berkelanjutan PT PIM terhadap masyarakat Blang Mee.

- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Belum maximal.

**6. Apasaja contoh dari bantuan TJSL PIM yang telah memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, kelompok, komunitas atau untuk Desa Binaan?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Bantuan modal usaha.bantuan hari 2besar islam.
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Rumah dhuafa.bantuan utk menasah.mesjid .bantuan sembako.sunat massal dan pengobatan gratis
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Rumah sehat
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Budidaya Jamur
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Agrosolotion, peternakan, barista training, barbershop training, pelatihan service AC, pelatihan welder, pembinaan KWT , pelatihan handmade, pelatihan peribadatan dll
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Contoh bantuan yg bermanfaat bagi masyarakat seperti,modal usaha perorangan dan kelompok,maupun bentuk bantuan lain yg juga sangat bermanfaat bagi lingkungan
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Pembangunan rumah layak huni, rehabilitasi sarana ibadah dan pendidikan, pelatihan pemuda dan pembinaan centra industri kecil / UMKM
8. Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Bantuan anak yatim, banruan beras dhuafa, rumah sehat sederhana, beasiswa
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Bantuan petani tambak dan nelayan

10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Panel daya tapi masih dalam proses pembangunan

11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Rumah layak huni, beras

**7. Apasaja kendala atau hambatan Public Relation (Humas) PIM dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan melalui bantuan TJSL?**

1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Tidak ada kendala

2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Kendala secara garis besar tdk ada dan sdh berjalan dgn aman dan tettib

3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Tidak tau

4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Untuk hambatan dan kendala sampai saat ini belum ada

5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Menurut kami kemungkinan salah satunya kemampuan anggaran dan jumlah penduduk yang sangat banyak terutama pengangguran

6). Tgk. Razali, 50 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Yg menjadi kendala biasanya saat ada perekrutan tenaga kerja lokal.kebutuhan sedikit sedangkan peminat membludak, sehingga pihak humas kewalahan menghadapi nya

7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Sejauh ini tidak kendala yg berarti dalam artian setiap ada kegiatan atau Hal2 yg akan dilaksanakan terutama yang menyangkut dengan masyarakat lingkungan selalu berkoordinasi dgn kami

8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Tidak ada kendala

9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Tidak ada



- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Belum ada hambatan, yang paling utama selalu terjalin komunikasi yang baik
- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Kurang nya komunikasi karyawan dgn masyarakat tentang sosial lingkungan

**8. Menurut Bapak, bagaimana perhatian dan kepedulian PIM dalam membantu masyarakat mengatasi masalah Pendidikan, Kesehatan, Sarana & Prasarana Umum, rumah Ibadah serta Bencana Alam?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Sangat peduli
- 2). Faisal, SH, 54 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Sangat baik
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Sudah maksimal
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Sangat peduli terhadap lingkungan dan membantu terhadap masyarakat yg berdampak banjir, maupun sarana ibadah dan membantu terhadap masyarakat yg tertimpa musibah atau kematian, untuk sarana kesehat sangat peduli terhadap desa binaan ada program Jum'at sehat
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Sangat baik dan responsif
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Pim sangat respek dengan lingkungan dan biasa langsung membantu
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Sudah sangat baik dan sdh dirasakan manfaatnya oleh masyarakat
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Sangat peduli
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Sangat baik
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Masih perlu di tingkatkan,

11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Kekurangan dlm pendidikan.....khusus nya beasiswa

**9. Bagaimana pandangan Bapak terkait dampak program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap masyarakat Desa Binaan/Kecamatan Dewantara?**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Sangat baik.dan membantu
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Masyarakat mengharap kan agar agar program ini di lakukan secara trs menerus
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Sangat bagus
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Sangat mendukung dan Apresiasi terhadap program TJSL
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Dampak positif sangat terasa dan perlu koordinasi serta inventarisasi yang lebih mendalam kedepannya terhadap isu kebutuhan sosial masyarakat
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Dengan adanya program tjsl maka perusahaan menjadi lebih aman dan nyaman dalam berusaha dan persepsi masyarakat juga lebih positif
- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Masyarakat merasa terbantu dgn kehadiran PT PIM terutama dlm hal mengatasi angka pengangguran di lingkungan perusahaan
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Program TJSL sangat baik
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Masyarakat sangat berterima kasih atas program tjsl kecamatan Muara satu kota Lhokseumawe mensukung
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Akan mendapat nilai positif terhadap perusahaan

11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Memuaskan

**10. Mohon saran dan masukan dari Bapak untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun citra positif dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL.**

- 1). Syurkani, 50 tahun, Geuchik Paloh Gadeng  
Saling berkoordinasi dalam segala hal menyangkut hubungan masyarakat dengan lingkungan PIM.
- 2). Faisal, SH, 53 tahun, Plh. Kapolsek Dewantara  
Agar humas pim trs meningkat kan komukasi.silaturami dan kordinasi lbh baik lg agar muspika plus .psra kechik dan masyarakat lingkungan aman dan kondusif
- 3). Muhammad Nur, 46 Tahun, Kadus Gle Madat  
Humas harus meningkatkan komunikasi dan kordinasi yang lebih baik dengan para tokoh yang ada di lingkungan PT pim
- 4). Hermansyah, 58 tahun, DanRamil Dewantara  
Agar program TJSL lebih ditingkatkan lagi untuk kesejahteraan masyarakat tidak hanya untuk desa binaan saja
- 5). Nawafil Mahyuda, 39 tahun, Camat Dewantara  
Koordinasi lintas sektoral perlu ditingkatkan dan pentingnya inventarisasi guna menentukan skala prioritas tjsl, selanjutnya dipandang perlu melihat lebih detail kebutuhan utama masyarakat sekitar dan menciptakan peluang lahirnya pola second stakeholder (membuka peluang lapangan kerja dengan adanya perusahaan ), selanjutnya membentuk media forum bisnis lingkungan agar bantuan lebih tepat sasaran dan mampu memberikan edukasi kepada masyarakat mulai perencanaan, pelaksanaan dan pemasaran hasil usaha masyarakat dan yang terakhir,bisa melibatkan BUMDES dalam kegiatan perusahaan agar kehadiran perusahaan mampu juga memberikan dampak positif terhadap pendapatan asli Gampong
- 6). Tgk. Razali, 56 tahun, Ketua Forum Geuchik Dewantara  
Kami memandang perlu peningkatan bantuan ke desa desa binaan dalam kec Dewantara dan disesuaikan agar tidak terjadi kesenjangan antara desa lingkungan dan desa binaan,begitu juga dalam hal perekrutan tenaga kerja,kiranya pim selalu mempertimbangkan kearifan lokal.semoga pim

terus maju terus jaya.mudah mudahan kedepan ada lagi pabrik pabrik baru di bawah kendali pim.

- 7). Kamaruzzaman, 50 tahun, Geuchik Keudee Krueng Geukueh.  
Terus membangun komunikasi dan koordinasi dengan baik , transparan kepada masyarakat dalam segala hal seperti yg sudah terjalin selama ini dan dapat meningkatkan bantuan dan kepedulian terhadap lingkungan terutama dalam hal memprioritaskan perekrutan tenaga kerja agar lebih banyak putra putri lingkungan yg bekerja di PT PIM Serta Bantuan utk masyarakat kurang mampu agar lebih di tingkatkan, pelayanan kesehatan dan pelatihan juga memerlukan perhatian serius disampaikan pembangunan infrastruktur yg bermanfaat untuk masyarakat.
- 8). Muzakkir, 50 tahun, Geuchik Tambon Baroh  
Peran humas sangat perlu utk menjembatani keinginan masyarakat dengan perusahaan dapat terjalin dengan baik, fungsi humas melalui tjsl dapat berjalan jika CSR perusahaan dapat digunakan lebih utama kepada desa binaan yg terbatas langsung dengan pabrik,, TJSL dapat berjalan jika ada sokongan dana dari perusahaan.
- 9). Iskandar Hamzah, 54 tahun, Geuchik Blang Naleung Mameh  
Bantuan yg diberikan kpd masyarakat yg berkelanjutan
- 10). Ferizal, 34Thn, Geuchik Blang Mee.  
Terkait dengan program yang dilakukan TJSL akan mendapat penilaian positif dari masyarakat, termasuk humas juga harus memfasilitasi perekrutan tenaga kerja perusahaan. Karena kepedulian TJSL dalam hal pemberdayaan ekonomi, hal perekrutan tenaga kerja juga sangat berpengaruh terhadap penilaian masyarakat
- 11). Murdani, 51 tahun, Geuchiek Tambon Tunong  
Penambahan beras bantuan, beasiswa, kesehatan tiap bulan membantu program posyandu, pembinaan secara langsung ekonomi wanita.

## Lampiran 9

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA TESIS UNTUK TOKOH MASYARAKAT DEWANTARA

Assalamulaikum Bapak/Ibu,

Dengan Hormat.

