

**STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN HUMAS PT PUPUK
SRIWIDJAJA PALEMBANG DALAM MENSOSIALISASIKAN
PROGRAM CSR BEASISWA “ANAK PETANI JADI SARJANA”**

SKRIPSI



Oleh :

RENNY TRY PUTRI FAHLEVIE

07031181520051

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2019**

**STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN HUMAS PT PUPUK
SRIWIDJAJA PALEMBANG DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
CSR BEASISWA “ANAK PETANI JADI SARJANA”**

SKRIPSI

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 27 Juni 2019**

Pembimbing I :

1. **Dra. Hj. Rogaivah, M.Si**
NIP. 195407241985032001

Pembimbing II :

1. **Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.**
NIP. 199208222018031001

Dekan FISIP

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI DEPARTEMEN HUMAS PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM CSR BEASISWA “ANAK PETANI JADI SARJANA” telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal :
Inderalaya, 27 Juni 2019

Pembimbing :

1. **Dra. Hj. Rogaihah, M.Si**
NIP. 195407241985032001

2. **Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.**
NIP. 199208222018031001

Penguji :

1. **Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.**
NIP. 195104271989031003

2. **Nurly Meilinda, S.Ikom., M.Ikom.**
NIP. 199005142015042001

Mengetahui, *22/6/19*
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, *27*

Dr. Andries Lionardo
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renny Try Putri Fahlevie
NIM : 07031181520051
Tempat dan Tanggal Lahir : Brebes, 22 November 1997
Program Studi/ Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Komunikasi Departemen Humas PT Pupuk
Sriwidjaja Palembang Dalam Mensosialisasikan
Program CSR Beasiswa "Anak Petani Jadi Sarjana"

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 mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya dan apabila dikemudian 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.

Indralaya, 17 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



Renny Try Putri Fahlevie
Renny Try Putri Fahlevie
07031181520051

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah Nya serta nikmat kesehatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang Dalam Mensosialisasikan Program CSR Beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Kgs Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si. dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi arahan, bimbingan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Staff administrasi dan tata usaha yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi selama masa perkuliahan penulis.
8. Bapak Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D. dan Ibu Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran serta memberikan arahan di dalam penulisan skripsi ini

9. Departemen Humas PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang serta Mahasiswa/i penerima program beasiswa di Universitas Sriwijaya yang telah bersedia membantu penulis serta memberikan informasi terkait pengambilan data untuk penelitian ini.
10. Widya Susanti, Syara Lestari, Eka Yusrina selaku teman seperjuangan selama di bangku perkuliahan. Terimakasih atas empat tahun telah menemani dan telah bersama-sama berjuang, selamat menempuh jalan kesuksesan masing-masing untuk kita berempat ya!
12. Para sahabatku : Dinda, Meisi, Gusti, Bintang, yang senantiasa berada di keadaan suka maupun duka penulis. Terimakasih selalu ada disaat-saat penulis membutuhkan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
13. Keluarga Besar FISIP, Ilmu Komunikasi dan anak - anak konsentrasi Humas Universitas Sriwijaya Angkatan 2015, kakak tingkat maupun adik tingkat yang telah memberikan bantuan dan dukungan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu penulis akan sangat berterima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan demi penulisan yang lebih baik lagi di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua sekaligus dapat menambah wawasan dan diberkati oleh Allah SWT, Aamiin.

Indralaya, Juni 2019
Penulis

Renny Try Putri Fahlevie
NIM.07031181520051

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademik	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Strategi Komunikasi	18
2.2.2 CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	24
2.2.3 Sosialisasi.....	26
2.2.4 Strategi Komunikasi dalam <i>Corporate Social Responsibility</i>	29
2.3 Beberapa Teori Strategi Komunikasi	30
2.3.1 Teori menurut Paul S. Forbes.....	30
2.3.2 Teori menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan Dallas Burnet	31
2.3.3 Teori Menurut Pearce dan Robinson	32

