

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT KILANG
PERTAMINA INTERNASIONAL REFINERY UNIT III
PLAJU DALAM MEWUJUDKAN PROGRAM MARI
BERKREASI DI LORONG MARI**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh :

Riska
07031181924030

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPETENSIF

**STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT KILANG PERTAMINA
INTERNASIONAL REFINERY UNIT III PLAJU DALAM
MEWUJUDKAN PROGRAM MARI BERKREASI
DI LORONG MARI**

SKRIPSI

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

Oleh:


**RISKA
07031181924030**

Pembimbing I



**Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001**

Pembimbing II



**Kartika Suci Lestari Purhusip, MA
NIP. 199003312022032013**



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. M. Nasih Thamrin, M.Si
NIP. 096406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT KILANG PERTAMINA
INTERNASIONAL REFINERY UNIT III PLAJU DALAM
MEWUJUDKAN PROGRAM MARI BERKREASI
DI LORONG MARI

SKRIPSI

Oleh:

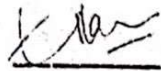
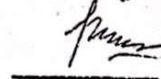
RISKA
07031181924030

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 22 Februari 2023

Pembimbing :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001
2. Kartika Suci Lestari Parhusip, MA
NIP. 199003312022032013

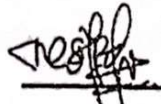
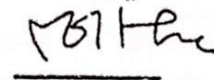
Tanda Tangan



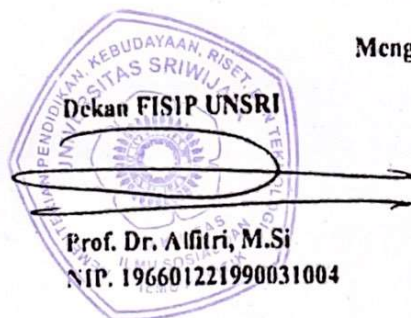
Penguji :

1. Mifta Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199205312019032018
2. Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199209292020122014

Tanda Tangan



Mengetahui,



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riska
NIM : 07031181924030
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 4 Juli 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju Dalam Mewujudkan Program Mari Berkreasi Di Lorong Mari

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang

Yang membuat pernyataan,



Riska

NIM. 07031181924030

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Keep your eyes on the stars and your feet on the ground”

(Theodore Rosevelt)

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya”

(Q.S Al-Zalزالah: 7)

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Alm. Papa, Mama, dan Saudaraku
2. Diri Saya Sendiri
3. Almamater Universitas Sriwijaya

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "strategi komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari" PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terbesar di Indonesia yang mengelola minyak dan gas, yang juga ikut serta dalam mengimplementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap perusahaan. Program mari berkreasi adalah salah satu program yang dijalankan CSR PT KPI RU III yang berfokus pada penataan kawasan serta pemanfaatan dari limbah non B3 untuk menjadi benda perabotan. Salah satu kegiatan yang dijalankan dari program mari berkreasi adalah program Kampung Kreasi yang berlokasi di Lorong Mari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara berstruktur, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori strategi komunikasi CSR menurut Rusdianto (2013) yang memiliki enam tahapan yaitu tujuan, sasaran, pesan, instrument dan kegiatan, sumberdaya dan skala waktu, serta evaluasi dan amandemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tahapan strategi komunikasi CSR PT KPI RU III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari telah berjalan dengan baik serta telah memberikan dampak signifikan terhadap permukiman Kampung Kreasi Lorong Mari baik dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

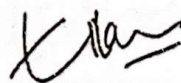
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Program Mari Berkreasi, dan Lorong Mari

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Kartika Suci Lestari Parhusip, MA
NIP. 199003312022032013



