

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT ANGKASA PURA II DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI
SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH

Muhammad Tito Da'i Saputra

07031382025204

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI


HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI


STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT ANGKASA PURA II DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI SUMATERA SELATAN

Oleh:

MUHAMMAD TITO DA'I SAPUTRA
07031382025204

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
Krisna Murti, S.I.Kom., M.A NIP. 198807252019031010		22/07/2024
Pembimbing II		
Harry Yogsunandar, M.I.Kom NIP. 197905312023211004		18/07/2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

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



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT ANGKASA PURA II DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI SUMATERA SELATAN

SKRIPSI
Oleh:

MUHAMMAD TITO DA'I SAPUTRA
07031382025204

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 29 Juli 2024
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Pembimbing

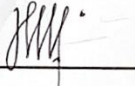
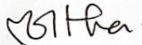
Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP. 198807252019031010

Harry Yogsunandar, M.I.Kom
NIP. 197905312023211004

Penguji

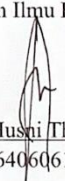
Miftha Pratiwi, M.I.Kom
NIP. 199205312019032018

Leti Karmila, M.I.Kom
NIP. 198810032024212001



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Tito Da'i Saputra
NIM : 07031382025204
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 25 Agustus 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT
Angkasa Pura II dalam Mengembangkan UMKM di
Sumatera Selatan

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,



Muhammad Tito Da'i Saputra
NIM. 07031382025204

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat terbesar dalam hidup saya, serta doa dan kasih sayang yang tak henti-hentinya hingga saat ini. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk Universitas Sriwijaya, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat di kemudian hari.

ABSTRACT

ABSTRACT

The growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia had recently become a trend in the trade sector, which naturally provided a positive impact on national economic growth. In the middle of this situation, the government and several companies had started to consider MSMEs for investment through Corporate Social Responsibility (CSR) programs, one of which was PT Angkasa Pura II. The purpose of this research was to understand PT Angkasa Pura II's CSR communication strategy in developing MSMEs in South Sumatra. In this study, the researcher used Rusdianto's CSR Communication Strategy theory with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques in this study included interviews, observations, documentation, and literature studies. The results of this study explained that PT Angkasa Pura II's CSR communication strategy included a several featured programs which are MsMEs Creative program, MsMEs Exhibition program, and Local Creative Festival. The conclusion reached was that in implementing CSR programs, communication plays a crucial role in ensuring that the messages conveyed by the company through these programs are effectively delivered.

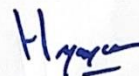
Keywords: *Communication Strategy, Corporate Social Responsibility, Sustainability, MSMEs.*

Advisor I



Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP.198807252019031010

Advisor II



Harry Yogsunandar, M.I.Kom
NIP.197905312023211004

Head of Communication Science Department



Dr. Muhammad Fugni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

ABSTRAK

ABSTRAK

Pertumbuhan UMKM di Indonesia saat ini sedang menjadi tren dalam sektor perdagangan, hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui kondisi tersebut, pemerintah dan beberapa perusahaan kini mulai melirik UMKM untuk berinvestasi melalui program *Corporate Social Responsibility*, salah satunya yaitu PT Angkasa Pura II. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dalam mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* Rusdianto dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dilakukan melalui beberapa program unggulan yang diantaranya program UMKM Kreatif, Pemeran Mitra Binaan, hingga Festival Kreatif Lokal. Kesimpulan yang didapat bahwa dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* diperlukan peran komunikasi agar pesan yang disampaikan perusahaan melalui program tersebut dapat tersampaikan secara efektif.

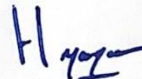
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Keberlanjutan, UMKM.