Bersama ini kami memohon bantuan dari Bapak/Ibu agar sudilah kiranya meluangkan waktu sekitar 10 menit dan membantu saya menjawab Pertanyaan Wawancara di bawah ini untuk kebutuhan data dalam Penelitian Tesis yang sedang saya laksanakan dengan judul : **Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda** pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (MIKOM UMSU Medan).

Sebagai informasi dapat disampaikan bahwa yang dimaksud dengan Desa Binaan dalam penelitian ini adalah dibatasi desa lingkungan perusahaan yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Keudee Krueng Geukueh, Tambon Tunong, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat.

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah direalisasikan oleh PT PIM kepada Desa Binaan hingga tahun 2023 dalam bentuk pendampingan

(*stewardship*) maupun hibah (*charity*) antara lain seperti bantuan modal usaha (program kemitraan) UMKM, bantuan rumah duafa, pembangunan dan renovasi sarana ibadah (masjid, meunasah, balai pengajian), MCK, beasiswa (SD, SMP, SMA), pembinaan UMKM, Program Tani Sejahtera (Kelompok Wanita Tani), pelatihan & sertifikasi untuk pemuda dan pemudi (barista kopi, service AC, barber shop, mekanik & pengelasan, listrik, menjahit dan membuat kue), program kesehatan masyarakat “Jumat sehat bersama” (Jusber), termasuk juga penggemukan sapi, wisata alam Payanie di Blang Mee, dll.

Jawaban dari Bapak/Ibu sangat diharapkan demi kelancaran penelitian ini dan semoga dapat bermanfaat nantinya baik bagi perusahaan, masyarakat dan kita semuanya. Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Salam,  
Saifuddin Noerdin, ST, MSM.

### **C. Identitas Responden**

- 12. Nama Lengkap : .....
- 13. Umur : .....
- 14. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- 15. Jabatan/Instansi : .....
- 16. Alamat : .....
- 17. Tanggal Wawancara : .....

### **D. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jelas**

#### **1. Menurut pandangan Bapak/Ibu, bagaimana hubungan antara Public Relation (Humas) PIM dengan masyarakat di Desa Binaan terkait program TJSL?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Alhamdulillah sangat baik dan harmonis
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe  
Humas memiliki peran yang sangat penting dalam menjalin hubungan dengan masyarakat di Desa Binaan terkait TJSL: perannya spt berikut: 1. Komunikasi dan Informasi Program-program TJSL: Humas PIM bertanggung jawab untuk menyampaikan setiap informasi mengenai Program TJSL kepada

masyarakat Desa Binaan sehingga program2 tersebut dipahami dengan baik oleh masyarakat. 2. Mendengarkan masukan dan Umpan Balik: masyarakat Desa Binaan. Masyarakat perlu didengar masukan2nya erkait program TJSL guna mengetahui kebutuhan dan juga evaluasi danuntuk perbaikan dalam pelaksanaan prgoram. 3. Mengelola Opini Publik: Humas harus mampu mengelola opini publik terhadap program TJSL melalui melalui kegiatan komunikasi 4. Memfasilitasi kerjasama PT PIM-Mayarakat (LSM) dan pemerintah

**2. Menurut Bapak/Ibu, bagaimanakah peran public relation (Humas) PIM dalam menyampaikan informasi tentang program TJSL kepada masyarakat Desa Binaan?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Disampaikan melalui Geuchik dan Ketua Karang taruna masing-masing Gampong
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe  
Peran Humas PIM sangat penting agar program-program TJS: dapat sampai ke masyarakat, pemerintah dan LSM.

**3. Menurut Bapak/Ibu, apasaja yang menjadi faktor penting dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat Desa Binaan melalui program TJSL ?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Komunikasi, adaptasi dan menjawab kebutuhan Lingkungan
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe  
1. Komunikasi yang baik dan setara, 2. transparan dalam pelaksanaan program, 3.mendengarkan (program2 perlu juga berasal dari masyarakat - button up), 4. informatif, dan program2 berlanjut

**4. Upaya apa saja yang dilakukan oleh Humas PIM dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat desa Binaan untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Meninjau langsung ke lapangan dan menanyakan kebutuhannya
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe

1. penyuluhan, 2. adanya media informasi (medsos, web, leaflet), 3. membangun kemitraan: tokoh masy, pemuda, lsm, pemerintah, 4. mengadakan pertemuan secara rutin/insidental

**5. Menurut Bapak/Ibu, Program bantuan TJSL apasaja yang telah diberikan oleh Public Relation (Humas) PT PIM kepada Desa Binaan?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Modal Usaha, UMKM, Bantuan Rumah Du'afa, bantuan renovasi fasilitas umum (Masjid, Meunasah, Dayah dan Balai Pengajian).
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe Beasiswa, Program Tani Sejahtera, Pelatihan untuk Pemuda/i bidang kembangkan usaha. Jum'at sehat bersama PIM. Pengembangan Usaha Ternak Wisata alam, dll.

**6. Menurut Bapak, apakah program TJSL PT PIM telah membantu dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di Desa Binaan? Tolong dijelaskan.**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Alhamdulillah, sudah sangat membantu
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe beasiswa, rumah ssehat, membantu UKM, membantu rumah ibadah, pelatihan, dan obyek wisata (Paya Nie), merekrut tenaga kerja dr desa binaa

**7. Bagaimana perhatian dan kepedulian PIM dalam membantu masyarakat mengatasi masalah Pendidikan, Kesehatan, Sarana & Prasarana Umum, rumah Ibadah serta Bencana Alam?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Sangat Peduli dan sangat tanggap terhadap bencana alam. Dan PIM juga pernah menjadi koordinator dalam penyaluran bantuan korban Banjir di Tangse dan tempat lainnya, hingga ke Timor Leste saya dengar PIM pernah membawa bantuannya
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe Perhatian sudah dilakukan sejak PT PIm berdiri. Perbaikan dan peningkatan perlu dilakukan terutama aspek: pendidikan, kesehatan, & membangun UMKM



**8. Bagaimana pandangan Bapak terkait dampak program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap masyarakat Desa Binaan/Kecamatan Dewantara?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Masyarakat sangat berterimakasih karena telah membuka wawasan terhadap perekonomian
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe  
Sudah baik, tetapi perlu ada perbaikan dan penyempurnaan. Karena ada kesan di masyarakat bahwa program2 TJSL PT belum sepenuhnya menyentuh hajat hidup masyarakat khususnya masyarakat miskin

**9. Apasaja kendala atau hambatan Humas PIM dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan? Bagaimana solusinya?**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun  
Kontra yang timbul tetap ada karena tidak terpenuhi secara pribadi, namun PIM mendekatinya dan memberikan pemahaman yang bijak. Dengan demikian yang sudah ditempuh, Alhamdulillah mayoritas mereka yang kontra akan menerimanya
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe
  1. Ekspektasi masyarakat yang terlalu tinggi terhadap PIM, sementara kemampuan dan runag lingkup TJSL PIM tdak sebesar harapan masy,
  2. Keterbatasan SD PIM,
  3. Tingkat pendidikan masy. Ini menyulitkan mereka dlm memahami TJSL PIM,
  3. Ada pihak2 yg ingin mendapatkan keuntungan pribadi. Jk itu tdk didapat mk oknum2 ini berpotensi memprovokasi masy awam,
  4. Kurangnya kepercayaan masy terhadap PIM (dianggap kurang transparan)

**10. Mohon saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun citra positif dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL.**

- 1). Tgk. Abdullah (Waled Lah) Imum Mukim Kr Geukueh, 51 tahun
  - Mempertahankan sikap selama ini yang telah dibina dengan baik. -
  - Menjawab isu2 negatif yang berkembang dengan pendekatan kekeluargaan.
  - Sering melibatkan Warga Lingkungan dalam acara yang bersifat Umum
- 2). Dr. Ismadi, 53 tahun (Dosen Fakultas Pertanian Unimal Lhokseumawe

Komunikasi perlu terus ditingkatkan dan dilakukan secara massif terutama melalui tokoh2 masy, pemuda, lsm dan pemerintah

**Lampiran 10**

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA TESIS  
UNTUK MEDIA MASSA**

Assalamulaikum Bapak/Ibu,  
Dengan Hormat.

Bersama ini kami memohon bantuan dari Bapak/Ibu agar sudilah kiranya meluangkan waktu sekitar 10 menit dan membantu saya menjawab Pertanyaan Wawancara di bawah ini untuk kebutuhan data dalam Penelitian Tesis yang sedang saya laksanakan dengan judul : **Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda** pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (MIKOM UMSU Medan).

Sebagai informasi dapat disampaikan bahwa yang dimaksud dengan Desa Binaan dalam penelitian ini adalah dibatasi desa lingkungan perusahaan yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Keudee Krueng Geukueh, Tambon Tunong, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat.