2.4 Teori Yang Digunakan	33
2.5 Kerangka Teori	34
2.6 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Definisi Konsep.....	37
3.3 Fokus Penelitian.....	39
3.4 Unit Analisis	40
3.5 <i>Key Informant</i>	40
3.6 Jenis & Sumber Data.....	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
3.10 Sistematika Penulisan Skripsi	46
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	
4.1. Sejarah Perusahaan.....	48
4.2. Visi, Misi, Tata Nilai, dan Makna Perusahaan	52
4.3. Keunggulan Perusahaan	54
4.4. Logo Perusahaan	55
4.5. Struktur Organisasi Perusahaan	57
4.6. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Departemen Hubungan Masyarakat.....	60
4.6.1 Struktur Organisasi Departemen	60
4.6.2 Uraian Tugas Departemen Hubungan Masyarakat.....	61
BAB V HASIL & ANALISIS	
5.1. Strategi komunikasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam pelaksanaan program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”	69
5.1.1 <i>To Secure Understanding</i> (Adanya Pemahaman Pesan)	72
a. Pesan Mudah Dimengerti.....	74
b. Media Komunikasi Efektif	77

5.1.2 <i>To Establish Acceptance</i> (Adanya Penerimaan Pesan).....	81
a. Penyempurnaan Informasi.....	82
b. Mendapatkan <i>Feedback</i> Dari Khalayak	85
5.1.3 <i>To Motivate Action</i> (Memotivasi Tindakan).....	88
a. Penghargaan	89
b. Hukuman/ <i>Punishment</i>	92
BAB VI KESIMPULAN & SARAN	
6.1. Kesimpulan	96
6.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Program CSR yang dilaksanakan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dibawah tanggung jawab Departemen Humas	7
1.2 Universitas yang bekerja sama dengan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam program CSR Beasiswa Anak Petani Jadi Sarjana	10
1.3 Daftar Program CSR PT Pupuk Sriwidjaja Palembang	11
2.1 Penelitian Terdahulu	14
3.1 Fokus Penelitian.....	39
4.1 Detail Elemen Visual Logo Perusahaan.....	56
5.1 Kuota Penerimaan Setiap Universitas	73

DAFTAR BAGAN

2.1. Alur Pemikiran.....	36
4.1. Struktur Organisasi PT Pupuk Sriwidjaja Palembang	58
4.2. Struktur Organisasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang ...	60

DAFTAR GAMBAR

4.1 Logo PT Pupuk Sriwidjaja Palembang	56
5.1 Proses Sosialisasi Secara Langsung Program CSR Beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”	78
5.2 Informasi di <i>website</i> perusahaan.....	79
5.3 Diskusi secara langsung di kantor Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang.....	83
5.4 Pembaruan Informasi Mengenai Program Beasiswa	84
5.5 <i>Feedback</i>	86

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Departemen Humas PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam mensosialisasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Data penelitian diperoleh dari data primer melalui wawancara mendalam dengan Superintendent CSR dan Staff CSR Humas PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang dan dua orang mahasiswa/i selaku penerima program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”. Penarikan *key informant* dan informan melalui beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Data sekunder didapatkan melalui studi pustaka, foto atau gambar, dokumentasi, dan laporan kegiatan. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah didapat dilapangan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dikemukakan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan Dallas Burnet yakni *to secure understanding* (adanya pemahaman pesan), *to establish acceptance* (adanya penerimaan pesan), dan *to motivate action* (memotivasi untuk melakukan sesuatu), kedua dari tiga hal strategi komunikasi diatas telah dilaksanakan dengan baik.