ABSTRACT

This research is entitled "PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju's CSR communication strategy in realizing the mari berkreasi program in Lorong Mari." PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju is the largest State-Owned Enterprise (BUMN) in Indonesia that manages oil and gas, which also participates in implementing the CSR (Corporate Social Responsibility) program as a form of social responsibility towards the company. The let's be creative program is one of the programs implemented by PT KPI RU III CSR which focuses on area management and the utilization of non-B3 waste to become furniture objects. One of the activities carried out by the let's be creative program is the Kampung Kreasi program which is located in Lorong Mari. This study aims to determine the CSR communication strategy of PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju in realizing the mari berkreasi program in Lorong Mari. The research method uses qualitative research methods which are described descriptively. This study uses data collection techniques in the form of observation, structured interviews, and documentation. The theory used in this research is the theory of CSR communication strategy according to Rusdianto (2013) which has six stages, namely goals, objectives, messages, instruments and activities, resources and timescales, as well as evaluation and amendments. The results showed that PT KPI RU III Plaju's CSR communication strategy stages in realizing the mari berkreasi program in Lorong Mari have gone well and have had a significant impact on the settlement of Kampung Kreasi Lorong Mari both from economic, social and environmental aspects.

Keywords: Communication Strategy, CSR, Mari Berkreasi Program, and Lorong Mari

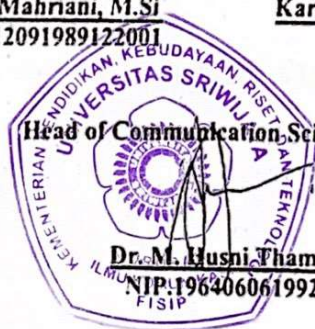
Advisor I

Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Advisor II

Kartika Suci Lestari Parhusip, MA
NIP. 199003312022032013

Head of Communication Science Department



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam Mewujudkan Program Mari Berkreasi Di Lorong Mari”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata 1 (S1) program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya dan dengan senang hati kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan selaku Ketua Jurusan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

5. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
6. Ibu Kartika Suci Lestari Parhusip, MA selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
7. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama penyusunan proposal skripsi.
9. Kedua orang tua, Alm. Papa, Mama, serta saudaraku yang selalu memotivasi untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kak Perliansyah Sukardi selaku Jr. Officer Comm, Rel, & Compli yang telah memberikan perizinan untuk penulis mengambil data di perusahaan sebagai penyusunan skripsi ini.
11. Kak Zul selaku Administrasi Kantor Comm, Rel, & CSR RU III Plaju yang telah membantu dalam pembuatan surat izin penelitian skripsi penulis.
12. Kak Ahmad Adi Suhendra selaku Jr. Officer CSR RU III & SMEPP yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menjadi *key informant* pertama dalam penelitian sehingga penulis dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

13. Mba Erin Destri selaku *Community Development Officer* CSR RU III yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menjadi *key informant* kedua dalam penelitian sehingga penulis dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
14. Kak Elonk selaku Ketua RT 02 Kampung Kreasi Lorong Mari yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menjadi informan pendukung dalam penelitian sehingga penulis dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
15. Sheby teman sekaligus sahabat penulis yang selalu ada dalam proses perkuliahan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini
16. Nisa dan Ejak teman sekaligus sahabat penulis sejak SMA sampai dengan perkuliahan ini dan seterusnya.
17. Teman-teman PP Layo, Puput Fatiya, Aurelia, Adinda Zsa, Puput Fitri, Tarisa, dan Alin yang saling memberikan informasi-informasi kepada penulis dalam perkuliahan.
18. Bella Nur Aprilia, Vivin Ardiana, Dhea Ayu, dan Musda teman satu kelas yang sering menjadi tempat penulis untuk bertanya tentang perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan proposal skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari

materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, 22 Februari 2023



Riska
NIM. 07031181924030

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Strategi Komunikasi	12
2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)	15
2.3. Program Mari Berkreasi.....	18
2.4. Kerangka Teori.....	19

2.5. Kerangka Pemikiran	20
2.6. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Definisi Konsep	27
3.3. Fokus Penelitian	28
3.4. Unit Analisis	32
3.5. Informan Penelitian	32
3.6. Sumber Data	35
3.7. Teknik Pengumpulan Data	35
3.8. Teknik Keabsahan Data	37
3.9. Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	39
4.1. Sejarah Perusahaan	39
4.2. Lokasi Perusahaan	41
4.3. Unit Proses	41
4.4. Makna Logo Perusahaan	42
4.5. Visi Misi dan Tata Nilai Perusahaan	42
4.6. Struktur Organisasi	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	47
5.1. Strategi Komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju Dalam Mewujudkan Program Mari Berkreasi Di Lorong Mari ..	47
5.1.1. Tujuan	49
5.1.2. Sasaran	49