Pembimbing I



Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP.198807252019031010

Pembimbing II



Harry Yogsunandar, M.I.Kom
NIP.197905312023211004



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dalam Mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan ketulusan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing pertama yang telah sabar dan rela meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan serta motivasi kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Harry Yogsunandar, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing kedua yang telah sabar dan rela meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan menyebarkan ilmunya sehingga peneliti dapat melakukan penyusunan skripsi ini.
7. Mbak Sertin Agustina Amima selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi selaku admin jurusan Ilmu Komunikasi yang sudah membantu dalam hal administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya, Bunda dan Ayah tercinta yang telah berkorban sejauh ini hingga saya dapat menyelesaikan bangku perkuliahan, serta saudara-saudara dan keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doa.
9. Seluruh teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya yang memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman di luar kampus yang telah berjuang bersama.
11. Semua pihak yang telah berjasa dalam penelitian ini yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Semoga senantiasa mendapatkan keberkahan dan limpahan rahmat dari-Nya.

12. Terakhir untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang dalam penyusunan skripsi ini sampai akhir.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata terima kasih.

Palembang, November 2024

Penulis,

Muhammad Tito Da'i Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I	17
PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	25
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis	25
1.4.2 Manfaat Praktis	25
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2 Komunikasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Komunikasi Organisasi	Error! Bookmark not defined.

2.4 Strategi Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Fungsi Strategi Komunikasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Tujuan Strategi Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
2.5 <i>Corporate Social Responsibility</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Jenis-Jenis Program CSR.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.4 Bentuk-Bentuk Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.5 Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
2.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Berbagai Teori Strategi Komunikasi CSR....	Error! Bookmark not defined.
2.7.1 Teori Strategi Komunikasi CSR Suharto	Error! Bookmark not defined.
2.7.2 Teori Strategi Komunikasi CSR Rusdianto	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
2.9 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.10 Alur Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.11 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

3.2 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.3 Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Unit Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.5 Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Kriteria Informan	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 <i>Key Informant</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Informan Pendukung.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Data dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Wawancara	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Observasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Studi Pustaka dan Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.9 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM	Error! Bookmark not defined.
4.1 Sejarah PT Angkasa Pura II.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Visi dan Misi PT Angkasa Pura II	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Visi PT Angkasa Pura II.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Misi PT Angkasa Pura II.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Bentuk dan Makna Logo PT Angkasa Pura II.....	Error! Bookmark not defined.
	defined.

4.4 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura II Palembang..	Error! Bookmark not defined.
4.5 Profil Informan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN ANALISIS	Error! Bookmark not defined.
5.1 Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Angkasa Pura II Palembang	Error! Bookmark not defined.
5.2 Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
5.3 Sasaran.....	Error! Bookmark not defined.
5.4 Pesan.....	Error! Bookmark not defined.
5.5 Instrumen dan Kegiatan.....	Error! Bookmark not defined.
5.6 Sumber Daya dan Skala Waktu	Error! Bookmark not defined.
5.7 Evaluasi dan Amandemen	Error! Bookmark not defined.
5.8 Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Angkasa Pura II dalam Mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan .	Error! Bookmark not defined.
BAB VI	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
6.2.1 Saran Akademis	Error! Bookmark not defined.
6.2.2 Saran Praktis	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Alur Pemikiran.....	35
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Kredit kepada UMKM per Maret 2022	2
Gambar 1.2 Program Jelajah Sumatera Selatan.....	6
Gambar 1.3 Kegiatan <i>Workshop Digital Marketing 2.0</i>	7
Gambar 4.1 Logo PT Angkasa Pura II.....	56
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Angkasa Pura II Palembang	57
Gambar 5.1 Penyerahan Dana UMKM PT Angkasa Pura II	63
Gambar 5.2 <i>Monitoring</i> Mitra Binaan CSR PT Angkasa Pura II.....	64
Gambar 5.3 Pelatihan <i>Digital Marketing 2.0</i>	66
Gambar 5.4 Program Jelajah Sumatera Selatan.....	68
Gambar 5.5 Koordinasi CSR PT Angkasa Pura II Palembang.....	71
Gambar 5.6 Kegiatan UMKM <i>Creative</i> PT Angkasa Pura II.....	76

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran	35
---------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kestabilan ekonomi suatu negara sangat bergantung pada perekonomian mikro, baik itu di negara maju maupun negara berkembang. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM selalu menarik untuk dikaji, mulai dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman, hingga aspek manajerial usaha. Selain itu, munculnya kegiatan UMKM memberikan dampak langsung terhadap pengembangan masyarakat khususnya di Indonesia.

