

SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN “PROGRAM KEMITRAAN
BINA LINGKUNGAN (PKBL)” DALAM PELAKSANAAN PROGRAM
KAMPUNG HORTIKULTURA PT PUPUK SRIWIDJAJA
(PUSRI) PALEMBANG



Oleh :

AYU IZDIHAR RAFA

07031381320038

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2018

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN “PROGRAM KEMITRAAN BINA LINGKUNGAN (PKBL)” DALAM PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG HORTIKULTURA PT PUPUK SRIWIDJAJA (PUSRI) PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh:

AYU IZDIHAR RAFA

07031381320038

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 21 November 2017

Pembimbing I

Dr. Retna Mahriani, M.Si


NIP. 196012091989122001



Pembimbing II

Ferdiansyah R, S.IP., MA

NIP. 1571071104890001



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN “PROGRAM KEMITRAAN
BINA LINGKUNGAN (PKBL)” DALAM PELAKSANAAN PROGRAM
KAMPUNG HORTIKULTURA PT PUPUK SRIWIDJAJA
(PUSRI) PALEMBANG

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal Desember 2017
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr. Retna Mahriani, M.Si

Ketua

Ferdiansyah R., S.IP., MA

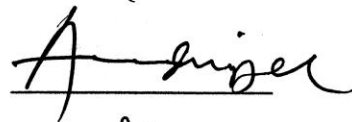
Anggota

Dr. Andy Alfatih, MPA

Anggota

Nurly Meilinda, S.Ikom., M.ikom

Anggota



Palembang, Desember 2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kgs M. Sobri, M.Si

NIP. 19631106 199003 1001

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

“It is okay not to be the best, but I have to do my best.”

Dengan Mengharap Ridho Allah SWT,
Skripsi ini ku Persembahkan

Kepada:

- ❖ Papaku Yulian Junaidi
- ❖ Mamaku Ade Indriani Zuchri
- ❖ Orang-Orang Terdekatku
- ❖ Almamater Kebanggaanku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Strategi Komunikasi Departemen “Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)” dalam Pelaksanaan Program Kampung Hortikultura PT Pupuk Sriwidjaja (PUSRI) Palembang. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi persyaratan akademis pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andy Alfatih, M.PA. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku Pembimbing I Skripsi yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Ferdiansyah R, S.IP., MA selaku Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama pengerjaan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Dr. Andy Alfatih, M.PA dan Ibu Nurly Meilida, S.Ikom., M.Ikom. selaku Penguji Komprehensif yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.

8. Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi maupun Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberi ilmu dan pengetahuan selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
9. Pegawai di Bidang Pengembangan dan Pengelolaan Data Pegawai yang selama ini banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang selama ini saling membantu dan menyemangati satu sama lain.
11. Serta semua pihak yang membantu penulis selama proses penulisan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu, semoga Allah SWT melimpahkan kenikmatan kepada kita semua.

Bila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan demi penulisan yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Semoga kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala sebagai ibadah kepada Allah SWT dan semoga kita semua selalu mendapat limpahan rahmat dari Yang Maha Kuasa.

Palembang, Desember 2017

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Departemen “Program Kemitraan Bina Lingkungan” (PKBL) dalam pelaksanaan Program Kampung Hortikultura PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang yang juga sebagai upaya dalam membangun dan menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. Data dan informasi dalam penelitian ini diperoleh dengan metode wawancara mendalam, observasi non partisipatif, studi dokumentasi dan dianalisis secara deskriptif. Dari hasil penelitian tersebut, didapatkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Departemen “Porgram Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)” dalam pelaksanaan program kampung hortikultura PT Pusri Palembang adalah pertama dengan memilih beberapa komunikator, kedua menentukan isi pesan dan frekuensi penyampaian pesan, ketiga memilih media-media penyampaian baik media tatap muka, media cetak, dan media sosial, keempat menentukan khalayak sasaran atau komunikan yang ingin dituju berdasarkan hasil *social mapping* yang dilakukan PT Pusri Palembang, dan yang terakhir adalah melihat efek yang dihasilkan dari aktivitas komunikasi dan interaksi yang dilakukan selama proses komunikasi dilakukan.