Kata Kunci : *Public Relation, Corporate Social Responsibility, Sosialisasi, PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang*

Pembimbing I


Dra. Hj. Rogaivah, M.Si
NIP. 195407241985032001

Pembimbing II


Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199208222018031001

Palembang, ³⁰Juli 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

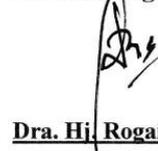

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP.197905012002121005

ABSTRACT

This research aims to determine the communication strategy of the Public Relations Department of PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang in disseminating the Corporate Social Responsibility (CSR) scholarship program "Farmer Children Become Scholars". This research used qualitative research methods. The research data was obtained from primary data through in-depth interviews with Superintendent CSR and Public Relations CSR Staff of PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang and two students as recipients of the scholarship CSR program "Farmer Children Become Scholars". Withdrawal of key informants and informants through several criteria determined by the researcher. Secondary data is obtained through literature studies, photos or pictures, documentation, and activity reports. Based on the results of the analysis of research that has been obtained in the field, it can be concluded that the communication strategy proposed by R. Wayne Pace, Brent D. Peterson and Dallas Burnet is to secure understanding (the understanding of messages), to establish acceptance (the acceptance of messages), and to motivate action (motivating to do something), the second of the three things the communication strategy above has been well implemented.

Keywords: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Socialization, PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang

Pembimbing I



Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si

NIP. 195407241985032001

Pembimbing II



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

Palembang, 20 Juli 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP.197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara prinsip salah satu tujuan dari berdirinya sebuah perusahaan adalah menghasilkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Usaha pokok dari sebuah perusahaan adalah kegiatan produksi yang menghasilkan produk berupa barang dan kegiatan penawaran berupa produk jasa. Akan tetapi harus diakui juga bahwa berdirinya sebuah perusahaan dapat menjadi penopang dan penggerak perekonomian nasional, seperti penciptaan lapangan pekerjaan, produk barang serta jasa yang dihasilkan dari perusahaan, pembayaran pajak yang memberikan pendapatan bagi negara, dan masih banyak lagi.

Namun dibalik dampak positif yang ditimbulkan karena berdirinya sebuah perusahaan, tentu memiliki dampak negatif dibelakangnya. Salah satunya yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri, dimana perusahaan yang bergerak dibidang industri dapat menyebabkan terjadinya masalah pada lingkungan sekitar perusahaan berdiri yang sering kali didominasi oleh penduduk / masyarakat perumahan tangga, seperti pembuangan limbah amoniak ke sungai yang mengakibatkan masyarakat sekitar perusahaan sesak nafas, sering merasa mual karena aroma dari amoniak itu dan tercemarnya tanah dan air akibat pembuangan limbah amoniak tersebut. Maka dari itu beberapa perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan sosial yang dijadikan kegiatan wajib bagi perusahaan.

Untuk menjalankan kewajiban tersebut tentu dibutuhkan adanya strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta tujuan dari adanya kegiatan tersebut yaitu untuk menjaga perusahaan dari konflik-konflik yang timbul karena masyarakat serta menjaga citra & reputasi perusahaan itu sendiri.

Secara teoritis CSR (*corporate social responsibility*) merupakan inti dari etika bisnis, dimana maksudnya adalah perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham tetapi juga mempunyai

kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*), karena suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa adanya dukungan maupun bantuan dari berbagai pihak. Jadi CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas tidak hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri.

Dalam hal ini kepedulian perusahaan dapat dilihat dari komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan atau bisa juga disebut *Triple Bottom Line* (3BL). Sehingga dapat dipahami bahwasannya CSR sebagai program yang harus dijalankan perusahaan dengan berlandaskan 3BL, dan harus bersifat berkesinambungan (*long term*). Untuk itu perlu dilakukan *monitoring*, pembuatan laporan, dan evaluasi oleh perusahaan untuk dijadikan umpan balik dalam merumuskan kebijakan untuk kedepannya walaupun program CSR lebih bersifat *voluntary*/sukarela.

Dalam pelaksanaan program CSR tentunya mempunyai strategi komunikasi yang harus dilakukan perusahaan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Soemirat (2012: 9) , 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 luar.

Dalam hal ini yang dimaksud dengan tekanan dari luar yaitu dapat berupa tuntutan dari masyarakat sekitar kepada perusahaan, dan lain sebagainya. Hal inilah yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam suatu kegiatan, baik bersifat sosial maupun lingkungan, yang disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial.

