



STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERKELANJUTAN

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH

INGE YULISTIA DEWI

55217110007

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

ABSTRACT

In achieving community welfare, three-sector partnership efforts are required, namely government, business and society. The role of the business world can be carried out through the Corporate Social Responsibility program. As a company that manages natural resources, PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (CAP) is obliged to carry out social responsibility for the community and the environment in its operational areas. PT CAP has a CSR program that seeks to empower the community in a sustainable manner, namely the Assisted Village Program.

This study aims to describe the communication strategy process of PT CAP's CSR program in an effort to empower the community in Cisiram Umbul village. This research was conducted using a case study method and a qualitative approach. Data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation study. The results showed that PT CAP had carried out the communication strategy process well, consisting of audience recognition, composing messages, establishing methods, using media and selecting communicators. The main empowerment activities of PT CAP consist of improving infrastructure and developing woven bamboo products that have just reached capacitance. In the communication strategy stage of sustainable community empowerment, the activities carried out by PT CAP have not yet reached the termination stage because obstacles are still found in its implementation. However, PT CAP strives to continue to provide assistance and the program is still included in the annual activity plan. So that the resulting impact can be more optimal. Although it has not yet reached the termination stage, this program has had an impact on the capacity of beneficiaries and also the respect of the community which has an impact on the company's positive image. Therefore, further research is expected to see the impact of communication strategies in depth because this research is only limited to examining the process of community empowerment communication strategy undertaken.

Keywords: Communication Strategy, Community Empowerment and Sustainable Development

ABSTRAK

Dalam mencapai kesejahteraan masyarakat diperlukan upaya kemitraan tiga sektor yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Peran dunia usaha dapat dilakukan melalui program *Corporate Social Responsibility*. Sebagai salah satu perusahaan yang mengelola sumber daya alam PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (CAP) berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan di wilayah operasionalnya. PT CAP memiliki program CSR yang berupaya memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan yaitu Program Kampung Binaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan proses strategi komunikasi program CSR PT CAP dalam upaya pemberdayaan masyarakat di kampung Cisiram Umbul. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan PT CAP telah menjalankan proses strategi komunikasi dengan baik terdiri dari pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, penggunaan media dan pemilihan komunikator. Kegiatan utama pemberdayaan PT CAP terdiri dari pembenahan infrastruktur dan pengembangan produk anyaman bambu yang baru mencapai pengkapasitasan. Dalam tahapan strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat berkelanjutan kegiatan yang dilakukan oleh PT CAP belum sampai pada tahap terminasi karena masih ditemukan hambatan dalam pelaksanaannya. Namun PT CAP berupaya untuk tetap melakukan pendampingan dan program tersebut tetap dimasukkan kedalam rencana kegiatan tahunan. Sehingga dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal. Meski belum sampai pada tahap terminasi program ini telah berdampak terhadap kapasitas penerima manfaat dan juga rasa hormat masyarakat yang berdampak pada *image* positif perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat dampak dari strategi komunikasi secara dalam dikarenakan penelitian ini hanya sebatas mengkaji dari proses strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemberdayaan Masyarakat dan *Sustainable Development*



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Inge Yulistia Dewi
NIM : 55217110007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul : Strategi Komunikasi Program Corporate Social
Responsibility Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat
Berkelanjutan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 September 2020

Pembimbing

(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Program Corporate Social
Responsibility Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat
Berkelanjutan
Nama : Inge Yulistia Dewi
NIM : 55217110007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Tanggal : 11 September 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

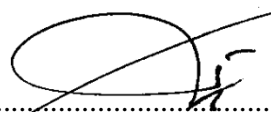
Ketua Sidang:

Dr. Henni Gusfa, M.Si

()


Penguji Ahli:

Dr. Farid Hamid, M.Si

()

Pembimbing Utama:

Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Inge Yulistia Dewi
NIM : 55217110007
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul : Strategi Komunikasi Program Corporate Social
Responsibility Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat
Berkelanjutan

Jakarta, 11 September 2020

Pembimbing

Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si

Direktur Pascasarjana

(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Inge Yulistia Dewi

NIM : 55217110007

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan”,

telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 September 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 24 %.