5.1.3. Pesan.....	55
5.1.4. Instrumen dan Kegiatan.....	67
5.1.5. Sumberdaya dan Skala Waktu	70
5.1.6. Evaluasi dan Amandemen.....	72
5.2. Analisis Strategi Komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju Dalam Mewujudkan Program Mari Berkreasi Di Lorong Mari.....	76
5.2.1. Tujuan.....	76
5.2.2. Sasaran.....	77
5.2.3. Pesan.....	77
5.2.4. Instrumen dan Kegiatan.....	78
5.2.5. Sumberdaya dan Skala Waktu	79
5.2.6. Evaluasi dan Amandemen	80
BAB VI PENUTUP.....	81
6.1. Kesimpulan	81
6.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	29
Tabel 3.2 <i>Key Informant</i>	34
Tabel 3.3 Informan Pendukung.....	34
Tabel 4.1 Sejarah Perkembangan PT KPI RU III Plaju.....	39
Tabel 5.1 Lokasi Kawasan Permukiman Kumuh Kota Palembang.....	58
Tabel 5.2 Isi Pesan Program Mari Berkreasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Permukiman Lorong Mari.....	1
Gambar 1.2 Kunjungan Istri Gubernur Sumsel TP PKK Sumsel	7
Gambar 1.3 UKM Mari Kemplang.....	8
Gambar 1.4 UKM Mari Berkarya.....	9
Gambar 1.5 Pemenang Lomba Kampung Hias Asian Games 2018	10
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	42
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi	45
Gambar 5.1 Liputan TV TVRI “Kampungku”	51
Gambar 5.2 Pelatihan Pembuatan Pupuk	52
Gambar 5.3 Grup Whatsapp Kampung Kreasi Lorong Mari.....	54
Gambar 5.4 Grup Whatsapp Kampung Kreasi Lorong Mari.....	55
Gambar 5.5 Aspek Ekonomi	60
Gambar 5.6 Aspek Sosial.....	61
Gambar 5.7 Grup Whatsapp Lorong Mari	62
Gambar 5.8 Aspek Lingkungan.....	62
Gambar 5.9 <i>Before After</i> Kampung Kreasi Lorong Mari	63
Gambar 6.0 Pencapaian Kampung Kreasi Lorong Mari.....	64
Gambar 6.1 Aspek Kesejahteraan.....	64
Gambar 6.2 Dampak Program Mari Berkreasi.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing Skripsi	89
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I	90
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing II.....	91
Lampiran 4 Lembar Matriks Seminar Proposal	92
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian ke Comm, Rel, & CSR RU III.....	93
Lampiran 6 Surat Balasan Instansi	94
Lampiran 7 Pedoman Wawancara	95
Lampiran 8 Transkrip Wawancara.....	98
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara Informan Penelitian	119
Lampiran 10 SK Walikota No. 488 Tahun 2014 Penetapan Lokasi Kumuh	120
Lampiran 11 Foto-Foto Kegiatan CSR di Kampung Kreasi Lorong Mari	126
Lampiran 12 Hasil Turnitin.....	127

DAFTAR SINGKATAN

AKHLAK	: Amanah Kompeten Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
CDO	: <i>Community Development Officer</i>
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
FGD	: <i>Focus Group Discussion</i>
GM	: <i>General Manager</i>
Non B3	: Non Bahan Berbahaya dan Beracun
PATRA	: Palembang Aman Terampil dan Berdaya
PN	: Perusahaan Negara
PT KPI RU III	: PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III
RKA	: Rencana Kerja dan Anggaran
SDM	: Sumber Daya Manusia
SMA	: Sekolah Menengah Atas
TP PKK	: Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga
UKM	: Usaha Kecil Menengah
WA	: Whatsapp

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Wilayah Kota Palembang memiliki salah satu kawasan permukiman kumuh, antara lain berada di sebuah lorong yang bernama Lorong Mari berlokasi di RT 02 RW 01 Kelurahan Talangbubuk, Kecamatan Plaju, Kota Palembang. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi masyarakat Lorong Mari adalah keadaan Lorong Mari yang sempit, diselimuti banyak sampah, dan genangan air. Lorong Mari tersebut berlokasi tidak jauh dari wilayah perusahaan PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dan termasuk pada wilayah Ring-1 perusahaan.