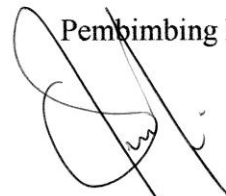
Kata Kunci: Strategi komunikasi, komunikator, pesan, media penyampaian, komunikan, efek.

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Ferdiansyah R, S.I.P., MA
NIP. 1571071104890001

Palembang, Mei 2018

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. Andy Alfatih, M.PA
NIP. 196012241990011001

ABSTRACT

This study aims to determine the communication strategy used by “Partnership and Community Development Program” Department in the implementation of Kampung Hortikultura Program of PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang which is also an effort in establishing and maintaining harmonious relationship with the surrounding community. Data and information in this research were obtained by in-depth interview method, non participative observation, document study and analyzed descriptively. From the results of the research, it was found that the communication strategy of “Partnership and Community Development Program” Department in the implementation of Kampung Hortikultura Program of PT Pusri Palembang are first selecting several communicators, second determining the message content and frequency of message delivery, third selecting media delivery of both face-to-face media, print media, and social media, fourth determining the target audience or communicant based on the results of social mapping conducted by PT Pusri Palembang, and the last is to see the effects from interactions and communication activities made during the communication process.

Keywords: *Communication strategy, communicator, message, media delivery, communicant, effect.*

Advisor I



Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001


Advisor II



Ferdiansyah R, S.IP., MA
NIP. 1571071104890001

Palembang, May 2018

*Chairman of the Departement of Communication
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University*



Dr. Andy Alfatih, M.PA
NIP. 196012241990011001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3. Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program Kampung Hortikultura...10	
2.3.1. Definisi Strategi, Komunikasi, dan Strategi Komunikasi.....	10
2.3.2. Program Kampung Hortikultura	13
2.4. Teori Strategi Komunikasi.....	16
2.5. Kerangka Teori.....	18
2.6. Kerangka Pemikiran.....	19
2.7. Alur Pemikiran.....	23
2.8. Hipotesis Deskriptif.....	24

BAB III. METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Pendekatan Penelitian.....	25
3.2. Definisi Konsep.....	26
3.3. Fokus Penelitian.....	27
3.4. Unit Analisis Data.....	28
3.5 Objek Penelitian.....	29
3.6. Subjek Penelitian.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
3.9. Teknik Validasi Data.....	33
3.10. Jadwal Penelitian.....	34
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	35
4.1. Gambaran Umum PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang.....	35
4.2. Gambaran Umum Departemen Program Kemitraan dan Bina Lingkungan...42	
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1. Hasil Penelitian.....	46
A. Strategi Komunikasi Departemen “Porgram Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)” dalam Pelasanaan Program Kampung Hortikultura PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang.....	49
1. Komunikator.....	49
2. Pesan.....	61
3. Media Penyampaian.....	71
4. Komunikan.....	91
5. Efek.....	96
BAB VI. PENUTUP.....	109
6.1. Kesimpulan.....	109
6.2. Saran.....	112

6.2.1.Saran Akademis.....	112
6.2.2. Saran Praktis.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR LAMPIRAN.....	117
-----------------------------	------------

- A. Hasil Wawancara Mendalam
- B. Hasil Dokumentasi Selama Proses Penelitian
- C. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- D. Kartu Bimbingan Skripsi