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah direalisasikan oleh PT PIM kepada Desa Binaan hingga tahun 2023 dalam bentuk pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) antara lain seperti bantuan modal usaha (program kemitraan) UMKM, bantuan rumah duafa, pembangunan dan renovasi sarana ibadah (masjid, meunasah, balai pengajian), MCK, beasiswa (SD, SMP, SMA), pembinaan UMKM, Program Tani Sejahtera (Kelompok Wanita Tani), pelatihan & sertifikasi untuk pemuda dan pemudi (barista kopi, service AC, barber shop, mekanik & pengelasan, listrik, menjahit dan membuat kue), program kesehatan masyarakat “Jumat sehat bersama” (Jusber), termasuk juga penggemukan sapi, wisata alam Payanie di Blang Mee, dll.

Jawaban dari Bapak/Ibu sangat diharapkan demi kelancaran penelitian ini dan semoga dapat bermanfaat nantinya baik bagi perusahaan, masyarakat dan kita semuanya. Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Salam,  
Saifuddin Noerdin, ST, MSM.

#### **E. Identitas Responden**

18. Nama Lengkap : .....
19. Umur : .....
20. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
21. Jabatan/Media Massa : .....
22. Alamat : .....
23. Tanggal Wawancara : .....

#### **F. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jelas**

##### **1. Bagaimana media menilai liputan terhadap program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang dilaksanakan public relation (Humas) PIM di Desa Binaan?**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Sangat bermamfaat program TJSL PIM atas bantuan kepada masyarakat
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Bagus, menurut saya menilai sudah sangat baik program TJSL PIM

3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV

Selama ini saya melihat berbagai program yang dilakukan PT.PIM terhadap Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sudah sangat baik, seperti program rumah sehat sederhana, Beasiswa Anak Asuh Desa Binaan dan memberdayakan pemuda lingkungan agar bisa mandiri. namun saya menyarankan bantuan TJSL dapat juga dinikmati oleh warga Aceh lain bukan dikhususkan untuk warga lingkungan.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

Dalam kurun waktu yang sudah cukup lama, PT PIM telah melaksanakan kewajibannya sebagai salah satu proyek vital yang ada dan masih sangat aktif di tengah-tengah masyarakat Aceh, khususnya di Kabupaten Aceh Utara dan terutama di 9 gampong (desa) binaan. Amatan media Waspada selama ini, PT PIM terus memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam memberikan layanan TJSL kepada warga gampong binaan. Menurut pandangan kami awak media, semua bantuan mulai dari pemberian rumah dhuafa, modal usaha, beasiswa, bantuan kesehatan, dan berbagai pelatihan kecakapan hidup nyaris diterima oleh semua warga di 9 gampong binaan. Totalitas layanan TJSL yang diberikan oleh PT PIM untuk warga di 9 gampong binaan itu telah mengundang kecemburuan bagi warga di luar 9 gampong binaan itu. Betapa tidak, setelah mendapatkan program TJSL, warga di 9 gampong itu juga mendapat prioritas untuk diterima bekerja di PT PIM atau pada anak perusahaan yang tergabung dalam PT PIM. Intinya, perhatian PT PIM terhadap warga di 9 gampong binaan sangat totalitas.

**2. Menurut Bapak/Ibu, aspek apasaja dari program TJSL yang menjadi sorotan media, baik positif maupun negatif?**

1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen

Membantu membangun rumah dhuafa (Positif)

2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh

Pemberdayaan ekonomi masyarakat dan program rehab rumah warga lingkungan

3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV

Menurut saya program TJSL yang menjadi sorotan media adalah penanaman pohon mangrove (bakau) yang selalu dilakukan di pesisir pantai atau sungai, namun tidak ada tindak lanjut dari penanaman tersebut. Dari hasil pengamatan media banyak pohon mangrove yang ditanam tidak ada perawatan sehingga banyak yang mati karena tidak ada perawatan, dan anehnya lagi tahun berikutnya juga dilakukan penanaman pohon mangrove lagi sehingga terkesan mubazir dan sia-sia, banyak anggaran habis namun sedikit manfaatnya.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

Hampir semua program TJSL PT PIM menarik perhatian awak media. Namun, beberapa aspek yang menjadi daya tarik bagi kami adalah pemberian rumah bantuan untuk kaum dhuafa dengan kualitas yang jauh lebih bagus dan ukuran rumah yang lebih luas dibandingkan dengan program bantuan rumah dhuafa yang dikelola oleh pemerintah baik provinsi maupun kabupaten/kota. Dan satu lagi, program satuan yatim dan fakir miskin yang rutin dilaksanakan oleh PT PIM setiap tahun terutama sunat gratis. Saat ini biaya sunat gratis tergolong mahal bagi masyarakat ekonomi rendah. Dengan program ini masyarakat sangat terbantu. Intinya, semua program TJSL yang dilaksanakan oleh PT PIM menarik perhatian awak media. Harapan kami awak media, program ini dapat dilaksanakan secara adil dan berbasis data real, sehingga bantuan yang diberikan tepat sasaran dan tidak menzalimi masyarakat miskin.

**3. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang peran media dalam membentuk opini publik tentang program bantuan TJSL dan citra perusahaan PT PIM?**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Cukup positif apa yang dikerjakan oleh pihak PT PIM(TJSL)
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Tentunya peran media sangat penting dalam setiap program bantuan TJSL yang dijalankan oleh PT PIM untuk disebarluaskan kepada publik terkait informasi yang berkaitan kepedulian perusahaan terhadap desa lingkungan.
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV  
Program bantuan TJSL yang diberikan oleh PT PIM selama ini sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan PT PIM, karena meskipun bantuannya tidak banyak dan merata namun program tersebut sangat menyentuh dan dirasakan langsung manfaat oleh warga, contohnya seperti bantuan rumah sehat sederhana.
- 4). Maimun, Ka Biro Waspada  
Media salah satu sarana penyampai informasi (penyambung lidah) baik dari PT PIM kepada masyarakat maupun dari masyarakat untuk PT PIM. Peran media dalam program THSL telah berhasil membuat masyarakat di 9 gampong binaan memahami apa kau program TJSL sehingga setiap program yang diturunkan oleh PT PIM di 9 gampong binaan tidak menimbulkan bejolak atau protes masyarakat. Artinya, lambat laun media telah berhasil membentuk pola pikir masyarakat ke arah positif dan menerima setiap program yang diturunkan oleh PT PIM sesuai dengan data yang dikunjungi oleh PT PIM.

**4. Apasaja perubahan dalam persepsi masyarakat terhadap PT PIM setelah melihat liputan tentang program-program bantuan TJSL PIM di media?**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Sangat berterima kasih sekali, ke depan agar TJSL meningkatkan lagi programnya yang berbasis sosial
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
PIM akan terus maksimal mungkin untuk memberi terbaik kepada warga lingkungan perusahaan.
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV  
ya mereka akan merasakan bahagia dan dihargai karena kehadiran PT.PIM bisa membantu mereka walaupun tidak semua warga merasakan sekaligus, namun dengan adanya bantuan TJSL sedikitnya akan membuat warga tersenyum dan bahagia dan tentunya akan mengobati hati mereka bila ada paparan amoniak tertutup dengan adanya perhatian dari PIM
- 4). Maimun, Ka Biro Waspada  
Masyarakat di 9 gampong telah menyadari bahwa program TJSL merupakan program wajib yang harus dilaksanakan oleh PT PIM sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. Karena itu merupakan kewajiban, maka masyarakat pun memahami dalam melaksanakan kewajibannya, PT PIM harus melaksanakan program sesuai aturan dan ketentuan yang ada. Artinya, bantuan apapun dari program TJSL harus memenuhi kriteria. Kondisi inilah yang membuat masyarakat tidak melakukan protes. Atas jasa awak media berbagai program PT PIM di desa binaan berjalan dengan baik. Dan jika pun terjadi pencemaran lingkungan atau lepas amoniak, PT PIM dengan segera bertindak dengan cara mengamankan masyarakat dan memberikan layanan kesehatan bagi warga yang terkena dampak. Aksi cepat tanggap membuat masyarakat peduli dengan PT PIM

**5. Bagaimana hubungan komunikasi dan informasi yang dibangun oleh Public Relation (Humas) PT PIM dengan media massa dalam meningkatkan citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan?**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Sangat Harmonis hubungan yang telah dibangun PR PIM dengan Media
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Sudah sangat Bagus jalinan komunikasi dan informasi dengan Media
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV

selama ini hubungan Public Relation (Humas) PT PIM dengan media sangat bagus, namun perlu ditingkatkan lagi. menurut saya dengan adanya pemberitaan yang positif terhadap PIM akan meningkatkan citra perusahaan yang baik.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

Selama ini hubungan yang dibangun oleh Humas PT PIM dengan awak media cukup bagus. Apalagi di era kecanggihan teknologi informasi hampir semua informasi diberikan oleh PT PIM lewat siaran pers kepada awak media melalui grup WhatsApp. Kondisi ini telah membantu awak media dalam menyajikan berita yang berimbang. Dan bagusnyalagi, Humas telah mampu membangun hubungan yang cukup akrab dengan awak media. Padahal jumlah media online dewasa ini di Aceh Utara dan Kota Lhokseumawe jumlahnya mwnapai ratusan baik yang terverifikasi maupun yang belum terverifikqsi dewan pers. Pun demikian, Humas PT PIM mampu memberikan perhatian yang sama.