Gambar 1.1 Kondisi Permukiman Lorong Mari

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat dilihat kondisi permukiman Lorong Mari yang dapat dikategorikan wilayah kumuh dengan akses jalan sempit, adanya genangan air yang diselimuti dengan banyak sampah. Sebagai salah satu perusahaan Persero Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terbesar di Indonesia

yang bergerak di bidang minyak dan gas, tentunya PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju juga ikut serta dalam mengimplementasikan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap perusahaan, sesuai dengan Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Hereyah & Ardiansyah, 2019: 121-122). PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju, memiliki suatu program yang diberinama PATRA (Palembang, Aman, Terampil, dan Berdaya). Dimana memiliki 3 (tiga) program yaitu Kampung Pangan Inovatif, Mari Berkreasi, dan PATRA Academy.

Program mari berkreasi adalah salah satu program yang dijalankan oleh CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju. Program mari berkreasi merupakan suatu program pengembangan kawasan kumuh untuk dapat beradaptasi dengan perubahan iklim dan menjadi kampung wisata edukasi di kawasan Kecamatan Plaju dan Banyuasin I. Salah satu program mari berkreasi ini berfokus pada penataan kawasan, pemanfaatan lahan kecil untuk pertanian, dan pemanfaatan dari limbah non B3 untuk di daur ulang sehingga menjadi benda-benda perabotan (Topbusiness.id, 2022). Salah satu kegiatan yang dijalankan dari program mari berkreasi adalah program kampung kreasi yang berlokasi di Lorong Mari, Kelurahan Talangbubuk, Kecamatan Plaju, Kota Palembang.

Kampung Kreasi Lorong Mari merupakan kampung yang lahir atas kesadaran diri dari masyarakat Lorong Mari itu sendiri untuk memberikan perubahan kondisi yang lebih baik terhadap lingkungan di sekitar permukiman. Potensi untuk dikembangkan dari Lorong Mari yang cukup menjanjikan didasari oleh mayoritas penduduk Lorong Mari yang masih dalam usia produktif dan

sangat menginginkan akan perubahan yang lebih baik terhadap permukiman. Potensi yang memberikan peluang besar dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah perkampungan kumuh di Lorong Mari tersebut (Aditya et al., 2020: 19).

Pada awalnya Lorong Mari merupakan perkampungan kumuh, sehingga sekarang menjadi kampung kekinian dengan berbagai spot foto yang dapat memanjakan para pengunjung dan dapat menjadikan Lorong Mari sebagai destinasi wisata. Masyarakat Kampung Kreasi Lorong Mari memiliki kreativitas seni yang tinggi dengan memanfaatkan produk dari limbah non B3 dan dikelola menjadi produk yang bermanfaat sehingga dapat menjadi benda-benda perabotan.

Adapun permasalahan yang disebabkan oleh adanya kawasan kumuh di perkotaan Indonesia, sebagai berikut :

- 1) Penurunan estetika visual kota.
- 2) Tingkat kesehatan masyarakat yang rendah.
- 3) Memperburuk dampak ekonomi dan sosial.

Kawasan permukiman kumuh di perkotaan cenderung terjadi di kampung-kampung kota. Kampung kota adalah permukiman yang terdapat di wilayah perkotaan di Indonesia. Permukiman kampung perkotaan memiliki karakteristik antara lain: penduduk masih memiliki sifat dan perilaku kehidupan pedesaan, dengan ikatan pertalian kekeluargaan yang masih erat, kondisi fisik bangunan dan sekitarnya yang buruk dan tidak stabil, kepadatan bangunan dan populasi penduduk, kurangnya sarana pelayanan, seperti saluran air bersih, tempat selokan, serta tempat pembuangan sampah, dan juga kampung kota ditandai dengan penduduk yang kurang beruntung secara ekonomi atau miskin (Permatasari et al., 2022: 347).