Berdasarkan pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perusahaan Terbatas (UUPT) menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan

dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya” (Busyra A., 2012:22).

Penjelasan diatas menekankan bahwasannya CSR sebagai komitmen perusahaan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara dimensi pembangunan, seperti ekonomi, sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat dikatakan sebagai program sosial perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan. Program CSR dapat mempengaruhi opini masyarakat mengenai perusahaan itu sendiri, dimana pada akhirnya akan secara tidak langsung membentuk citra positif perusahaan. Sehingga didalam perusahaan biasanya sudah ada departemen khusus yang mengatur program CSR perusahaan, salah satu departemen yang biasanya mengelola CSR perusahaan yaitu Humas.

Perusahaan yang wajib melaksanakan *golden rules* atau bisa juga disebut peraturan wajib perusahaan yaitu PT Pupuk Sriwidjaja Palembang, sebagai salah satu perusahaan ternama di Indonesia yang bergerak di industri pupuk, menjalankan program yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan hal wajib. Menjadi salah satu perusahaan pupuk terbesar di Indonesia, PT Pusri Palembang menghasilkan dampak yang kompleks, baik itu ke lingkungan maupun masyarakat. Perusahaan yang bergerak dalam pengolahan bahan kimia sangat berisiko tinggi bagi kelestarian lingkungan. Dengan menjalankan program tanggung jawab sosial atau CSR ini, dampak perusahaan kepada masyarakat dapat diminimalisir. Kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, dapat mempengaruhi kredibilitas PT Pusri Palembang dimata masyarakat. Penerapan program CSR ini dijadikan sebagai sarana pembentukan *image* perusahaan yang baik dan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat. Perusahaan yang baik tidak hanya mencari dan meraup keuntungan, faktor kepedulian terhadap masyarakat perlu diperhatikan, tidak sedikit perusahaan yang belum menerapkan program tanggung jawab sosial dengan baik.

Di sisi lain, PT Pupuk Sriwidjaja Palembang juga harus menciptakan hubungan yang baik dengan pihak internal seperti karyawan, keluarga karyawan, dan lain sebagainya serta pihak eksternal perusahaan seperti masyarakat sekitar perusahaan, media, dan lain sebagainya. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan, salah satunya dengan melaksanakan media *gathering* untuk eksternal perusahaan, atau bisa juga *family gathering* untuk internal perusahaan, serta program-program CSR yang telah disusun oleh perusahaan.

Pihak yang dapat menjembatani antara perusahaan dengan internal maupun eksternal perusahaan dan bertugas untuk menjalin hubungan yang baik dengan internal maupun eksternal perusahaan yaitu *Public Relation* / Hubungan Masyarakat (Humas). *Public Relation* 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 berkomunikasi (Rhenald K., 2003: 34).

Seorang PR harus mampu menguasai cara berkomunikasi yang efektif, sebab sesuai dengan peran PR sendiri yaitu sebagai fasilitator komunikasi, dimana dalam hal ini seorang PR harus bertindak sebagai komunikator atau mediator dengan tujuan membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan keinginan dan harapan dari masyarakat, serta PR juga harus menjelaskan kembali kepada masyarakat terkait keinginan, kebijakan, maupun harapan dari perusahaan. Sehingga dapat menimbulkan sikap saling pengertian, mempercayai, menghargai, dan mendukung antara perusahaan dengan masyarakat.