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Aksi Demonstrasi.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1. Fokus Penelitian.....	28
Tabel 3.2. Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 5.1. Sub Indikator Pesan Disampaikan oleh Orang yang Ahli di Bidangnya.....	50
Tabel 5.2. Sub Indikator Komunikator Merupakan Atasan, Staf Khusus, atau Staf Saja	57
Tabel 5.3. Sub Indikator Penjelasan Mengenai Hortikultura.....	62
Tabel 5.4. Sub Indikator Setiap Satu Bulan Sekali.....	68
Tabel 5.5. Sub Indikator Pertemuan dan Pelatihan.....	73
Tabel 5.6. Sub Indikator Koran, Poster, dan Brosur.....	78
Tabel 5.7. Sub Indikator Radio dan Televisi.....	82
Tabel 5.8. Sub Indikator Media Sosial.....	87
Tabel 5.9. Sub Indikator Masyarakat Penerima Bantuan Program Kampung Hortikultura.....	92
Tabel 5.10. Sub Indikator Masyarakat Paham dan Dapat Melakukan Budidaya Hortikultura.....	97
Tabel 5.11. Sub Indikator Hasil Budidaya Hortikultura Dapat Dikonsumsi dan Dijual.....	102
Tabel 5.12. Pengembangan Kapasitas dan Peningkatan Pendapatan Anggota Kelompok.....	106

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Alur Pemikiran.....	23
Gambar 4.1. Logo PT Pusri Palembang.....	36
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Departemen Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.....	44

DAFTAR ISTILAH

PR	: Public Relations
PRO	: Public Relations Officer
CSR	: Corporate Social Responsibility
PKBL	: Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
Pusri	: Pupuk Sriwidjaja
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
HAM	: Hak Asasi Manusia
SK	: Surat Keputusan
SDM	: Sumber Daya Manusia
KUK	: Kemitraan Usaha Kecil
BLH	: Badan Lingkungan Hidup
K3LH	: Keselamatan Keamanan Kerja dan Lingkungan Hidup
Humas	: Hubungan Masyarakat
WA	: Whatsapp
Public Relations	: Hubungan Dengan Publik
Public Relations Officer	: Pekerja dalam Bidang Public Relations
Goodwill	: Kemauan Baik
Concern	: Perhatian
Feedback	: Umpan Balik
Corporate Social Responsibility	: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
Stakeholder	: Pemangku Kepentingan
Key Informan	: Informan Kunci
Track Record	: Rekam Jejak

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perusahaan yang ada di Indonesia maupun di dunia tidaklah dapat bergerak dan sukses dengan sendirinya tanpa bantuan dari pihak lain terutama dari publik perusahaan itu sendiri.. Publik dalam sebuah perusahaan tentu memiliki arti yang terdiri dari dua bagian, yaitu publik internal dan publik eksternal. Publik internal adalah publik yang berada di dalam wilayah perusahaan seperti karyawan, direksi, pemegang saham dan lainnya, sedangkan publik eksternal tidak berkaitan langsung dalam kegiatan internal perusahaan seperti pelanggan, pemerintah, komunitas, masyarakat, pers dan pemasok. Dengan adanya kerja sama dan hubungan yang baik dengan publik internal maupun eksternal, perusahaan diyakini dapat berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

Upaya dalam menjalin hubungan dan kerja sama yang baik antara perusahaan dan publiknya merupakan penerapan pada bidang ilmu komunikasi praktis yaitu pada studi *Public Relations* (PR). Soemirat dan Ardianto (2012:12) menegaskan bahwa PR adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga atau perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Upaya tersebut

bertujuan untuk menciptakan dan menumbuhkan *goodwill* (kemauan baik) dari publik perusahaan serta memperoleh opini publik yang menguntungkan demi membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan serta hubungan yang harmonis dengan semua publik.