Hal ini disebabkan, Indonesia terus mengalami peningkatan yang sangat besar dalam hal jumlah penduduk dari tahun ke tahun. Indonesia merupakan salah satu negara terpadat keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 adalah 270.203.917 jiwa. Dapat dilihat bahwa jumlah ini telah meningkat secara signifikan dibandingkan dengan tahun 2010 yang berjumlah 237.641.326 jiwa. Artinya, dalam sepuluh tahun (2010-2020) bertambah sebanyak 32,56 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berdasarkan permasalahan tersebut, pertumbuhan penduduk di Indonesia tentunya telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat, termasuk tentang kesejahteraan sosial. Kesejahteraan sosial adalah suatu kondisi atau letak kesejahteraan baik secara fisik, mental, dan sosial serta bukan hanya memperbaiki penyakit sosial tertentu saja. Kesejahteraan juga diartikan sebagai kesanggupan individu atau kelompok dalam mencukupi kebutuhan hidup yang layak, sehat, dan mampu menghasilkan sesuatu (Mulia & Saputra, 2020: 68-71).

Dapat dilihat pada salah satu program CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju tersebut permukiman kumuh dapat diubah menjadi lingkungan yang lebih baik, bersih, dan terawat untuk meningkatkan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan. Potensi dan daya tarik dari perbaikan suatu permukiman yang menjadi lebih baik dapat dijadikan sebagai objek wisata untuk menunjang kebutuhan dan perekonomian masyarakat.

Dalam implementasi program CSR, kegiatan komunikasi tentunya merupakan bagian penting dari pelaksanaan program CSR yang dilakukan. Komunikasi menjadi suatu hal yang penting bagi perusahaan, salah satunya

perusahaan BUMN yang dimana sebagai perusahaan yang ikut serta dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Ramadhaniar & Satispi, 2022:155). Maka oleh karena itu, setiap perusahaan yang menyelenggarakan CSR sangat dibutuhkan untuk mempunyai pemahaman tentang bagaimana cara komunikasi yang efektif. Hal ini bermaksud agar dengan adanya komunikasi efektif yang terjalin antara perusahaan dan masyarakat sangat menentukan keberhasilan dari program-program CSR yang dilaksanakan (Sanita & Mauliansyah, 2021: 59).

Adapun tujuan dan fungsi komunikasi menurut Musa Hubeis et al. (2012: 19-20), sebagai berikut:

- 1) Untuk memastikan (*to secure understanding*) dan untuk menginformasikan (*surveillance*).
- 2) Mengevaluasi masukan (*input*) terhadap hasil (*output*) suatu pola pikir.
- 3) Mengendalikan, memengaruhi, dan dipengaruhi.
- 4) Membentuk pemahaman, penerimaan, dan motivasi.

Komunikasi dalam CSR dapat digunakan untuk mempersiapkan perkiraan terhadap harapan pemangku kepentingan, menginterpretasikan kebijakan CSR, dan menjadi penghubung komunikasi secara formal. Hal ini agar memastikan bahwa seluruh pemangku kepentingan menerima informasi yang dapat dipahami dan dapat dipercaya yang akan mengakomodasi mereka untuk terus berkontribusi dan menaikkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, komunikasi dalam CSR harus dapat dipersiapkan, dikelola, dan dilakukan secara berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan untuk menguatkan reputasi perusahaan melalui pelaksanaan dari program CSR yang telah dilakukan (Nurjanah & Yulianti, 2019:

101-102). Melalui komunikasi, tingkah laku dan pandangan individu atau kelompok dapat dimengerti oleh orang-orang disekitarnya (Silitonga, 2020: 16). Oleh karena itu, berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi yang dilakukan CSR kepada masyarakat akan ditentukan oleh strategi komunikasi yang baik.

Strategi komunikasi merupakan pedoman untuk mencapai tujuan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*). Strategi komunikasi merupakan bagian penting dalam mengendalikan berbagai kegiatan pelaksanaan program CSR. Kegiatan CSR yang telah dilakukan harus dapat dikomunikasikan secara lengkap dan tepat sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan dan masyarakat setempat (Saleh & Sihite, 2020: 102-103).

