

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
“PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(COMMUNITY DEVELOPMENT)”
DI WILAYAH RING I PT PERTAMINA EP ASSET 2
LIMAU FIELD**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan
Dalam Menempuh Derajat Gelar Sarjana
S-1 Ilmu Komunikasi**



Oleh:

**LALLA KIRANA CAKRI
NIM. 07031381320065**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
“PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(COMMUNITY DEVELOPMENT)”
DI WILAYAH RING I PT PERTAMINA EP ASSET 2 LIMAU
FIELD**

SKRIPSI

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

Oleh :

LALLA KIRANA CAKRI
07031381320065

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing, November 2017

Pembimbing I

Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001



Pembimbing II

Nur Aslamiah Supli, BIAM, M.Sc
NIP. 1671044612900011



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
"PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (COMMUNITY DEVELOPMENT)"
DI WILAYAH RING I PT PERTAMINA EP ASSET 2 LIMAU FIELD**

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal, November 2017
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

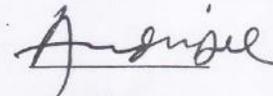
TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr. Retna Mahriani, M.Si
Ketua

Nur Aslamiah Supli, BIAM, M.Sc
Anggota

Dr. Andy Al Fatih, MPA
Anggota

R.A Wulantari, S.I.Kom., M.Si
Anggota



Palembang, November 2017
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya
Dekan,



Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP.196311061990031001

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. *Responsibility* (CSR) “Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*) di wilayah Ring I PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi baik skripsi beserta gelar sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor/pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, Juni 2018

Lalla Kirana Cakri
NIM. 07031381320065

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak Tahu."

(Lao Tse)

Ku Persembahkan ini Untuk:

- **Kedua Orangtuaku tersayang yang telah mendidik, atas cinta kasih yang tulus, serta atas ridho dan do'a yang telah diberikan.**
- **Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moril.**
- **Yth. Ibu Retna Mahriani, M.Si selaku pembimbing 1 Skripsi.**
- **Yth Ibu Nur Aslamiah Supli, BIAM, M.Sc selaku pembimbing 2 Skripsi.**
- **Teman-teman mahasiswa seperjuanganku Ilmu Komunikasi 2013 dan sahabatsahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam menyelesaikan skripsi**
- **Dosen dan Pegawai Fisip Unsri**
- **Almamater Kuningku dan Kota Palembang**

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang baik dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*) PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari data primer melalui wawancara mendalam dengan *Assistan Manager, Staff CSR, Formalities & Government* PT Pertamina EP dan salah satu perwakilan masyarakat wilayah ring 1 yang mendapatkan bantuan. Data Sekunder berupa studi pustaka, foto atau gambar, dokumentasi, dan laporan kegiatan, Berdasarkan dari hasil analisis penelitian dan observasi dilapangan, dapat disimpulkan hasil yang ditemukan adalah sejauh ini langkah komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell yakni dimulai dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek telah dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut terbukti dengan semakin meningkatnya antusias masyarakat sekitar terhadap program CSR, serta adanya perubahan sikap masyarakat yang menjadi lebih peduli terhadap perusahaan

Kata kunci : Strategi Komunikasi, CSR, Program Pemberdayaan, PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field

ABSTRACT

This paper aims to determine the communication strategy both in the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) "Community Empowerment Program (Community Development) PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field. Research using qualitative research method with descriptive approach. Data obtained from primary data through in-depth interviews with the Assistant Manager, Staff CSR, Formalities & Government PT Pertamina EP and one representative of community ring region 1 that assistance. The secondary data in the form of literature, photographs or drawings, documentation, and reporting activities, Based on the analysis of research and field observations, we can conclude Results are so far measures the communication presented by Laswell which starts from the communicator, message, media, communicant, and the effect has been implemented. This is evident by the growing enthusiasm surrounding communities of the CSR programs, as well as the shift of public attitudes are becoming more concerned about the company