Dalam membina hubungan yang baik antara perusahaan dengan publiknya dapat dilihat dari komunikasi yang dilakukan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang melalui program CSR, dimana program CSR yang dilaksanakan oleh

perusahaan merupakan salah satu bentuk strategi perusahaan kepada publiknya sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Salah satu keuntungan program CSR bagi perusahaan yaitu untuk meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat maupun pemegang saham, dimana CSR merupakan salah satu kegiatan positif yang dilaksanakan oleh perusahaan sehingga dari kegiatan ini diharapkan *feedback* positif pula dari masyarakat maupun pemegang saham (*stake holder*). Keberhasilan program CSR perusahaan dapat dilihat dari *feedback* yang di dapatkan perusahaan dari masyarakat atau publiknya. Oleh karena itu sangat dibutuhkan peran *Public Relation* atau Humas untuk merencanakan strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan perusahaan kepada masyarakat agar tidak terjadi *miscommunication*, dan begitu juga sebaliknya.

Pada kenyataannya yang terjadi memang tidak mudah untuk mendapatkan dukungan penuh maupun *feedback* dari semua pihak terutama dari masyarakat sekitar perusahaan walaupun beberapa program CSR telah diupayakan semaksimal mungkin oleh perusahaan. Masih ada ketegangan dan konflik yang muncul ditengah - tengah perusahaan maupun masyarakat sekitar perusahaan.

Selama ini Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang telah menjalankan beberapa program CSR perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab moral dan sosial perusahaan kepada lingkungan perusahaan. Strategi komunikasi yang dilakukan setiap program CSR berbeda - beda, seperti melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat mengenai manfaat dan tujuan dari program CSR yang dilaksanakan, memanfaatkan media massa/ sosial (web, instagram, twitter) maupun media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) untuk menyebarkan informasi terkait program-program CSR yang dilaksanakan oleh PT Pupuk Sriwidjaja Palembang, dan lain – lain.

Sosialisasi adalah suatu proses interaksi sosial dimana orang memperoleh pengetahuan, nilai, sikap dan perilaku esensial untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Damsar: 2011). Proses sosialisasi dapat berjalan

dengan lancar melalui interaksi sosial yaitu hubungan antar manusia yang menghasilkan suatu proses pengaruh – mempengaruhi.

Dalam hal ini sosialisasi merupakan salah satu peristiwa yang penting untuk dilaksanakan oleh *public relation*, dimana tujuannya adalah memberikan informasi mengenai kebijakan dan kegiatan perusahaan kepada khalayak sasarnya seperti program CSR (*corporate social responsibility*) yang dilaksanakan oleh perusahaan maupun aktivitas perusahaan lainnya dan hal ini sudah menjadi salah satu kewajiban seorang *public relation* di dalam perusahaan. Jadi, kegiatan sosialisasi lebih menekankan suatu proses dan teknis untuk mempersiapkan dan menerbitkan media komunikasi demi kepentingan kegiatan/ aktivitas humas dalam upaya penyampaian pesan, opini, informasi, berita, misalnya menerbitkan media, brosur, *leaflet*, *booklet*, poster, media internal perusahaan, *press release*, *advertorial*, *company profile* (Ruslan : 61).

PT Pupuk Sriwidjaja Palembang sendiri memiliki pemetaan program CSR secara jangka panjang dan jangka pendek. Jangka pendek dimaksudkan, program CSR tersebut tidak bersifat berkelanjutan dalam pelaksanaannya, seperti memberikan santunan kepada anak yatim, memberikan bantuan kepada kegiatan mahasiswa berupa bantuan dana proposal yang diajukan mahasiswa untuk acara (*event*) yang sifatnya pendidikan. Beda halnya dengan jangka panjang, program CSR yang dilaksanakan memiliki keberlanjutan untuk kurang lebih 5 tahun dan memiliki kontrak dengan pihak tertentu.