**11. Bagaimana menurut pandangan Media massa, peran public relation (Humas) PIM dalam menyampaikan informasi program bantuan TJSL kepada masyarakat Desa Binaan?**

1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen

Peran PR sangat terbuka dalam menyampaikan informasi bantuan TJSL

2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh

Public Relations professional haruslah sadar betul bahwa media memiliki peran penting dalam kegiatan publikasi. Sehingga penting bagi Public Relations untuk menjalihkan hubungan dengan media atau yang selanjutnya disebut dengan Media Relations. Media relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang Public Relations yang berhubungan dengan media massa, dalam hal ini adalah kegiatan publikasi perusahaan. Media relations penting dilakukan bagi seorang Public Relations karena tujuan utamanya adalah untuk reputasi perusahaan.

3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV

menurut saya selama ini sangat baik, berita-berita baik PIM selalu dimuat di media online, cetak dan televisi. namun saran saya, PIM juga harus bekerja keras untuk membangun komunikasi di Media Sosial, karena selama ini Medsos lebih cepat informasinya kepada masyarakat, sehingga biala informasi yang tidak berimbang bisa terbantahkan langsung di Medsos juga.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

Seperti yang sudah kami utarakan di atas, tidak ada informasi yang disembunyikan dan semua informasi diterima oleh awak media sesuai dengan fakta lapangan. Buktinya, tidak ada gelombang protes masyarakat

**12. Menurut Bapak, apakah program TJSL PT PIM telah membantu dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan di Desa Binaan? Tolong dijelaskan.**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Sudah bahkan diluar Desa Binaan tetap ada bantuan
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Dengan adanya program TJSL PT PIM paling tidak sudah membantu masyarakat lingkungan
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV  
Program TJSL PT PIM selama ini sangat membantu masyarakat dan bahkan peningkatan ekonomi masyarakat, bantuan dari PIM melalui Program TJSL PT PIM telah banyak membuat perubahan di tengah2 masyarakat.
- 4). Maimun, Ka Biro Waspada  
Program TJSL telah membuat masyarakat miskin memiliki rumah, mendapat beasiswa, layanan kesehatan gratis, program santunan fakir, miskin dan yatim piatu, program kecakapan hidup dan bahkan warga di 9 gampong binaan mendapat bantuan balai pengajian.

**13. Bagaimana pandangan Media, terkait dampak program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap masyarakat Desa Binaan?**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Sangat positif
- 2). Armiadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Sebenarnya, program untuk memberikan kemanfaatan bagi pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Pelaksanaan TJSL juga merupakan bagian dari penerapan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) terutama pada prinsip responsibilitas. Sehingga selama ini dengan adanya program TJSL sangat membantu masyarakat lingkungan atau Desa binaan.  
Program TJSL PIM perlu ditingkatkan pada setiap tahun sehingga berdampak positif bagi masyarakat lingkungan
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV



menurut saya perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial secara baik dan benar, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan perusahaan akan mendapatkan kemudahan dalam menjalankan kegiatan atau program usahanya di daerah yang bersangkutan.

menurut saya perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial secara baik dan benar, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan perusahaan akan mendapatkan kemudahan dalam menjalankan kegiatan atau program usahanya di daerah yang bersangkutan.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

Meskipun PT PIM telah memberikan layanannya dengan prima dan sesuai dengan ketentuan dan tanggung jawab yang diberikan oleh pemerintah, tentu sikap pro dan kontra tetap terjadi, karena PT PIM bukan mesin pemuas. Tetapi kehadiran program TJSL telah menolong masyarakat dalam menggapai hidup yang lebih baik melalui berbagai program kecakapan hidup. Kondisi ini bernilai positif terhadap PT PIM di mata masyarakat.

Ke dua belah pihak telah terikat hubungan saling ketergantungan; masyarakat membutuhkan PIM dan begitu sebaliknya.

**14. Apasaja kendala atau hambatan Humas PIM dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan? Bagaimana solusinya?**

1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen

Selama ini belum adanya kendala

2). Armiaadi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh

Perlu meningkatkan hubungan dengan media dan selalu melakukan pertemuan bersama media dalam waktu tiga bulan sekali untuk meminta masukan terhadap program TJSL yang dijalankan

3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV

ya kendalanya kadang ada media yang tidak sejalan dengan PIM sehingga wartawannya tetap memberitakan isu-isu negatif saja terhadap PIM, solusinya perlu komunikasi yang baik dengan media itu, bahkan kalau perlu PIM tetap menganding wartawan yang tidak sejalan itu. menurut saya bila ada satu media aja yng memberitakan tentang isu negatif terhadap PIM itu sangat berpengaruh karean di jaman digital saat ini, berita akan cepat menyebar melalui Medsos.

4). Maimun, Ka Biro Waspada

PT PIM harus menempatkan orang-orang yang mampu membangun komunikasi massa, kelompok maupun individu di Humas sehingga dengan kehadiran sosok yang mampu membangun komunikasi tersebut mampu

membuka cakrawala berpikir masyarakat 9 gampong binaan. Kekurangan yang terjadi selama ini PT PIM belum tepat menempatkan orang-orangnya di Humas sehingga perlu dilakukan perombakan dengan cara menempatkan Kepala Humas dengan orang-orang luwes dan humble dalam pergaulan.

**15. Mohon saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun citra positif dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL.**

- 1). Teuku Saifuddin Alba, 56 tahun, News Ataloen  
Ke Depan Humas lebih meningkatkan lagi hubungan komunikasi dengan desa desa yang melintas Pipa kepunyaan PT.PIM
  
- 2). Armidi, SE, 42 tahun, Ka Perwakilan Rakyat Aceh  
Humas PT PIM perlu melakukan pertemuan dengan tokoh masyarakat desa binaan dan tanyakan apa yang diinginkan oleh masyarakat dengan keberadaan PT Pupuk Iskandar Muda demi meningkatkan taraf kehidupan masyarakat miskin
  
- 3). Armia Jamil, 49 tahun, iNews TV  
saran saya: Tetap menjalin komunikasi yang baik dengan para Jurnalis, bila perlu tiga bulan sekali diadakan pertemuan silaturahmi. selain itu Humas PIM juga harus ada satu karyawan yang mampu menulis berita Rilis PIM bukan dari pihak luar PIM untuk menjaga kode etik perusahaan, dan satu lagi yang sangat penting bila ada peristiwa negatif di lingkungan PIM, mhn dapat memberikan konfirmasi cepat kepada media ataupun dilakukan pertemuan untuk mencari solusi yang baik dalam pemberitaan.
  
- 4). Maimun, Ka Biro Waspada  
Orang-orang yang ditempatkan oleh PT PIM di bagian Humas haruslah orang-orang yang mampu memahami kebutuhan masyarakat dan awak media. Kebutuhan masyarakat untuk menyampaikan masukan kepada pimpinan dan kebutuhan awak media dalam mendapatkan. Informasi dan konfirmasi sehingga setiap berita yang diterbitkan oleh awak media tidak mengundang kesalahan dalam pemberitaan. Artinya awak media mampu menyajikan berita yang berimbang sehingga tidak ada yang merasa dirugikan oleh kehadiran awak media.

-----

## Lampiran 11

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA TESIS UNTUK PUBLIC RELATIONS PIM

Assalamualaikum Bapak/Ibu,

Dengan Hormat.

Bersama ini kami memohon bantuan dari Bapak/Ibu agar sudilah kiranya meluangkan waktu sekitar 10 menit dan membantu saya menjawab Pertanyaan Wawancara di bawah ini untuk kebutuhan data dalam Penelitian Tesis yang sedang saya laksanakan dengan judul : **Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program TJSL PT Pupuk Iskandar Muda** pada Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (MIKOM UMSU Medan).

Sebagai informasi dapat disampaikan bahwa yang dimaksud dengan Desa Binaan dalam penelitian ini adalah dibatasi desa lingkungan perusahaan yang paling dekat atau berbatasan langsung dengan lokasi area pabrik dan perumahan PIM, yaitu Desa Tambon Baroeh, Keudee Krueng Geukueh, Tambon Tunong, Paloh Gadeng, Blang Naleung Mameh, Blang Mee dan Dusun Madat.

Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang telah direalisasikan oleh PT PIM kepada Desa Binaan hingga tahun 2023 dalam bentuk pendampingan (*stewardship*) maupun hibah (*charity*) antara lain seperti bantuan modal usaha (program kemitraan) UMKM, bantuan rumah duaafa, pembangunan dan renovasi sarana ibadah (masjid, meunasah, balai pengajian), MCK, beasiswa (SD, SMP, SMA), pembinaan UMKM, Program Tani Sejahtera (Kelompok Wanita Tani), pelatihan & sertifikasi untuk pemuda dan pemudi (barista kopi, service AC, barber shop, mekanik & pengelasan, listrik, menjahit dan membuat kue), program kesehatan

masyarakat “Jumat sehat bersama” (Jusber), termasuk juga penggemukan sapi, wisata alam Payanie di Blang Mee, dll.