Diantara beberapa publik perusahaan yang ada, terdapat salah satu publik yang sangat krusial yaitu masyarakat sekitar dimana perusahaan itu beroperasi, karena merekalah yang paling rentan terhadap kemungkinan terjadinya bahaya karena kerusakan lingkungan sebagai akibat dampak dari aktivitas perusahaan. *Public Relations Officer* (PRO) diharapkan untuk tidak melupakan keberadaan masyarakat sekitar dan dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan mereka. Abdullah dalam bukunya *Manajemen Komunikasi Korporasi* (2015:95) menambahkan bahwa sebuah organisasi ataupun korporasi bukan lagi sebuah entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja, sehingga menyebabkannya terasing dari masyarakat (komunitas lingkungan), melainkan sebuah entitas usaha yang wajib beradaptasi secara budaya dengan lingkungan sosialnya. Maka dari itu, upaya-upaya dalam menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar perlu untuk menjadi *concern* tersendiri oleh PRO dan sebisa mungkin berusaha untuk menghindari hubungan yang kurang baik.

PRO dapat melakukan berbagai upaya salah satunya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial dan moral dari perusahaan terhadap *stakeholder* (semua pihak yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas perusahaan) terutama komunitas lingkungan di sekitar wilayah kerja dan operasinya, karena merekalah yang paling

rentan terhadap kemungkinan terjadinya bahaya karena kerusakan lingkungan sebagai akibat dampak dari aktivitas perusahaan. Aplikasi CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa penerimaan komunitas lingkungan terhadap kehadiran perusahaan. Tidak hanya itu, pada saatnya perusahaan juga bisa mendapatkan keuntungan ekonomi, menciptakan reputasi yang baik dan yang paling penting adalah mendapat dukungan dari masyarakat sekitar terhadap semua aktivitas perusahaan.

Pada kenyataan yang terjadi, tidak semudah itu untuk mendapatkan dukungan penuh dari semua masyarakat sekitar perusahaan walaupun bantuan dan program-program CSR telah diupayakan. Masih ada ketegangan dan konflik yang muncul di tengah-tengah perusahaan dan masyarakat sekitar seperti yang dialami oleh PT Pusri Palembang. Padahal telah banyak prestasi yang dicapai PT Pusri dalam pelaksanaan program CSR atau PKBL yaitu mendapat penghargaan Proper Hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sejak tahun 2011. Proper Hijau ini merupakan penilaian peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan dan Pengembangan Masyarakat (PT Pupuk Sriwidjaja:2013).

Penghargaan tersebut tetap tidak membuat Pusri terlepas dari tuntutan dan aksi dari masyarakat. Ada aksi demonstrasi yang berkaitan dengan program CSR yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Aksi demonstrasi tersebut akan dijelaskan lebih rinci menggunakan tabel 1.1. berikut ini:

1.1. Tabel aksi demonstrasi

Tanggal	Tempat	Pelaku Aksi	Tuntutan	Sumber
7-9-2016	Di depan Kantor PT Pusri Jalan Mayor Zen Palembang	Aliansi Masyarakat Lingkungan PT Pusri Palembang	Diantaranya sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Menuntut transparansi dalam pengelolaan CSR. 2. Menuntut adanya rumusan, fase pelaksanaan dan pengawasan program CSR. 3. Menuntut manajemen melibatkan unsur masyarakat dalam kebijakan publik 4. Menuntut mengganti posisi jabatan Manajer PKBL 	Sriwijaya Post (September, 2016)

Sumber: Sriwijaya Post (2016)

Pelaksanaan program CSR atau PKBL memang tidak bisa dilakukan dengan sembarangan. Perlu adanya strategi dan perencanaan dalam mengkomunikasikan program tersebut agar tujuan awal pelaksanaan program dapat tercapai dan pada akhirnya dapat menjaga hubungan baik, mendapat dukungan, dan menghindari konflik dengan masyarakat. Menurut Lako (2011) dalam Abdullah (Manajemen Komunikasi Korporasi, 2015) untuk mencapai pemahaman bersama dan menghindari konflik antara perusahaan dan masyarakat sangat didukung dengan strategi komunikasi dalam menjalankan program CSR.