Key words: Communication Strategy, CSR, Community Development, PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi ini sesuai dengan target waktu yang telah diberikan oleh pihak Universitas. Penelitian berjudul “ Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*) di Wilayah Ring 1 PT Pertamina Asset 2 Limau Field”

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan untuk membangun dan membina reputasi perusahaan. Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan PT Pertamina Asset 2 Limau Field dalam Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kurikulum pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, tentu saja melibatkan berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi pada penulis baik secara akademis maupun non akademis. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya,
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan Fisip Unsri, Bapak Ardiyan Saptawan, M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Wakil Dekan III Fisip Unsri yang telah memberikan kemudahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Andy Alfatih M.P.A selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unsri
4. Ibu Retna Mahriani M.Si sebagai dosen pembimbing I Skripsi yang selama ini telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, masukan, saran

dan nasehat terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga terselesaikan

5. Ibu Nur Aslamiah Supli BIAM, M.Sc sebagai dosen pembimbing II Skripsi. Yang selama ini telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, masukan, saran dan nasehat terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini hingga terselesaikan
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fisip Unsri yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh pendidikan dibangku kuliah.
7. Seluruh karyawan Fisip Unsri yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh staf dan tata usaha Program Strata1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
9. Semua pihak PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan Laporan TA dapat terselesaikan

Sebagai seorang manusia yang memiliki kemampuan terbatas, penulis tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta petunjuk-petunjuk dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi yang besar dalam penulisan skripsi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan dasar itu penulis mohon kritik dan saran yang sifatnya membangun, demi terwujudnya sebuah kesempurnaan. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kita semua

Palembang, November 2017

Penulis,
Lalla Kirana Cakri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	II
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	III
HALAMAN KEASLIAN DAN PERNYATAAN SKRIPSI.....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
DAFTAR ISTILAH.....	XV
DAFTAR SINGKATAN.....	XVII

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Masalah.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
a. Manfaat Teoritis.....	8
b. Manfaat Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	9
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.1.3 Program Pemberdayaan Masyarakat (<i>Community Development</i>).....	12
2.1.4 Strategi Komunikasi dalam <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.2 Teori yang Digunakan.....	15
2.3 Kerangka Teori.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
2.5 Alur Pemikiran.....	19
2.6 Hipotesis Deskriptif.....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Definisi Konsep.....	26
3.3 Fokus Penelitian	27
3.4 Unit Analisis Data.....	28
3.5 Penentuan Informan	28
3.6 Sumber Data.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Teknik Keabsahan Data	31
3.10Jadwal Penelitian.....	32
3.11Sistematika Penelitian Skripsi.....	33
BAB IV TINJAUAN UMUM INSTANSI	
4.1 Profil PT Pertamina EP	34
4.2 Sejarah singkat Limau Field.....	35
4.3 Golden Rules HSE	38
4.4 Visi,Misi, dan Tata nilai PT Pertamina EP	39
4.5 Makna Logo PT Pertamina	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Strategi Komunikasi dalam Pelaksanakan CSR di PT Pertamina	41
5.1.1 Tahapan komunikator Pelaksanaan CSR di PT Pertamina	42
5.1.2 Tahapan Pesan Pelaksanaan CSR di PT Pertamina	53
5.1.3 Tahapan Media Pelaksanaan CSR di PT Pertamina.....	63
5.1.4 Tahapan Komunikasikan Pelaksanaan CSR di PT Pertamina	71
5.1.5 Tahapan Efek Pelaksanaan CSR di PT Pertamina	81
5.1.6 Pendukung Komunikasi CSR di PT Pertamina	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Konflik yang terjadi	6
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3 Fokus Penelitian.....	27
Tabel 4 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 5 Lulusan Sarjana.....	43
Tabel 6 Menguasai Bahasa Asing	44
Tabel 7 Jabatan Komunikator	45
Tabel 8 Pengalaman kerja komunikator.....	48
Tabel 9 Memiliki Sertificat CSR.....	49
Tabel 10 Kredibilitas Komunikator	51
Tabel 11 Isi pesan.....	54
Tabel 12 Cara penyampaian pesan.....	60
Tabel 13 Strategi Komunikasi jenis media Cetak yang digunakan.....	64
Tabel 14 Strategi Komunikasi jenis media Elektronik yang digunakan	66
Tabel 15 Strategi Komunikasi jenis media Baru yang digunakan	67
Tabel 16 Frekuensi Waktu	69
Tabel 17 Durasi Penayangan.....	70
Tabel 18 Pendidikan Terakhir	72
Tabel 19 Pendidikan Tidak dilanjutkan	73
Tabel 20 Kepala Dusun	76
Tabel 21 Masyarakat Wilayah Ring 1	77
Tabel 22 Petani.....	78
Tabel 23 Buruh Harian.....	79
Tabel 24 Usaha Rumahan	80
Tabel 25 Efek Perubahan Tingkat Pengetahuan	82
Tabel 26 Efek Perubahan Sikap	84
Tabel 27 Efek Perubahan Perilaku	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori Harold D. Lasswell	15
Gambar 2 Alur Pemikiran	19