Jawaban dari Bapak/Ibu sangat diharapkan demi kelancaran penelitian ini dan semoga dapat bermanfaat nantinya baik bagi perusahaan, masyarakat dan kita semuanya. Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Salam,  
Saifuddin Noerdin, ST, MSM.

### **G. Identitas Responden**

- 24. Nama Lengkap : .....
- 25. Umur : .....
- 26. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- 27. Unit Kerja di PT PIM : .....
- 28. Jabatan : .....
- 29. Tanggal Wawancara : .....

### **H. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jelas**

#### **1. Apa saja yang telah dilaksanakan oleh public relation (Humas) PIM untuk memastikan bahwa pesan-pesan program TJSL telah tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat Desa Binaan?**

- 1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL  
Membuat materi promosi yang menarik dan informatif, seperti brosur, poster, video, dan konten digital lainnya, yang menjelaskan dengan jelas program CSR, tujuannya, dan manfaatnya bagi masyarakat binaan, Memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan informasi tentang program CSR kepada masyarakat binaan, Mengirimkan siaran pers kepada media lokal dan regional tentang program CSR, serta mengundang liputan media untuk meningkatkan visibilitas dan dukungan dari masyarakat luas, Mengadakan kegiatan komunitas dan acara lokal yang terkait dengan program CSR, seperti penyuluhan, bakti sosial, atau workshop, untuk langsung berinteraksi dengan masyarakat binaan, menyampaikan informasi, dan mendengarkan masukan mereka.

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Setiap Program pemberdayaan yang dilakukan oleh TJSL dipastikan tersampaikan informasi dengan tepat, baik secara langsung saat dilakukan pertemuan dengan Stakeholder, publikasi melalui mitra media, maupun media internal seperti Website dan IG Corporate sebagai laporan terhadap kontribusi perusahaan bagi Masyarakat sekitar maupun stakeholder terkait, dan ini merupakan capaian kinerja Perusahaan setiap tahunnya yang harus dipenuhi.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

Humas PIM telah melakukan :

- Koordinasi dan Komunikasi secara intens dengan aparat desa, stakeholder, akademisi, Muspika, Tokoh masyarakat, Lembaga dan masyarakat untuk menyampaikan program2 yang ada di TJSL serta melakukan sinergi atas program untuk berkolaborasi dan berjalan berdampingan.
- Membuat berbagai pelatihan yang ditujukan kepada pemuda rentan untuk mengurangi angka pengangguran agar memiliki skill dan mampu mandiri. Hal ini PIM lakukan berkolaborasi dengan BPVP Banda Aceh untuk terus menyajikan berbagai pelatihan sesuai kebutuhan era zaman.
- Melakukan MONEV (Monitoring dan Evaluasi) secara berkala terhadap efektivitas komunikasi tentang program TJSL kepada masyarakat Desa Binaan, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan berdasarkan umpan balik yang diterima.

Dengan melaksanakan langkah-langkah tersebut secara terencana dan sistematis, Humas PIM dapat memastikan bahwa pesan-pesan program TJSL tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat Desa Binaan, sehingga meningkatkan pemahaman dan partisipasi mereka dalam program tersebut.

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Sosialisasi, edukasi dan koordinasi dengan Tomas dan Masyarakat

**2. Menurut Bapak/Ibu, apasaja tantangan terbesar yang dihadapi public relation (Humas) PIM dalam memastikan pesan-pesan program TJSL tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat Desa Binaan?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik itu dalam hal personel, anggaran, atau infrastruktur komunikasi. Tingkat pendidikan dan literasi yang bervariasi di masyarakat Desa Binaan dapat menjadi hambatan dalam menyampaikan pesan dengan efektif. Dinamika dalam komunitas Desa Binaan, seperti perubahan kepemimpinan, konflik internal, atau perubahan demografis, dapat memengaruhi cara pesan-pesan program TJSL diterima dan dipahami oleh masyarakat.

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Tantangan terbesar adalah disaat aktor lingkungan yang belum bisa diajak kerjasama karena berbagai kepentingan pribadi yang bersangkutan sehingga banyak hal positif yang dilakukan TJSL ini infokan terbalik ke media sehingga yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat tidak terpublish dengan sempurna karena ada bantahan-bantahan dari aktor-aktor lingkungan yang dengan sengaja mencari-cari kelauman Perusahaan untuk di publish ke media.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

Yang menjadi kendala selama ini adalah : PIM selalu memberikan yang terbaik, baik itu dari segi pelayanan, program-program TJSL namun tetap dimata masyarakat PIM tidak pernah membantu apa-apa. Kami juga dari PIM saat ini masi merasa belum sepenuhnya memuaskan seluruh lapisan masyarakat dikarenakan seluruh anggaran dari TJSL itu harus diberikan sesuai dengan rencana kerja, tidak dibenarkan diberikan kepada orang itu-itu saja. Bantuan diberikan harus merata dan sesuai arahan dari Pupuk Indonesia harus bersifat kelompok agar penerima manfaat semakin banyak

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Penyaluran CSR blm dapat mengakomodir keinginan stakeholder

**3. Apasaja kendala atau hambatan yang didapat oleh public relation (Humas) PIM dalam membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui program TJSL? Bagaimana solusinya?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Keterbatasan sumber daya, baik dalam hal finansial maupun personel, dapat menjadi kendala dalam mengimplementasikan program TJSL secara efektif dan membangun citra positif perusahaan. Mungkin ada kesenjangan antara harapan masyarakat terhadap program TJSL dan kenyataan implementasinya. Jika program tidak memenuhi ekspektasi atau tidak memberikan dampak

yang diharapkan, hal ini dapat merusak citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan masyarakat.

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Penerimaan masyarakat terhadap pelaksanaan program sering terkendala karena sebagian masyarakat masih mengharapkan bantuan cash/carity, sedangkan perusahaan harus mengurangi carity dalam pelaksanaan program, kepentingan-kepentingan dari stakeholder juga berpengaruh kinerja TJSL, Salah satu yang dilakukan untuk tidak terhambatnya program perusahaan untuk meningkatkan citra positif perusahaan adalah, pendekatan secara formal dan personal perlu dilakukan dengan memaparkan manfaat dan dampak terhadap pelaksanaan program dan dampak jika dilakukan bantuan secara carity, sustainable program perlu di jalankan untuk memastikan dampak positif yang akan di rasakan masyarakat dan manfaat keberadaan perusahaan ditengah-tengah lingkungan masyarakat.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

Sejauh ini kendala yang dihadapi oleh Humas PIM adalah masyarakatnya sendiri. PIM sudah sangat maksimal dalam mengimplemmentasikan program ke lingkungan namun masyarakat masi belum bisa maksimal dalam menjalankannya. Istilahnya PIM sudah memberi, PIM menginginkan bahwa masyarakat juga harus memiliki tanggungjawab atas program yang telah diberikan. PIM juga memiliki keterbatasan SDM dalam melakukan monitoring dan evaluasi, sebisanya masyarakat juga harus maksimal atas apa yang diberikan oleh PIM baik itu merupakan program atau bantuan apapun. Solusi yang dapat dilakukan oleh PIM adalah, PIM terus melakukan pendekatan dengan masyarakat, membangun dan memelihara komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan dengan masyarakat desa

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Penerima manfaat tidak mengindahkan aturan penyaluran CSR

**4. Bagaimana Bapak/Ibu mengukur kesuksesan dan keberhasilan dari program-program TJSL yang telah dilaksanakan dalam membangun citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Melakukan Survei Kepuasan Lingkungan, Index Kepuasan Masyarakat (IKM), pengukuran Socila Return On Investment (SROI), Penghargaan atau pengakuan dari pihak-pihak terkait, seperti pemerintah, organisasi non-profit, atau lembaga penelitian

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Dalam melaksanakan program TJSL tentunya punya tolak ukur tersendiri, intinya pemberdayaan yang dilakukan berorientasi terhadap pendapatan dan

perubahan kondisi masyarakat kearah lebih baik sebelum dilakukan program, pengukuran index keberhasilan program TJSL dilakukan dengan menggunakan Metode yang dikenal SROI (Social Return of Investment), metode ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana bantuan program yang dikaukan perusahaan berdampak positif bagi masyarakat, dengan melakukan perbandingan sebelum dan sesudah dilakukan pemberdayaan, dan berapa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk program tersebut juga di hitung berapa dampak terhadap perusahaan baik disegi benefit maupun profit.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

PT Pupuk Iskandar Muda menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan perusahaan dalam rangka menjalankan usaha, antara lain berkat dukungan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Sejak tahun 2013, PIM telah melakukan kegiatan Survey Kepuasan Lingkungan (SKL) rutin setiap tahun untuk melihat respon masyarakat atas peran dan kontribusi serta tanggung jawab sosial perusahaan, maka perlu dilakukan penilaian kepuasan lingkungan, khususnya terhadap masyarakat sekitar. Dari kegiatan SKL tersebut, kita dapat mengetahui seberapa besar keberhasilan program yang kita lakukan.