Strategi komunikasi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh CSR merujuk pada bagaimana cara pengkomunikasian pesan kepada masyarakat dan pemangku kepentingan di sekitar perusahaan yang berupa kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan di sekitar perusahaan (Octaviani et al., 2022: 29). Keberhasilan suatu tujuan banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Hal ini dikarenakan tanpa adanya strategi komunikasi yang baik, maka dampak dari proses komunikasi akan negatif. Maka dari itu, sangat dibutuhkan strategi komunikasi dan strategi komunikasi dirancang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan serta dapat menetapkan target yang ditujukan memiliki pemahaman dan dapat dibimbing serta di motivasi (Setyorini et al., 2021: 55).

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk membahas masalah mengenai komunikasi yang dibangun oleh pihak CSR PT KPI RU III

Plaju dalam melakukan upaya mengatasi permasalahan kampung kumuh melalui program CSR mari berkreasi sehingga menjadi kampung yang lebih baik dan di bernama Kampung Kreasi, untuk itu penulis mengajukan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam Mewujudkan Program Mari Berkreasi Di Lorong Mari”.

Adapun alasan peneliti memilih penelitian dengan judul tersebut, sebagai berikut :

1.1.1. Daya Tarik Kampung Kreasi Lorong Mari Cukup Kuat

Kampung Kreasi Lorong Mari ini bertema warna-warni, yang dihiasi dengan berbagai macam bentuk-bentuk unik yang dihasilkan dari memanfaatkan barang-barang bekas atau limbah non B3, serta terdapat UKM dan juga terdapat pojok baca. Kampung Kreasi Lorong Mari ini, dapat dijadikan tempat wisata Kota Palembang, dilihat dari banyaknya pengunjung yang tertarik untuk datang ke lokasi Kampung Kreasi Lorong Mari dari berbagai kalangan, baik dari pemerintahan, akademisi, media, dan komunitas.



Gambar 1.2 Kunjungan Istri Gubernur Sumatera Selatan TP PKK Sumsel
Sumber: Instagram @lorong_mari

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat dilihat adanya salah satu kunjungan dari istri Gubernur Sumatera Selatan TP PKK Sumsel dan TP PKK Kabupaten Merangin Jambi. Kunjungan tersebut dilakukan untuk mengamati kampung kreasi

Lorong Mari. Dilansir dari laman instagram @pkksumsel, ketua PKK Sumsel yaitu Febrita Lustia Herman Deru ia mengatakan bahwa: “jadi kebanggaan kita, kampung ini selalu menjadi tujuan kunjungan kerja dan kaji banding berbagai instansi, seperti kali ini kita mendapat kunjungan dari TP PKK Kabupaten Merangin.”

1.1.2. Peran Aktif Partisipasi Masyarakat Kampung Kreasi Lorong Mari

Kampung Kreasi di Lorong Mari ini memiliki beberapa kegiatan, seperti keterampilan dan usaha kecil menengah (UKM). Dilansir dari penelitian Aditya et al. (2020: 24), bahwa terdapat 4 rukun warga dan 19 rukun tetangga di lokasi permukiman tersebut. Kelurahan Talangbubuk memiliki jumlah penduduk sebesar 7.628 jiwa, dengan status pendidikan terakhir penduduk didominasi oleh lulusan SMA atau sederajat dengan jumlah sebesar 2.617 jiwa.

Meskipun peran masyarakat berbeda satu sama lain dan kegiatan yang dilakukan tidak sama, namun terdapat pembagian tugas berdasarkan dari keahlian yang dimiliki. Dalam hal gender, masyarakat Kampung Kreasi Lorong Mari mendirikan suatu kelompok mari kemplang dan kelompok mari berkarya (Aditya et al., 2020: 27).



Gambar 1.3 UKM Kemplang Mari
Sumber: Website kemplangmari.com



Gambar 1.4 UKM Mari Berkarya

Sumber: Instagram @lorong_mari

Berdasarkan gambar 1.3 dan gambar 1.4 dapat dilihat bahwa adanya partisipasi dari masyarakat Kampung Kreasi Lorong Mari, di mana terdapat dua kelompok yaitu mari kemplang dan mari berkarya. Kelompok mari kemplang yang dilakukan oleh perempuan untuk mengelola makanan khas Palembang yaitu produksi kemplang tunu dan kelompok mari berkarya yang dilakukan oleh laki-laki untuk mengelola limbah non B3 untuk didaur ulang menjadi benda perabotan.