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pengambilan Data Di PT Pertamina EP Asset 2
2. Surat Keputusan Dosen Pembimbing
3. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing I
4. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing II
5. Transkrip Wawancara Pihak PT Pertamina EP Asset 2
6. Transkrip Wawancara Pihak Warga Yang Mendapatkan Bantuan CSR Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*)

DAFTAR ISTILAH

<i>Assistant Manager</i>	: Membantu tugas manajer dalam mengawasi kegiatan dan membuat laporan kegiatan serta berkoordinasi merancang kegiatan perusahaan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	: suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya). perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan
<i>Community Development</i>	: kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan pembangunan.
<i>Formalities & Government</i>	: untuk bidang yang berhubungan dengan ketentuan yang berkaitan dengan segala hal yang berhubungan dengan legalitas tentang ijin dan bekerjasama dengan pemerintah
<i>Phatic communication</i>	: seseorang yang berhasil berkomunikasi dengan baik apabila orang tersebut sanggup menumbuhkan komunikasi yang menimbulkan perasaan bahagia melalui pemahaman.
<i>Public Relations</i>	: fungsi manajemen yang mengevaluasi opini, sikap, dan perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur suatu individu atau sebuah organisasi dengan kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program aksi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publik dengan cara berkomunikasi
<i>Staff CSR</i>	: bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan hubungan-hubungan yang menguntungkan dengan masyarakat sekitar

atas nama perusahaan dengan memberikan tanggung jawab. Jadi, staff CSR mempunyai tanggung jawab utama untuk memastikan bahwa kebutuhan masyarakat sekitar sesuai dan terpenuhi.

Sustainability

: konsep yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan diantara dimensi pembangunan, seperti ekonomi, sosial serta lingkungan

Win Win Solution

: sebuah teknik komunikasi negosiasi yang menempatkan kedua belah pihak dalam posisi menang.

DAFTAR SINGKATAN

- PR : *Public Relations*
CSR : *Corporate Social Responsibility*
SKK Migas : Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan teknologi di era modern terus meningkat, termasuk dalam bidang bisnis dan usaha. Perusahaan terus-menerus mengembangkan usahanya agar semakin maju dengan berbagai macam kondisi dan tantangan yang dihadapi. Dunia bisnis dan perusahaan yang semakin maju tentunya tidak begitu saja bebas melakukan tindakan apa saja dalam mencapai tujuan. Dalam melaksanakan kegiatan produksi, suatu perusahaan secara tidak langsung dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan sekitar yaitu lingkungan sosial maupun lingkungan fisik di tempat kegiatan produksi perusahaan. Maka dari itu beberapa perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan sosial yang dapat dikatakan sebagai kegiatan wajib bagi perusahaan¹. Untuk menjalankan kewajiban tersebut diperlukan strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta wujud kegiatan untuk menjaga dan melakukan upaya-upaya terhadap kemungkinan munculnya hal negatif bagi perusahaan.