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Meningkatnya perekonomian pihak penerima manfaat dari CSR Perusahaan

**5. Upaya apa saja yang dilakukan oleh Humas PIM dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat desa Binaan untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Upaya yang dapat dilakukan seperti mengadakan pertemuan atau acara sosialisasi di desa binaan untuk menjelaskan secara rinci tentang Program TJSL dan menghadiri acara-acara komunitas di desa binaan sebagai bentuk dukungan dan keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat, serta kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan mereka.

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Mendampingi TJSL dalam koordinasi dengan Stakeholder terkait dan pendekatan-pendekatan dengan aktor lingkungan yang berpotensi mengganggu jalannya pelaksanaan program di lingkungan Perusahaan

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL



Selama ini PIM telah melakukan upaya semaksimal mungkin untuk melakukan komunikasi dan koordinasi secara intens terkait isu-isu di lingkungan dengan berdiskusi dan mengevaluasi apa yang telah diberikan oleh PIM kepada masyarakat, menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait di masyarakat desa, seperti tokoh masyarakat, kepala desa, lembaga dan pihak Akademisi. Menjalinkan hubungan kemitraan dapat membantu dalam menyebarkan informasi tentang program TJSL PIM dan juga memperkuat dukungan dari masyarakat. Melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan dapat menjadi kesempatan baik untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Dengan melakukan berbagai upaya tersebut secara konsisten dan transparan, Humas PIM dapat membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat desa Binaan, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra positif perusahaan terkait bantuan TJSL PIM.

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Koordinasi dan komunikasi dengan Tomas, Muspika dan Masyarakat

**5) Menurut Bapak/Ibu, bagaimana strategi komunikasi digital yang digunakan oleh public relation (Humas) PIM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi masyarakat Desa Binaan dalam program TJSL?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Pembuatan konten digital yang menarik, seperti postingan media sosial, pemanfaatan Media sosial, interaksi aktif dengan berinteraksi dengan masyarakat Desa Binaan melalui media sosial dengan merespons komentar, pertanyaan atau masukan mereka secara aktif.

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Publikasi adalah salah satu skema yang dilakukan oleh Perusahaan untuk memastikan informasi tersampaikan ke masyarakat, tahapan pelaksanaan program disampaikan secara periodik dan memastikan feedback dari masyarakat terhadap program TJSL yang dijalankan.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

Strategi yang dilakukan oleh PIM adalah : - Menyampaikan informasi-informasi yang update melalui website resmi perusahaan dengan informasi terperinci tentang program TJSL, kegiatan-kegiatan pelatihan, Kunjungan industri pelajar dan sebagainya. - Setiap realisasi keberhasilan atas suatu program, PIM selalu menaikkan berita positif ke media cetak dan online sebagai publikasi masyarakat untuk informasi bahwa banyak program yang dilakukan oleh PIM dan juga sebagai strategi persuasif utk masyarakat agar memiliki keinginan untuk mengelola dan menjalani program

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Sangat efektif dan dapat menyampaikan pesan-pesan Perusahaan dengan cepat.

**7. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terkait dampak program TJSL PIM terhadap perusahaan dari persepsi dan sikap masyarakat Desa Binaan?**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Peningkatan citra perusahaan dan peningkatan keterlibatan dan kepercayaan masyarakat desa binaan

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Pelaksanaan program TJSL secara berkelanjutan sesuai arahan KBUMN dan PT Pupuk Indonesia untuk menyelaraskan program SDGs dijalankan dengan baik setiap tahunnya sehingga dampak pelaksanaan program bisa dirasakan oleh masyarakat penerima manfaat

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

- Baik buruk sebuah Perusahaan adalah dinilai dari program TJSL/CSR yang dijalankan, jika program TJSL PIM memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Desa Binaan, seperti memberikan pelatihan, keterampilan, atau program pendidikan serta program-program pengembangan masyarakat pasti akan menciptakan hal yang positif.
- Sebisa mungkin Program TJSL yang dijalankan harus bersifat transparan, partisipatif, dan terukur sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.
- Namun demikian, perlu diingat bahwa pandangan masyarakat terhadap program TJSL PIM akan sangat bervariasi tergantung pada berbagai faktor seperti kualitas pelaksanaan program, dampak yang dirasakan, dan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi Humas PIM untuk terus memonitor dan mengevaluasi persepsi dan sikap masyarakat Desa Binaan terhadap program TJSL melalui pertemuan-pertemuan ringan serta berkomunikasi secara terbuka dan transparan dengan mereka untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program-program tersebut.

4). Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM

Sangat berdampak dan positif di mata masyarakat.

**8. Apa saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun citra positif dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL.**

1) Rezki Zufina, 34 tahun, Staf TJSL

Untuk perbaikan peran Public Relations (Humas) PIM dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program TJSL, memastikan komunikasi yang terbuka dan transparan dengan

masyarakat Desa Binaan tentang tujuan, progres, dan hasil dari Program TJSL, Memastikan bahwa pesan dan konten yang disampaikan oleh Public Relations relevan dan sesuai dengan kebutuhan, kebudayaan, dan keinginan masyarakat Desa Binaan. Memastikan bahwa Program TJSL tidak hanya memenuhi kepentingan perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat Desa Binaan. Fokus pada kepentingan dan kesejahteraan masyarakat dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan

2) Jufri, 48 tahun AVP TJSL PIM

Personil Humas harus bisa berperan lebih aktif dalam pelaksanaan kegiatan terkait menjaga keharmonisan manajemen dengan masyarakat dan Stakholder, bekerja harus mengedepankan kepentingan perusahaan bukan kepentingan jabatan dan pribadi, sehingga tercipta iklim positif sebagai perantara perusahaan dengan Stakholder maupun pemangku jabatan.

3) Milna, 30 tahun, Staf TJSL

Saran dan masukan : - Tetap melakukan hubungan yang baik bersama stakeholder dengan melakukan koordinasi dan komunikasi secara intens - Terlibat aktif bersama masyarakat Desa Binaan dengan mendengarkan kebutuhan dan aspirasi mereka melalui pertemuan terbuka dan transparan, perusahaan dapat memastikan bahwa program-program TJSL sesuai dengan kebutuhan masyarakat. - PIM memnghimbau kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program TJSL. Dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat memastikan bahwa program-program tersebut benar-benar memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, InsyaALLAH Humas PIM akan mendapat perlakuan baik dari masyarakat karena kita telah menghargai mereka dan mereka juga merasa bahwa ada PIM disekitar kita yang akan membangun perekonomian dan kemandirian masyarakat Dewantara.

4) Nasruddin, 40 tahun, Staf Humas PIM.

Terus Berkarya dan berinovasi

9. Menurut Bapak/Ibu, Bagaimana Peran public relation (Humas) PT PIM dalam membangun Citra Positif Perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui program bantuan TJSL kepada Masyarakat?

1) Maimun Zakaria, 49 tahun, SVP Sekper PIM

Sangat berperan dalam mengkomunikasikan program-program perusahaan dalam mengembangkan masyarakat di lingkungan dan area pemasaran

perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

2) Zulhadi, 5348 tahun, Mantan VP TJSL & Humas PIM

Sejalan dengan era globalisasi setiap tindakan atau program perusahaan meliputi pemberdayaan masyarakat agar terpublikasi dengan baik melalui media cetak, elektronik dan website sehingga informasi dapat diterima dengan baik dan benar, hal ini sangat diharapkan, dalam hal ini peran kehumasan diharapkan dapat menyampaikan program yang dilaksanakan melalui program TJSL kepada masyarakat dan stakeholder sehingga informasi yang tersampaikan dapat diterima dengan baik dan benar oleh stake holder sehingga reputasi perusahaan terjaga dengan baik.

**10.** Menurut Bapak/Ibu, Apa saja Kendala dan Hambatan dari Public Relation (Humas) PT PIM dalam membangun Citra Positif Perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui program bantuan TJSL kepada Masyarakat?

1) Maimun Zakaria, 49 tahun, SVP Sekper PIM

Kendala yang dihadapi adalah pertama keterbatasan anggaran pembinaan suatu program dan masih banyak dari masyarakat menganggap pembinaan dari perusahaan hanya bantuan bukan program yang berkelanjutan. Hambatan dari Internal masih memerlukan kompetensi dari staf Humas dalam berkomunikasi dengan masyarakat. karena setiap daerah mempunyai karakteristik yang berbeda dalam pendekatan yang harus dilakukan.

2) Zulhadi, 5348 tahun, Mantan VP TJSL & Humas PIM

Persoalan yang sering ditemukan dilapangan adanya beberapa aktor lingkungan yang belum bisa diajak kerjasama dikarenakan adanya kepentingan pribadi yang bersangkutan sehingga banyak hal positif yang dilaksanakan melalui program TJSL tidak tersampaikan informasi dengan baik dan terupdate di dalam masyarakat yang disebabkan oleh aktor lingkungan sehingga terjadi dualisme informasi, disamping itu juga masih banyaknya masyarakat yang masih mengharapkan bantuan langsung atau carity, sehingga program perusahaan terkendala dan tidak tepat sasaran dalam pembinaan masyarakat sehingga berdampak pada citra positif perusahaan.