1.1.3. Banyaknya Pencapaian Program Kampung Kreasi Lorong Mari

Kampung Kreasi ini selain memiliki daya tarik tersendiri dari banyaknya pengunjung yang datang, serta terdapat UKM, tentunya tidak lepas dari adanya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki juga cukup memberikan kontribusi terhadap keberhasilan program. Dapat dilihat dari salah satu pencapaian yang diperoleh Kampung Kreasi Lorong Mari yaitu juara 2 Kampung Hias Asian Games 2018.



Gambar 1.5 Pemenang Lomba Kampung Hias Asian Games 2018
Sumber: pelitasumsel.com

Berdasarkan gambar 1.5 di atas yang dilansir dari laman pelitasumsel.com (2018, Juni 12). Pada kesempatan tersebut, Gubernur Sumatera Selatan yaitu Alex Noerdin secara simbolis mempersembahkan hadiah kepada para pemenang lomba kampung hias Asian Games 2018 yang digelar di Istana Gubernur Sumsel Griya Agung Palembang. Lorong Mari RT 02 RW 01 Kelurahan Talangbubuk, Kecamatan Plaju, Kota Palembang memperoleh Juara 2 Kampung Hias Asean Games 2018 dengan jumlah skor 267. Adapun Juara 1 diraih oleh Kampung Cempaka dalam gang masjid RT 18 Kelurahan 26 Ilir Kecamatan Bukit Kecil dengan jumlah skor 287, Juara 3 diraih oleh Kampung Jalan Taman Sari RT 02 Kelurahan Srijaya, Kecamatan Alang-Alang Lebar dengan jumlah skor 243.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana strategi komunikasi yang dibangun oleh CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi komunikasi CSR PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan lebih lanjut bagi kajian Ilmu Komunikasi guna mengetahui proses strategi komunikasi CSR PT KPI RU III Plaju dalam mewujudkan program mari berkreasi di Lorong Mari.

1.4.2. Secara Praktis

- 1) Bagi Program Studi, sebagai bahan tinjauan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh CSR sehingga dapat mengembangkan penelitian kedepannya yang akan berguna bagi mahasiswa Universitas Sriwijaya dan khususnya bagi Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 2) Bagi CSR PT KPI RU III Plaju, sebagai masukan dan saran dalam pelaksanaan kegiatan CSR, agar dapat dijadikan data evaluasi untuk menyelaraskan strategi komunikasi yang lebih baik di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Asriwati. (2022). *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (Combi) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Atmodjo, S. S. (2021). *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Candra, V et al. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Eroy, A. R. El. (2020). *7 Steps To HRM 4.0 : Strategi Paling Ampuh Mengelola Karyawan*. Banten: Runzune Sapta Konsultan.
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relation*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Hubeis, M., Kartika, L., & Dhewi, R. M. (2018). *Komunikasi Profesional Perangkat Pengembangan Diri*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Masrukhin. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press.
- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media.
- Napitupulu, A. (2019). *Kebijakan Pengelolaan Lingkungan Berkelanjutan Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Niamlah, A et al. (2021). *Bekerja Bersama Masyarakat Pengalaman Pendampingan Para Pihak*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pahleviannur, M et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Rahim, R. A. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitatif Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication A Framework for PR Practioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Silitonga, E. S. (2020). *Strategi Komunikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Cipta Media Nusantara.

- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sudarmanto, E et al. (2022). *Metode Riset Kuantitatif dan Kualitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudrajat, R. A. (2021). *Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep & Analisis*. Bali: Nilacakra.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Yulianti, S. (2021). *Networking Pendidikan*. Jakarta: Graf Literature.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research And Development (R n D)*. Sulawesi: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.