Maka dari itu, hal yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Departemen Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dalam melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Penulis akan meneliti Program Kampung Hortikultura sebagai salah satu contoh Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang yang sedang berlangsung hingga 3 tahun kedepan.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi komunikasi Departemen “Program Kemitraan Bina Lingkungan” (PKBL) dalam pelaksanaan Program Kampung Hortikultura PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Departemen “Program Kemitraan Bina Lingkungan” (PKBL) dalam pelaksanaan Program Kampung Hortikultura PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang.

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis yang akan didapatkan dari penelitian ini adalah:

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberi manfaat dalam pengayaan ilmu di bidang komunikasi baik secara umum maupun secara khusus yang berkaitan dengan strategi komunikasi pada pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* ataupun Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) bagi pembacanya seperti mahasiswa dan akademisi.

2. Manfaat praktis yang akan didapatkan dalam penelitian ini diantaranya:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis berupa informasi yang dapat dijadikan bahan penilaian atau *feedback* untuk kepentingan perbaikan dan peningkatan strategi komunikasi serta pelayanan dalam pelaksanaan program *CSR* bagi perusahaan ataupun praktisi PR.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2000). *Press Relations Kiat Berhubungan dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Abdullah, M.M. (2015). *Manajemen Komunikasi Korporasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Budyatna, M. (2015). *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGraffindo Persada.
- Cultip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M. (2006). *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Daryanto, Rahardjo, M. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dominick. 2004. *The dynamics of mass communication; Media in the Digital Age*. The Mc Graw-Hill Companies
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations, Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ikbar, Y. (2014). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mufid, M. (2012). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2001). *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- PT Pupuk Sriwidjaja. (2009). *Synergy for Creating Values*. Palembang: PT Pupuk Sriwidjaja.
- PT Pupuk Sriwidjaja. (2013). *Kebersamaan Mengayuh Biduk Kehidupan dari Tepian Sungai Musi*. Palembang: PT Pupuk Sriwidjaja.
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Puspitasari. (2016). *Komunikasi Krisis*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Setiadi, A (Penterjemah). 1977. *Asas-Asas Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: LP3ES.
- Soemirat, S., Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyuni, I.N. (2014). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Lain

- Junaidi, M. (2013). *Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda dalam Pelaksanaan Program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) pada RT 07 Kelurahan Mugirejo*. eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 3, hlm.408-423.
- Muhtar, S.N., Cangara, H., Unde, A.A. (2012). *Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) oleh Humas PT. Semen Tonasa terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Pangan. (2015). *Pusri Menuju Proper Emas 2015 Concerning Toward Community*. Jakarta: PT Pupuk Sriwidjaja.

Yakti, A.P. (2013). *Strategi Komunikasi Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT. Sentra Usahatama Jaya*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Online:

PT Pupuk Sriwidjaja. (2014). *Menuju Proper Emas*. (Online). (<http://www.pusri.co.id/ina/berita-amp-kegiatan-media-massa/menuju-proper-emas/>). Diakses pada tanggal 11 Oktober 2016 Pukul 20.28 WIB.

PT Pupuk Sriwidjaja. (2013). *Sekilas Perusahaan*. (Online). (<http://www.pusri.co.id/ina/profil-sekilas-perusahaan/>). Diakses pada 23 Desember 2016 Pukul 20:12 WIB.

PT Pupuk Sriwidjaja. (2013). *Visi, Misi, & Makna Perusahaan*. (Online). (<http://www.pusri.co.id/ina/perusahaan-visi-misi-amp-makna-perusahaan/>). Diakses pada tanggal 11 Oktober 2016 Pukul 20.43 WIB.

Sriwijaya Post. (2016). *Ini Tuntutan Pendemo terhadap PT Pusri Palembang*. (Online). (<http://palembang.tribunnews.com/2016/09/07/ini-tuntutan-pendemo-terhadap-pt-pusri-palembang>). Diakses pada tanggal 11 oktober 2016 Pukul 20.45 WIB.