Menurut Soemirat (kata “Strategi” mengandung pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan atau daya juang. Artinya hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam atau dari luar². Tekanan dari luar dapat berbentuk tuntutan dari masyarakat kepada perusahaan terhadap komunitasnya. Hal itu dapat dipenuhi perusahaan dalam suatu kegiatan ini disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial.

Kemunculan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikembangkan dengan cara membagi antara tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai persoalan sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu program sosial yang dimiliki perusahaan dalam

¹ Nurdizal Rachman. *Corporate Social Responsibility CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2011: hal 13

² Soemirat, Soleh. (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset hal 9

menciptakan kesejahteraan masyarakat. Program CSR yang baik yaitu dapat menciptakan sebuah opini yang baik terhadap perusahaan atau organisasi, dimana pada akhirnya akan menciptakan sebuah citra yang positif bagi perusahaan. Adanya saling pengertian yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan dengan cara dukungan dari masyarakat dalam mewujudkan tercapainya tujuan dari berdirinya perusahaan tersebut Program CSR ini dilakukan melalui seorang *Public Relations*.

Salah satu perusahaan yang wajib melaksanakan *golden rules* yaitu PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan usaha di sektor hulu bidang minyak dan gas bumi, meliputi eksplorasi dan eksploitasi. Di samping itu, PT Pertamina EP Asset 2 Limau juga melaksanakan kegiatan usaha penunjang lain yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung bidang kegiatan usaha utama. PT Pertamina EP Asset 2 Limau juga harus menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat baik yang berada disekitar perusahaan maupun yang berjarak jauh dengan perusahaan. Cara melakukan hubungan yang baik ini dapat berupa komunikasi yang terjalin antara pihak perusahaan dan masyarakat. Pihak yang dapat menjembatani antara perusahaan dan masyarakat yaitu *Public Relations*. *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi opini, sikap, dan perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur suatu individu atau sebuah organisasi dengan kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program aksi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publik dengan cara berkomunikasi³.

Komunikasi merupakan salah satu proses sosial yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia, karena setiap orang dalam kehidupannya selalu berkeinginan untuk mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Sesuai dengan peran *Public Relations* sendiri yaitu membangun citra yang positif, membangun hubungan yang baik serta menjaga kredibilitas untuk perusahaan atau organisasi⁴.

³ Rhenald Kasali. Manajemen *Public Relations*. Jakarta:Pustaka Utama Grafiti 2003 hal 34

⁴ Elvinaro Ardianto. Dasar-dasar *Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya 2012 hal 89

Dalam menjalin hubungan tersebut maka dapat dilihat dari komunikasi yang dilakukan PT Pertamina yaitu melalui program CSR dalam bentuk usaha ataupun strategi yang dilaksanakan perusahaan kepada masyarakat untuk memenuhi suatu kebutuhan dan mengubah citra. Tanggung jawab manusia untuk memelihara lingkungan hidup berkaitan dengan kegiatan CSR melalui program kemitraan dan bina lingkungan, dimana sebuah perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar. Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini difokuskan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk mencegah krisis, yaitu dengan peningkatan reputasi atau image⁵

Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT Pertamina EP Asset 2 yaitu Program Pemberdayaan Masyarakat. Bentuk kegiatan Program Pemberdayaan Masyarakat yaitu : pinjaman jangka panjang, pinjaman jangka pendek, hibah (pameran, study banding, pelatih/diklat mitra binaan) yang ditujukan untuk mitra binaan dari PT Pertamina EP Asset