Jurnal:

- Aditya, R., Ardiyantika, S., & Istiqomah. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Kreasi Warna-Warni Lorong Mari Talang Bubuk Oleh PT Pertamina (Persero) RU III Plaju. *Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 19(1), 87–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.31595/peksos.v19i1.238>
- Aditya, R., Puspitasari, A. R., & Wiyatmoko, A. (2020). Pemberdayaan Kampung Kreasi Warna-Warni Lorong Mari Oleh PT Pertamina (Persero) RU III Plaju. *Islamic Management and Empowerment*, 2(1), 17–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/imej.v2i1.17-34>
- Hereyah, Y., & Ardiansyah, H. (2019). Program Corporate Social Responsibility BRI Peduli dalam Meningkatkan Citra PT Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Media and Communication Science*, 1(3), 120–131.
- Maharini, D., & Amin, H. F. Al. (2021). Model Komunikasi Pariwisata Kampung Warna-Warni Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(10), 21–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.31506/jrk.v12i1.10796>
- Mulia, R. A., & Saputra, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kota Padang. *Jurnal El-Riyasah*, 11(1), 67–83. <https://dx.doi.org/10.24014/jel.v11i1.10069>
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61–66. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Nurjanah, A., & Yulianti, F. (2019). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Komunikasi CSR. *Jurnal Profetik Komunikasi*,

12(1), 93–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/pjk.v12i1.1542>

Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi Dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial "Humanitas" Fisip Unpas*, 4(1), 21–33.

<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/humanitas.v4i1.4882>

Permatasari, N. D., Lestari, F., Karenina, A., & A P Nasution. (2022). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Kampung Dari Semi Kumuh Menjadi Kampung Kreatif (Studi Kasus: Kampung Bekelir, Kelurahan Babakan, Kota Tangerang). *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 17(2), 346–359.

<https://doi.org/https://doi.org/10.20961/region.v17i2.54876>

Rahmadani, Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Social Work*, 8(2), 203–210.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>

Ramadhaniar, F. P., & Satsipi, E. (2022). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Permodalan Nasional Madani Melalui Program Ruang Pintar. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(3), 154–166.

<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/inovasi.v7i3.644>

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/dx.doi.org/10.30596%2Finteraksi.v4i1.4134>

Sanita, D., & Mauliansyah, F. (2021). Strategi Komunikasi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Wilayah Operasional PT Mifa Bersaudara Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 58–62.

Setyorini, I., Sarwo, Y. B., & Nugroho, A. W. (2021). Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) UIK Tanjung Jati B Terhadap Komunitas Nelayan Perairan Pulau Panjang. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 48–59.

Sumber Lain :

Anonim. (2022). *Kampung Cempaka Dalam Juara Lomba Kampung Hias Asian Games 2018*. Pelita Sumsel.com. Dalam <https://pelitasumsel.com/2018/06/12/kampung-cempaka-dalam-juarai-lomba-kampung-hias-asian-games-2018/>. Diunduh 9 November pukul 18.25 WIB

Anonim. (2022). *PATRA, Program CSR Kilang Pertamina Internasional Untuk Masyarakat Palembang*. Top Business.id. Dalam <https://www.topbusiness.id/61072/patca-program-csr-kilang-pertamina-internasional-untuk->

[masyarakat-palembang.html](#). Diunduh pada 7 September pukul 19.30 WIB

Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Dalam <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>. Diunduh pada 7 September pukul 21.10 WIB

JDIH Kota Palembang.(2020). Keputusan Walikota Palembang Nomor 488 Tahun 2014. Dalam <https://jdih.palembang.go.id/?unduh=dokumen&id=2686>. Diunduh pada 24 Desember pukul 13.10 WIB

Pertamina.com. (2022). *Pertamina RU III Ajak Masyarakat Kreasikan Limbah Non B3*. Dalam <https://www.pertamina.com/Id/news-room/csr-news/pertamina-ru-iii-ajak-masyarakat-kreasikan-limbah-non-b3>. Diunduh 6 Oktober pukul 15.10 WIB

Pertamina.com. (2020). *Laporan Keberlanjutan Refinery Unit III Plaju 2020*. Dalam <https://www.pertamina.com/Media/Upload///LK-PERTAMINA-RU-III-2020.pdf>. Diunduh 5 Desember pukul 10.12 WIB