Jakarta, 14 September 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Komunikasi Program Corporate Social
Responsibility Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat
Berkelanjutan
Nama : Inge Yulistia Dewi
NIM : 55217110007
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 11 September 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 11 September 2020



Inge Yulistia Dewi

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, shalawat serta salam juga kami curahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Atas rahmat dan karunia – Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Tesis ini di susun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 2 (S2) Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana cara industri merencanakan komunikasi untuk program CSR-nya, dengan judul tesis “Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekeliruan, dan juga dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si, selaku dosen pembimbing yang senantiasa bersabar dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini
2. Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Ketua Sidang dan Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Penguji Ahli yang telah membantu penulis dalam memperbaiki hasil karya akhir penulis.
3. Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

4. Prof. Dr.-Ing Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
6. Dosen – dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah mencurahkan pengetahuan dan pengalaman semasa penulis kuliah.
7. Kedua orang tua tercinta ayahanda Moh Sayuti dan Rofiatul Himah serta Kakak dan Adik penulis yang secara ikhlas memberikan doa, dukungan cinta dan segala bentuk kasih sayang yang tiada terukur kepada penulis.
8. Para *support system* Aliq, Laras, Refaya, Fitri, Bunda Novi, Inaya, Sisil, Uci, Gita, Mba Handa atas segala bentuk dukungan, semangat serta do'a yang menguatkan penulis hingga akhirnya tesis ini dapat selesai.
9. Teman – teman seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi angkatan 2017 atas dukungan, semangat dan bantuan yang diberikan selama ini. Bersyukur dapat mengenal dan memiliki teman sebaik kalian yang bisa saling support satu sama lain. Amiiinn YRA.

Penulis menyadari proses penulisan tesis ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis berharap masukan dan kritikan yang membangun demi penyempurnaan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, September 2020

Inge Yulistia Dewi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
PERNYATAAN CEK SIMILARITY	vii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Identifikasi Masalah	9
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4.1. Maksud Penelitian	10
1.4.2. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Penelitian	10
1.5.2. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Kajian Teori	29
2.2.1. Strategi Komunikasi.....	29
2.2.1.1. Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Komunikasi.....	34
2.2.1.2. Hambatan Komunikasi.....	41
2.2.2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	43
2.2.3. Pemberdayaan Masyarakat.....	50
2.3. Kerangka Pemikiran	55

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian.....	57
3.2. Paradigma Penelitian	58
3.3. Metode Penelitian	60
3.4. Key Informan.....	61
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	63
3.6. Teknik dan Pengumpulan Data.....	64
3.7. Teknik Analisis Data	66
3.8. Keabsahan Data Penelitian	69
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	71
4.1.1. Profil PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	71
4.1.1.1. CSR PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	73
4.1.1.2. Struktur Organisasi.....	75
4.1.2. Program CSR PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	77
4.1.3. Gambaran Umum Program Kampung Binaan	78
4.2. Hasil Penelitian.....	79
4.2.1 Proses Perencanaan Strategi Komunikasi	80
4.2.2 Hambatan Komunikasi.....	104
4.3. Pembahasan	107
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	128
5.2. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	160

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Daftar <i>Key Informan</i> Penelitian.....	63
Tabel 4.1	Tahapan Pemberdayaan Masyarakat Kampung Cisiram Umbul	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Banten	1
Gambar 1.2	<i>Triple Bottom Line</i>	3
Gambar 2.1	<i>The Nine Steps of Strategic PR</i>	35
Gambar 2.2	Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	45
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	56
Gambar 3.1	Model Analisis Data Miles dan Huberman	69
Gambar 4.1	Pilar CSR PT CAP	74
Gambar 4.2	Struktur Organisasi	76
Gambar 4.3	Analisis SWOT Program Kampung Binaan	86
Gambar 4.4	Rencana Pengembangan Kampung Cisiram Umbul.....	87
Gambar 4.5	<i>Timeline</i> Pekerjaan Program	94
Gambar 4.6	Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi.....	99
Gambar 4.7	<i>Progress Report</i> Program	103
Gambar 4.8	Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan	110
Gambar 4.9	Tujuan <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs).....	115
Gambar 4.10	Hasil Produk Anyaman Bambu Perajin Cisiram	117
Gambar 4.11	Dokumentasi Rumah Sebelum dan Setelah di Bedah.....	121
Gambar 4.12	Kerajinan Anyaman Dulu dan Sekarang	122