**11.** Apa saran dan masukan dari Bapak/Ibu untuk perbaikan peran Humas PIM dalam membangun Citra Positif dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat Desa Binaan melalui Program bantuan TJSL.

1) Maimun Zakaria, 49 tahun, SVP Sekper PIM

Peningkatan kompetensi dari staf humas dalam bidang komunikasi publik dan masih perlu improvement dalam strategi pendekatan dan komunikasi dengan publik sehingga setiap informasi tidak menjadi bias.

2) Zuhadi, 5348 tahun, Mantan VP TJSL & Humas PIM

Personil bertanggung jawab atas penyampaian informasi dan komunikasi dengan baik terkait dengan pendekatan terhadap aktor lingkungan yang berpotensi menghambat pelaksanaan program TJSL dilingkungan perusahaan. Disamping itu juga perlu dilakukan penyampaian informasi tentang program pembinaan melalui media cetak dan elektronik sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima baik dimasyarakat dengan harapan ditemukan feedback dari masyarakat untuk perbaikan terhadap dan pengembangan pelaksanaan program TJSL yang dijalankan perusahaan kedepan.

-----

**LAMPIRAN - 12**

**DAFTAR INFORMAN WAWANCARA**

<b>NO</b>	<b>NAMA RESPONDEN</b>	<b>UMUR</b>	<b>JABATAN</b>	<b>KETERANGAN</b>
1	Nawafil Mahyudha, S.S.TP	39	Camat Kecamatan Dewantara	Muspika Dewantara
2	Iptu Faisal, SH	53	Kapolsek Kecamatan Dewantara	Muspika Dewantara
3	Kapten Hermansyah	58	Dan Ramil Kecamatan Dewantara	Muspika Dewantara
4	Tgk. Abdullah (Waled Lah)	51	Imum Mukim Krueng Geukueh	Tokoh Masyarakat
5	Tgk. Razali	56	Ketua Forum Geuchiek	Tokoh Masyarakat
6	DR. Ismadi, SP, MP	53	Dosen Fak. Pertanian - Unimal	Tokoh Masyarakat
7	Kamaruzzaman	50	Geuchiek Keudee Kr. Geukueh	Kepala Desa
8	Muzakkir	50	Geuchiek Tambon Baroeh	Kepala Desa
9	Murdani	51	Geuchiek Tambon Tunong	Kepala Desa
10	Syurkani Razali	50	Geuchiek Paloh Gadeng	Kepala Desa
11	Iskandar Hamzah	54	Geuchiek Blang Naleung Mameh	Kepala Desa
12	Feriza	34	Geuchiek Blang Mee	Kepala Desa
13	Muhammad Nur	46	Kepala Dusun Madat	Kepala Dusun
14	Mai Kurniawati	34	Warga Desa Krueng Geukueh	Warga Desa
15	Zulfikar, S.Pd.I	36	Warga Desa Tambon Baroeh	Warga Desa
16	Shuhera Raudhatun Nisah	22	Warga Desa Tambon Baroeh	Warga Desa
17	Mirza M. Mubin	46	Warga Desa Tambon Tunong	Warga Desa
18	Rohani	52	Warga Desa Blang Mee	Warga Desa
19	Hennizar	40	Warga Desa Blang Mee	Warga Desa
20	Muzakkir	47	Warga Desa Paloh Gadeng	Warga Desa
21	Maimun	50	Ka. PWA/Kabiro Waspada AU/Lsw	Media Massa
22	Armia Jamil	49	Ka Biro iNews TV A.Utara & Lsw	Media Massa
23	Armiadi	42	Ka Biro Rakyat Aceh AU & Lsw	Media Massa
24	T. Saifuddin Alba (Ampon)	56	Satupena.co.id (Online)	Media Massa
25	Maimun Zakaria	49	SVP Sekretaris Perusahaan PIM	Public Relation PIM
26	Zulhadi	53	Mantan VP TJSL & Humas	Public Relation PIM
27	Jufri	48	AVP TJSL & Humas	Public Relation PIM
28	Nasruddin	40	Staf Humas	Public Relation PIM
29	Rezki Zufina	34	Staf TJSL	Public Relation PIM
30	Milna	30	Staf TJSL	Public Relation PIM



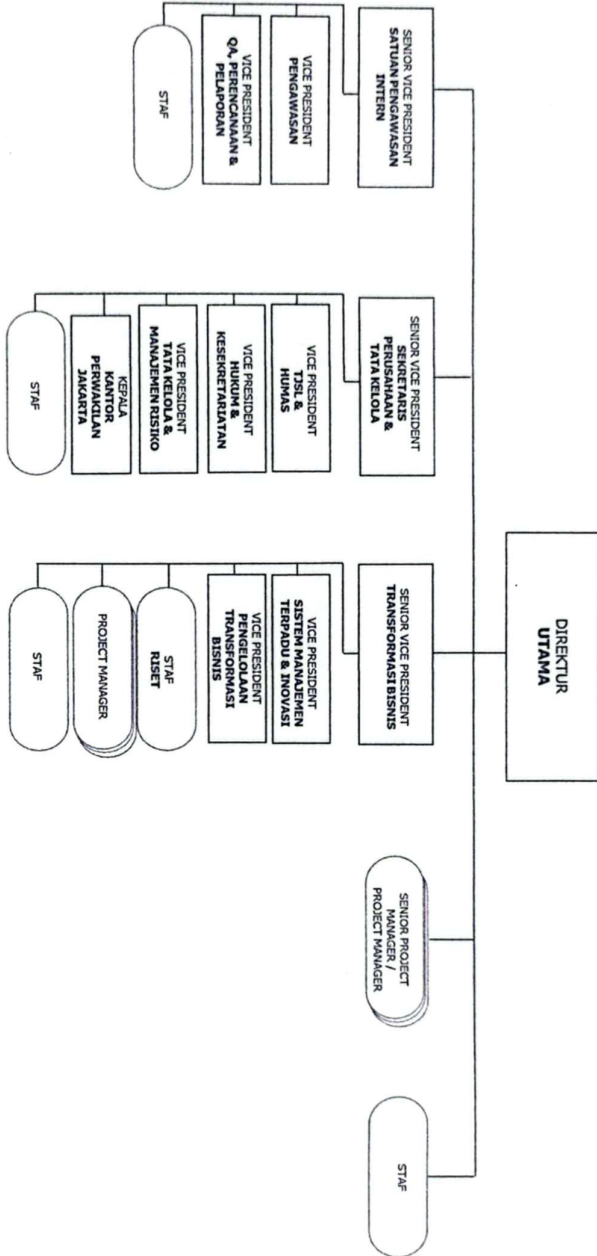
Lampiran 13



**SALINAN  
STRUKTUR ORGANISASI  
DIREKTORAT UTAMA**

Lampiran 1  
Nomor

Surat Keputusan Direksi  
07/SK/DIR/2023



SR/01/2023

DISALIN SESUASINYA OLEH:  
KOMPANEMEN SOM  
  
TIANDA WATIWENA  
SENIOR VICE PRESIDENT

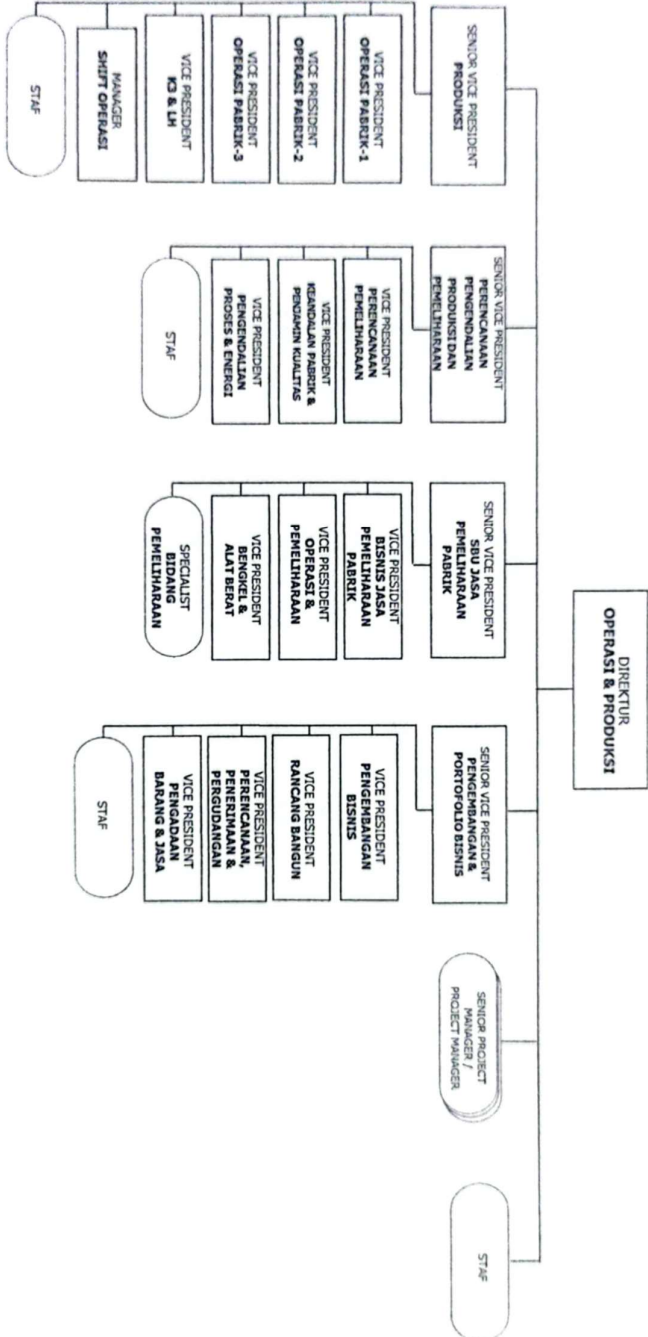
DITETAPKAN DI : KREBANG GELUKUJEH  
PADA TANGGAL : 30 JUNI/JUNI 2023  
PT PUPUK ISKANDAR MUDA  
Ltd  
BUDI SANTOSO STABE  
DIREKTUR UTAMA