Salah satu keuntungan dari CSR adalah meningkatkan citra positif perusahaan. CSR merupakan salah satu kegiatan positif yang dilakukan oleh perusahaan, dan bila perusahaan melakukan kegiatan yang positif dan bermanfaat untuk banyak pihak, perusahaan tersebut akan mendapatkan *feed back* yang positif pula. Selain itu berdampak positif pada masyarakat yaitu dapat membantu membuka usaha masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Wilayah yang dipilih dalam penelitian ini merupakan masyarakat terdekat perusahaan dan sebagai bagian dari kebijakan perusahaan pada bidang *external relations*. Wilayah tersebut dapat dikatakan wilayah Ring 1 PT Pertamina EP Asset 2 Limau. Ketentuan memilih desa atau masyarakat tersebut berdasarkan ketentuan dari pihak perusahaan yaitu terdiri dari beberapa syarat antara lain, (1) masyarakat tinggal di wilayah Ring 1 yaitu wilayah operasional kerja PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field berupa sumur dan pipa gas alam (terutama

⁵ Putra Dedi. Komunikasi CSR Politik. Jakarta: Kencana 2015 hal 8

sumur minyak) yang terletak didaerah tempat masyarakat tinggal. (2) Memberikan pengajuan proposal kepada perusahaan.

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

Selama ini *Public Relations* PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field telah menjalankan program CSR sebagai tanggung jawab moral dan sosial perusahaan kepada lingkungan, yang didorong oleh rasa kepedulian dan keinginan untuk terlibat aktif dalam membangun potensi sosial kemasyarakatan, maka PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field mengembangkan Program pemberdayaan masyarakat (*Community Development*) yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pelatihan, pemeberian peralatan menjahit dan pembimbingan keterampilan menjahit desa Tanjung Muning Kecamatan Gunung Megang Muara Enim. Pemberdayaan kelompok tani dan rumah hijau. Pembuatan rumah kompos dan pembimbingan serta pemberdayaan pengelolaan sampah menjadi kompos. Pembimbingan kepada para masyarakat pelaku adanya program CSR ini berperan dalam meningkatkan kualitas produksi, sekaligus menjamin kelancaran distribusi usaha, salah satunya memanfaatkan tenaga sumber daya manusia dan sumber daya alam di masyarakat. Sedangkan bagi perusahaan sendiri, hal ini akan menjadi jaminan keamanan dan kelancaran usaha produksi di daerah tersebut. Ada kalanya program CSR perusahaan tidak mesti harus berada pada tingkat produsen dan pengembangan produk, tetapi dapat mencakup aspek lain, misal pendidikan. Selain pemberian bantuan dan bimbingan, PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field juga merupakan perusahaan yang memilih program CSR di bidang pendidikan. Program seperti ini kebanyakan memfokuskan pada pendidikan bagi generasi mendatang, pengembangan kewirausahaan, pendidikan finansial, maupun pelatihan-pelatihan.

Peneliti lebih tertarik meneliti pelaksanaan CSR dibidang sosial dan lingkungan karena program CSR dalam bentuk Program Pemberdayaan

Masyarakat yang dilaksanakan oleh PT Pertamina EP Asset 2 dapat membantu masyarakat di bidang pendidikan dan pelatihan masyarakat, pengembangan sarana umum, sehingga program yang lebih memberikan manfaat berkelanjutan melalui bantuan pemberdayaan dan agar sasaran program bantuan bisa menjadi mandiri. Untuk menjadikan seseorang atau kelompok masyarakat yang mengalami masalah sosial mempunyai daya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dasarnya. Program Pemberdayaan Masyarakat dinilai berhasil berdasarkan pernyataan karyawan PT Pertamina EP Asset 2 Limua Field yaitu Bapak Afrianto(6 Juni 2017)Program CSR di Pertamina berjalan dengan lancar dan berhasil bisa dilihat ada beberapa program yang telah di jalankan program pembuatan rumah kompos dan pembimbingan serta pemberdayaan pengelolaan sampah menjadi kompos sebagai suatu bentuk usaha untuk peningkatan kesejahteraan di desa.

Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat, salah satu bantuan yang diberikan PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field berupa pemberian pelatihan dan fasilitas. Dalam program ini PT Pertamina EP Asset 2 dinilai kurang berhasil atau memiliki kendala. Salah satu kendalanya yaitu pada masyarakat yang diberi bantuan CSR tidak berjalan dengan semestinya, salah nya masyarakat kurang motivasi dan tidak ada keberlanjutan pembibitan tanaman toga yang diberikan oleh PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field di daerah Tebat Agung.

Data yang peneliti dapatkan di lapangan mengenai konflik antara masyarakat dan perusahaan dalam kurun waktu satu tahun terakhir yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Konflik yang Terjadi

No	Tanggal	Pelaku	Tempat	Konflik	Sumber
1.	Kamis/ 16 juni 2016	Masyarakat	Operasional kerja Limau Field	1. Adanya demo dengan cara penutupan jalan operasional kerja ditahan warga dikarenakan janji yang sebelumnya belum ditepati oleh PT Pertamina Asset 2 2. Masyarakat menuding bahwa PT Pertamina memberikan dana CSR tersebut, hanya kepada kalangan para keluarga pegawai perusahaan	Surat kabar Prabumulih Pos
2.	Jum'at/ 7 juni 2017	Perusahaan	Kantor Divisi <i>Public Relations</i>	1. Pembengkakan biaya karena masyarakat terus menerus meminta bantuan yang tidak sesuai dengan kebutuhan utama. 2. Perusahaan sudah membagikan bantuan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Tetapi adanya mitra yang kurang memahami kewajibannya	Wawancara Mendalam

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan data diatas dapat menunjukkan adanya pelaksanaan program CSR PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field belum mendapat sambutan baik dari beberapa kalangan dan pernyataan yang bertolak belakang antara pihak masyarakat dengan pihak perusahaan sehingga keberpihakan perusahaan perlu

ditanyakan. Masyarakat sebagian besar masih belum mendapat bantuan yang diinginkan, sedangkan pihak PT Pertamina EP Asset 2 merasa bahwa sudah memberikan bantuan sesuai kebutuhan masyarakat. Maka adanya *misscommunication* antara masyarakat dan perusahaan PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field. Melalui CSR “Program Pemberdayaan Masyarakat(*Community Development*)” sebagai salah satu strategi komunikasi untuk mengurangi dampak negatif baik bagi masyarakat maupun perusahaan. Namun strategi PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field harus dioptimalkan, dikarenakan masih sedikitnya masyarakat Prabumulih yang belum mengetahui Program Pemberdayaan Masyarakat(*Community Development*) dan bagaimana cara melaksanakannya dengan baik.

PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field hanya memberi bantuan berupa fasilitas, fasilitas dan pembimbingan yang dibutuhkan masyarakat, tetapi pihak masyarakat terkadang memilih untuk meminta bantuan berupa uang. PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field lebih mengutamakan memberi bantuan berupa fasilitas daripada uang. Hal ini dikarenakan pihak perusahaan mengkhawatirkan bantuan uang yang diberikan kepada masyarakat akan disalahgunakan oleh masyarakat akibat kurangnya pemahaman masyarakat terhadap tujuan bantuan yang diberikan. Bantuan yang diberikan bertujuan untuk membentuk masyarakat yang mandiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti karena adanya hubungan komunikasi yang tidak harmonis antara pihak perusahaan dan masyarakat sedikit banyaknya sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan pihak *Public Relations* PT. Pertamina EP Asset 2 Limau sebagai komunikator. Untuk itu penulis menganggap perlu untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi PT. Pertamina EP Asset 2 Limau Field dalam pelaksanaan program CSR dan faktor-faktor yang mempengaruhi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi komunikasi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*)” di PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Program Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*)” di PT Pertamina EP Asset 2 Limau Field