Program CSR jangka panjang yang sedang dijalankan oleh Departemen Humas PT Pusri Palembang saat ini ada empat, yakni :

Tabel 1.1

**Program CSR yang dilaksanakan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang
dibawah tanggung jawab Departemen Humas**

No.	Nama Program CSR	Tahun Dimulai	Deskripsi
-----	------------------	---------------	-----------

1	Rumah Tahfidz	2015- sekarang	<p>Program Rumah Tahfidz yaitu kegiatan belajar menghafal Al-Quran secara modern dibawah binaan Ustadz Al-Hafidz asal Sumatera Selatan. Program Rumah Tahfidz diselenggarakan sesuai dengan visi dan misi CSR perusahaan, yaitu berperan aktif membangun sumber daya manusia agar dapat hidup rukun dan bersinergi dengan perusahaan, sehingga mencapai masyarakat sejahtera lahir dan batin. Melalui penyelenggaraan kegiatan menghafal Al-Quran ini, PT Pusri Palembang berharap agar lahir generasi penerus menghafal Al-Quran yang berakhlak mulia dan mampu memberikan pengaruh serta kontribusi positif ditengah - tengah masyarakat.</p>
2	Serumpun Bambu Sejuta Berkah	2013- sekarang	<p>Program ini merupakan program penanaman pohon bambu, yang ditujukan untuk menjaga kelestarian alam. Kegiatan penanaman bambu ini merupakan program ekologi dan pemberdayaan terhadap masyarakat dimana pohon yang telah ditanam akan dipelihara dan diharapkan tumbuh terjaga dalam upaya meningkatkan pelestarian lingkungan dan ekonomi. PT Pusri Palembang terus melaksanakan inovasi dalam pelaksanaan program CSR ini, dimana sejak tahun 2013-2014 PT Pusri menanamkan pohon bambu di sepanjang Bentaran Sungai Musi dengan menanam 1.000 bibit bambu, dan 2014-2018 PT Pusri Palembang meneruskan program ini di pondok pesantren Al-Itifaqiyah Indralaya.</p>

3	Program Beasiswa Anak Petani Jadi Sarjana	2013-sekarang	Program CSR ini diberikan kepada siswa/siswi lulusan SMA yang meneruskan jenjang pendidikan ditingkat perguruan tinggi. Beasiswa ini khusus diberikan bagi mereka yang berasal dari keluarga petani/buruh tani yang tergolong kurang mampu serta terdaftar sebagai mahasiswa baru di Perguruan Tinggi di Indonesia yang mengambil program studi bidang pertanian (Agribisnis, Ilmu tanah, Budidaya Pertanian, Teknologi Pertanian, dsb). PT Pusri Palembang bekerja sama dengan 6 Universitas di Indonesia, yaitu di Universitas Lampung, Universitas Bengkulu, Universitas Sriwijaya, Universitas Tanjung Pura, Universitas Gajah Mada, dan Universitas Diponegoro dengan kuota sebanyak 45 mahasiswa/i.
---	---	---------------	---

Sumber: www.pusri.co.id (diolah oleh peneliti)

Salah satu program CSR yang menarik untuk diteliti yaitu Program CSR Beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”, karena program ini merupakan satu-satunya program CSR PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dibidang pendidikan dan terfokus kepada mereka yang berasal dari keluarga petani/buruh tani yang tergolong kurang mampu. Pemberian beasiswa PT Pusri Palembang merupakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bernama “Anak Petani Jadi Sarjana” yang telah tertulis di dalam surat keputusan Direksi No SK 137/SP/DIR/2016. Program CSR Beasiswa “Anak Petani jadi Sarjana” merupakan keperdulian PT Pusri Palembang terhadap dunia pendidikan sekaligus dunia pertanian di Indonesia. Bentuk CSR bidang pendidikan ini dipilih guna lebih mendekatkan perusahaan dengan petani. Petani sebagai pengguna utama pupuk yang dihasilkan perusahaan tidak serta merta hidup dalam ekonomi yang berkecukupan. Program ini hadir sejak tahun 2013 dan program ini merupakan pemberian beasiswa kepada mahasiswa yang mengenyam pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri.

Perusahaan mengharapkan nantinya para mahasiswa/i yang mendapat beasiswa tersebut dapat merubah perekonomian keluarga pada khususnya lewat jalur yang lebih dahulu ditekuni oleh para orang tua mereka. Kontribusi yang besar pun diharapkan dapat diberikan bagi kemajuan dunia pertanian di

Indonesia. Ada kalanya program CSR perusahaan tidak harus berada pada tingkat produsen dan pengembangan produk, tetapi mencakup aspek lain seperti pendidikan.