**SALINAN**  
**STRUKTUR ORGANISASI**  
**DIREKTORAT OPERASI & PRODUKSI**

Lampiran 1 Struktur Organisasi Divisi  
Nomor 09/2020/JM/01/2023



SR/VA/1  
1/1/23

DISALIN SESUAI ASLINYA OLEH  
KOMPARTEMEN SDM  
**YUANDA WATTIRANA**  
SENIOR VICE PRESIDENT

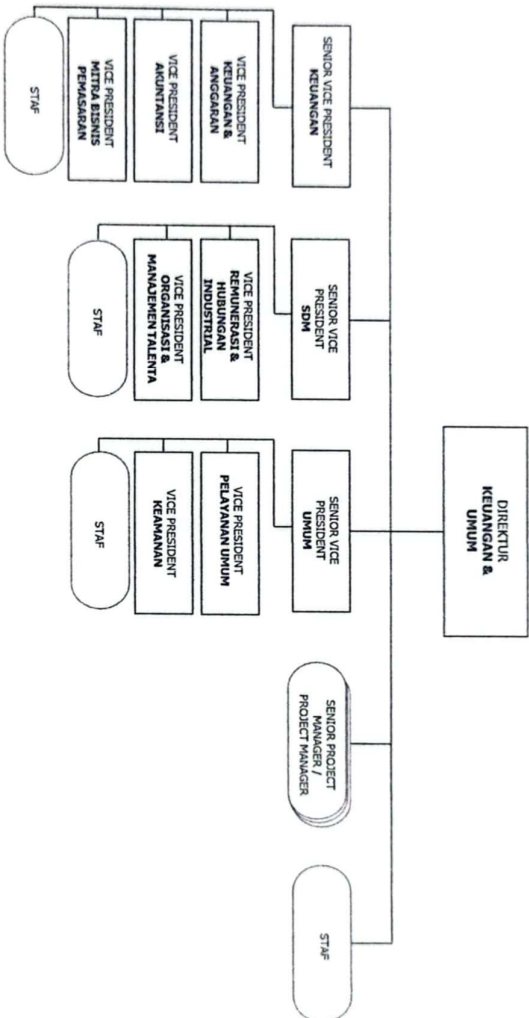
**BUN SANTOSO SYARIF**  
DIREKTUR UTAMA

DITETAPKAN DI : KRUENG GEUKEN  
PADA TANGGAL : 30 JANUARI 2023  
PT PUPUK ISKANDAR MUDA



**SALINAN  
STRUKTUR ORGANISASI  
DIREKTORAT KEUANGAN & UMUM**

Lampiran 1 Surat Keputusan Direksi  
Nomor 09/9/KD/UM/02/23



SALINAN  
1/1/23

DISALIN SESUAI ASLINYA OLEH:  
KOMPARTEMEN SDM  
*YUANDA WATTIMENA*  
SENIOR VICE PRESIDENT

DITETAPKAN DI : KRUENG GEUNIEH  
PADA TANGGAL : 30 JANUARI 2023  
PT PUPUK ISKANDAR MUDA  
114  
BUDI SANTOSO SYARIE  
DIREKTUR UTAMA

## Lampiran 14



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**

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://pascasarjana.umsu.ac.id/> [pps@umsu.ac.id](mailto:pps@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [u umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [y umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

### SURAT PERSETUJUAN

Nomor: 358/II.3.AU/UMSU-PPs/F/2024

Tentang:

**JUDUL TESIS DAN DOSEN PEMBIMBING MAHASISWA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

Nama Mahasiswa : SAIFUDDIN  
NPM : 2220040023  
Prog. Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM  
MEMBANGUN CITRA POSITIF DAN  
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN  
MASYARAKAT DESA BINAAN MELALUI  
PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
DAN LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR  
MUDA  
Pembimbing I : Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si.  
Pembimbing II : Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom.

Surat persetujuan ini berlaku sampai tanggal 19 Februari 2025, Apabila hingga batas tersebut yang bersangkutan belum menyelesaikan Tesisnya, maka Surat Persetujuan ini dinyatakan batal.

Medan, 9 Sya'ban 1445 H  
19 Februari 2024 M



Direktur,  
  
**Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum**  
NIDN. 1012125601

Tembusan:

1. Ketua Prodi MIKom UMSU;
2. Dosen Pembimbing I dan II;
3. Pertinggal



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysian Qualifications Agency



Lampiran 15



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengweb surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**

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://pascasarjana.umsu.ac.id/> [pps@umsu.ac.id](mailto:pps@umsu.ac.id) [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Nomor : 651/II.3.AU/UMSU-PPs/F/2024  
Lamp. : -  
Hal : *Permohonan Izin Riset*  
Medan, 23 Ramadhan 1445 H  
02 April 2024 M

Kepada Yth :  
**Bapak/Ibu Pimpinan**  
**PT Pupuk Iskandar Muda**  
di  
Tempat

*Bismillahirrahmanirrahim*  
*Assalaamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.*

Dengan hormat, dalam rangka penyelesaian studi dan peningkatan profesionalisme dan intelektualitas mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, mohon kiranya dapat memberikan izin melakukan riset kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **SAIFUDDIN**  
NPM : 2220040023  
Prodi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DAN MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA BINAAN MELALUI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PT PUPUK ISKANDAR MUDA

Perlu disampaikan bahwa informasi dan data yang diperoleh akan digunakan untuk kepentingan ilmiah dan keperluan akademik.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuannya terlebih dahulu diucapkan terima kasih, akhirnya semoga selamat sejahteralah kita semua.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.*



Direktur,  
  
**Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum**  
NIDN. 1012125601

Cc. File



Lampiran 16

	<b>SURAT INTERN</b>		<b>NOMOR : PIM-SKP-LP-001</b>	
	Tanggal		03 Juli 2017	
	Revisi		00	

Kepada : VP TJSL & Humas  
Dari : Departemen Manajemen & Pengembangan SDM  
Nomor : 05524/E/HM/2220/IT/2024  
Tanggal : 04 April 2024  
Perihal : Permohonan Penelitian



Sehubungan dengan tugas penelitian oleh Mahasiswa jenjang pendidikan S2 yang merupakan syarat untuk menyelesaikan Tesis pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, atas nama mahasiswa sebagai berikut :

No.	Nama	NPM	Judul Penelitian	Pembimbing
1.	Saifuddin Noerdin	2220040023	Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Positif Dan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Desa Binaan Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan PT Pupuk Iskandar Muda	Jufri (5041677)

Kepada Saudara agar dapat memfasilitasi untuk tugas penelitian yang diperlukan mahasiswa tersebut diatas, sejauh tidak menyangkut dengan rahasia Perusahaan terhitung mulai tanggal **5 April s.d 31 Mei 2024**.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**Saiful Rakjab**

VP Manajemen & Pengembangan SDM

Tembusan : - VP Keamanan  
- Arsip

[Dokumen ini telah disetujui secara elektronik melalui Digital Office](#)



## Lampiran 17



# Biodata

- Senior High School (SMA Negeri 3 Banda Aceh (1990)
- S1 Chemical Engineering (ST) Universitas Syiah Kuala (1998)
- S2 Magister Science Management. (M.S.M) Unimal (2013)
- Development Project Manager (2016-2017)
- Research & Development Manager PT PIM (2017-2018)
- Vice Presiden Sales and Marketing PT PIM (2018-2020)
- Senior Vice President General Affair PT PIM (2020-2021)
- Senior Vice President Corporate Secretary PT PIM (2021-2022)
- Senior Project Manager IMIA PT PIM (2022-Now)



**“Hidup akan lebih bermakna, jika bermanfaat bagi orang lain”**

**Saifuddin Noerdin ST, MSM**

*Senior Project Manager*

*Pengelola & Pengembang Kawasan Industri PIM*