1.4 Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti lain maupun masyarakat umum yang tertarik kepada permasalahan CSR dalam penelitian yang dilakukan oleh PT Pertamina EP Asset 2 memberi manfaat guna serta perkembangannya studi CSR secara khusus dan studi PR secara umum

b. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan dan saran bagi PT Pertamina EP Asset 2 dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility*
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi *Public Relations* yang bekerja pada suatu perusahaan atau instansi dalam rangka perkembangan pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andipati, A. A. (2015). *Paradigma Baru Public Relations-Teori, Strategi, dan Riset*. Jakarta: Pustaka Indonesia Jakarta.
- Argenti, Paul A., 2010, *Komunikasi korporate*. Jakarta: Salemba Humanika
- Arikunto, P. S. (2010). *Suatu Pendekatan Praktik Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakdi ,Soemanto. (2007). *Sustainable Corporation : Implementasi Hubungan Harmonis antara Perusahaan dan masyarakat*. Gresik: PT Semen Gresik (Persero).
Tbk
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. 2006. *Corporate social responsibility and resource-based perspectives*.*Journal of Business Ethics*
- Cangara ,Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Hutagalung,Inge. (2015). *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moloeng, Lexy J., M. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Notoatmodjo. 2012 *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta Rineka Cipta.

- Nurdizal, R. (2011). *Panduan Lengkap (Corporate Social Responsibility) CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- O'Hair Dan, G. W. (2009). *Strategic Communication in Business and The Professions*. Jakarta : Kencana.
- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Putra, D. K. (2015). *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, Jalaludin .(2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Karya CV
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi* . Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Scot M. Cutlip, A. H. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siswanto.(2005). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Bumi Aksara
- Soemirat , Soleh. (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Stephen, W. Littlejohn, K. A. (2012). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication* . Jakarta: Salemba.
- Sukoco,Badri M.(2006).Manajemen Administrasi Perkantoran Modern. Jakarta: Erlangga
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Turner, R. W. (2008). *Teori Komunikasi analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zubair, Felia. (2014). *Pemahaman Pengusaha dalam penerapan CSR Oleh PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk*. Bandung : Universitas Padjadjaran

Sumber Lain

- Badri. (2009, januari 3). *ruang dosen*. Retrieved agustus 5, 2016, from peran-prdalam-membangun-citra-perusahaan-melalui-program-csr:
- Branco & Rodrigues (2006 januari 5) *Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective: jurnal*
- Choto, a. (2013, juni 24). *aanchoto*. Retrieved agustus 6, 2016, from fungsi-komunikasi-bisnis: <http://www.aanchoto.com/fungsi-komunikasibisnis.html>
- Miftah*. (2008, mei 10). Retrieved juni 10, 2017, from [jurnalkommas.com](http://www.jurnalkommas.com):
<http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNALMIFTAH%20FARIDL%20W-D0210074.pdf>
- Muhtar, S. M. (2013, januari 20). *pasca unhas*. Retrieved januari 15, 2017, from paca.unhas.ac.id:
<http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/c183ad737f9ad092fc691b7501f46290.pdf>
- Rahmayanti, D. R. (2014, mei 5). *eprints uns*. Retrieved januari 20, 2017, from eprints.uns.ac.id:
<https://eprints.uns.ac.id/14970/1/334741912201311251.pdf>
- Rusdianto, U. (2010, februari 12). *digilib.uns.ac.id*. Retrieved januari 8, 2017, from Public relations dan corporate reponsibility CSR:
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/13743/Mjg0MzY=/Publicrelations-dan-Corporate-Social-Responsibility-CSR-abstrak.pdf>

HYPERLINK

"<https://intra.pep.pertamina.com/default.aspx>"

<https://intra.pep.pertamina.com/default.aspx>

<http://pertamina.com/>

HYPERLINK "<http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/>"

<http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/>