Peneliti lebih tertarik untuk meneliti tentang strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program CSR dibidang pendidikan karena dengan adanya program CSR dalam bentuk beasiswa pendidikan “Anak Petani Jadi Sarjana” yang dilaksanakan oleh PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dapat membantu anak - anak petani yang memiliki potensi akademik baik namun secara ekonomi tergolong kurang mampu dan memiliki minat untuk meneruskan pendidikannya di bidang pertanian, sehingga program ini lebih memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi sasaran yang dituju.

Dalam program beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”, setiap mahasiswa/i mendapatkan bantuan dana pendidikan dari perusahaan, selain mahasiswa/i menerima bantuan dana secara *full* tiap semester selama empat tahun, mereka mendapatkan pendidikan dan pelatihan pengembangan kemampuan diri. Serta ada proses evaluasi, dimana akan dilaksanakan setiap semester untuk menjaring mahasiswa berprestasi sehingga berpeluang melanjutkan studi S2 atau magister.

Peneliti juga merumuskan alasan utama lainnya pemilihan judul dan permasalahan dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Program beasiswa ini mencakup wilayah yang luas, tidak hanya di wilayah Sumatera.

Pada awal perencanaan program CSR ini, PT Pupuk Sriwidjaja Palembang hanya bekerja sama dengan pihak Universitas di wilayah Palembang saja yaitu Universitas Sriwijaya. Setelah terlaksana beberapa tahun, PT Pupuk Sriwidjaja Palembang merasa perlu untuk melakukan hubungan kerja sama di beberapa kota yang menjadi rayon pemasaran utama pupuk subsidi. Akan tetapi setiap Universitas yang bekerja sama terkait program beasiswa ini memiliki kuota mahasiswa/i yang diterima setiap tahunnya. Berikut ada 6 Universitas yang bekerja sama dengan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”:

Tabel 1.2

Universitas yang bekerja sama dengan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam program CSR Beasiswa Anak Petani Jadi Sarjana

No.	Nama Universitas	Fakultas	Kuota
1	Universitas Sriwijaya	Pertanian	10
2	Universitas Lampung	Pertanian	5
3	Universitas Bengkulu	Pertanian	10
4	Universitas Tanjung Pura (Untan)	Pertanian	5
5	Universitas Gajah Mada	Pertanian	10
6	Universitas Diponegoro	Pertanian	5

Sumber: Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwasannya PT Pupuk Sriwidjaja Palembang menjalin kerja sama program CSR ini dengan Universitas di beberapa wilayah Pulau Sumatera dan Jawa, serta terdapat perbedaan kuota penerimaan mahasiswa/i yang mendapatkan beasiswa ini setiap Universitas. Dikarenakan kerja sama program CSR ini luas, maka sering terjadinya *miscommunication* atau kesalahpahaman antar pihak departemen humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dengan pihak Dekanat maupun mahasiswa . Dikatakan demikian, karena berdasarkan hasil wawancara dengan superintendent Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (16 Februari 2019),

“...diprotes baik itu oleh pihak dekanat maupun mahasiswa/i karena persyaratan yang diajukan oleh PT Pupuk Sriwidjaja Palembang tergolong tidak mudah yaitu IPK minimal 3.00 mulai dari semester I sampai dengan semester VIII sedangkan anak petani miskin, kuota penerimaan beasiswa setiap Universitas yang berbeda – beda juga sering diprotes.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas membuktikan bahwa sering terjadi kesalahpahaman informasi atau *miscommunication*. Oleh karena itu, dalam hal ini sangat dibutuhkan strategi komunikasi untuk mengatasi atau mengurangi resiko terjadinya *miscommunication* atau kesalahpahaman.

2. Satu – satunya program CSR PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dibidang pendidikan yang terfokus ke anak petani.

Program beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana” ini merupakan satu – satunya program CSR PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dibidang pendidikan dan terfokus kepada anak petani yang berasal dari keluarga kurang mampu. Berikut program CSR yang berada dibawah binaan departemen humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang:

Tabel 1.3

Daftar Program CSR PT Pupuk Sriwidjaja Palembang

No.	Nama Program CSR	Tahun Dimulai
1	Rumah Tahfidz	2015 - sekarang
2	Serumpun Bambu Sejuta Berkah	2013 – sekarang
3	Program Beasiswa Anaka Petani Jadi Sarjana	2013 - sekarang

Sumber: www.pusri.co.id (diolah oleh peneliti)

Dikarenakan program ini merupakan satu – satunya program CSR di bidang pendidikan, maka dibutuhkan adanya strategi komunikasi yang efektif oleh Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja agar tujuan dari program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana” dapat tercapai sesuai dengan tujuan awal dibuat program ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti strategi komunikasi yang diterapkan oleh Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang sebagai komunikator. Untuk itu penulis menganggap perlu untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana startegi komunikasi yang digunakan oleh departemen humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam pelaksanaan program CSR perusahaan khususnya program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah adalah:

Bagaimana Strategi Komunikasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Anak Petani Jadi Sarjana”?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Anak Petani Jadi Sarjana”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Manfaat akademik dalam penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi dan mampu memberikan pengembangan - pengembangan baru bagi Strategi Komunikasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam mensosialisasikan program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana” yang dapat digunakan untuk mahasiswa yang menggeluti studi keilmuan di bidang komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam mensosialisasikan program beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana” kepada masyarakat.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti dapat mendeskripsikan strategi komunikasi Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam mensosialisasikan program CSR beasiswa “Anak Petani Jadi Sarjana” kepada masyarakat serta sebagai sarana bagi peneliti untuk memperluas wawasan mengenai Ilmu Komunikasi terutama di bidang kehumasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tafsir. 2004. *Ilmu Pendidikan Dalam Perspektif Islam*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ali Imron. 2011. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anas Sudijono. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali pers
- Anggoro, Linggar. 2002. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 2007. *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Intermedia
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dwi Narwoko, Dwi-Bagong Suyanto, 2005. *Sosiologi Teks Pengantar*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Effendy, Onong Uhcjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi: Yogyakarta
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Andi: Yogyakarta
- Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Temprint.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relation*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 1998. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Pulic Relations*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Pearce II, John A dan Robinson Richard B.Jr. 2008. *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat, Jakarta.
- Purwanto, Ngalim. 2006. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rachman, Nurdizal. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Samsudin, Sadili. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soelaeman, Munandar. 2006. *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung: Refika Aditama.
- Soemirat, Soleh. 2012. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

- Sutrisno. 2013. *Manajemen Keuangan : Teori, Konsep & Aplikasi*. Jakarta : Ekonisia.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta.
- Wahjosumidjo, 2001. *Kepemimpinan Kepala Sekolah Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

SUMBER ONLINE

www.pusri.co.id

- Aini, Noor. 2015. *Strategi Komunikasi Satlantas Polres Penajam Paser Utara Dalam Mensosialisasikan Tertib Lalu Lintas Untuk Menekan Tingkat Kecelakaan Tahun 2015*. Vol.4. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Diakses pada tanggal 24 April 2019.
- Mulyanti. 2014. *Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Untuk Menekan Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kelurahan Sangasanga Dalam Di Kecamatan Sangasanga*. Vol.2. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Diakses pada tanggal 24 April 2019.
- Muzajjad. 2012. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Prabayar (Study Pada PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Kebonagong Malang*. Thesis Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Malang. Diakses pada tanggal 20 April 2019.
- Sari, Sefti Diona. 2010. *Strategi Komunikasi LSM Graha Mitra Dalam Mensosialisasikan HIV & AIDS Pada Komunitas Waria Di Kota Semarang*. Thesis Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Diakses pada tanggal 20 April 2019