Pada era globalisasi saat ini melalui program penyatuan ekonomi di Asia Tenggara yaitu *economic union* yang menjadikan Asia Tenggara sebagai suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal. Kondisi tersebut memberikan tantangan tersendiri bagi UMKM lokal untuk terus mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global. Maka dari itu, UMKM dituntut agar dapat menciptakan produk yang bersaing di kawasan Asia Tenggara.

UMKM saat ini memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas perekonomian nasional sebagai kontributor dalam peningkatan ekspor, sehingga memberikan keuntungan bagi suatu negara. Meskipun UMKM di Indonesia masih terhitung berskala kecil, namun UMKM justru memangku beberapa sektor penting yang diantaranya perdagangan, jasa, manufaktur, hingga teknologi.

Berdasarkan hal tersebut, UMKM saat ini mampu menghasilkan produk atau layanan yang beragam dan dianggap sebagai penunjang dalam proses pembangunan ekonomi bagi negara yang menjalankannya.



Gambar 1.1 Distribusi Kredit kepada UMKM per Maret 2022

Sumber: Bank Indonesia (BI)

Pertumbuhan UMKM di Indonesia saat ini sedang menjadi tren dalam sektor perdagangan, hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagian besar UMKM di Indonesia berawal dari kegiatan usaha rumah tangga dan cenderung dilakukan oleh badan usaha atau bahkan perorangan. Dengan adanya variasi, inovasi, dan kreatifitas yang dimiliki oleh UMKM, hal tersebut dinilai sangat potensial. Belakangan ini, UMKM juga mulai dilirik oleh pemerintah dan banyak perusahaan untuk berinvestasi, kemudian melalui kondisi yang demikian, pemerintah menetapkan peraturan yang mengatur Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan di sekitar wilayah operasional perusahaan berada. Program ini dilaksanakan atas bentuk kolaborasi antara pemerintah dengan BUMN dalam upaya peningkatan taraf kemandirian masyarakat. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri BUMN yaitu PER-

1/MBU/03/2023 tentang Penugasan Khusus dan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Sementara berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No:60JKMK.061/1996 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui pemanfaatan dana dan bagian laba BUMN, di mana perlu adanya penyesuaian terhadap besarnya bagian pemerintah atas laba BUMN untuk pembinaan usaha kecil dan koperasi yang mengatur kemitraan perusahaan milik negara dengan usaha kecil dan pelaksanaan bina lingkungan yang lebih komprehensif. Upaya tersebut diharapkan agar perusahaan dan masyarakat pelaku UMKM dapat bersinergi dalam menjaga stabilitas perekonomian negara melalui program kemitraan yang ada.

Dalam berbagai pelaksanaannya, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) seringkali dikategorikan sebagai program CSR. Namun pada kenyataannya, PKBL hanyalah istilah lain dari CSR untuk BUMN di seluruh Indonesia. Pada masa sekarang ini banyak perusahaan yang memilih untuk bereaksi pada kritik publik yang mengarahkan kepada pernyataan bahwa perusahaan dinilai berperilaku eksploratif terhadap penggunaan sumber daya alam dan juga perusahaan dinilai acuh atau kurang memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, di mana hal tersebut dapat menciptakan keadaan disharmonisasi sosial antara perusahaan dengan masyarakat (Blair G, 2010).

Sementara menurut (Wibisono, 2007), *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan dalam mempertahankan citra perusahaan, CSR memiliki proses penting dalam berjalannya suatu kegiatan perusahaan, baik secara internal maupun eksternal. CSR tidak terbatas pada konsep

pemberian bantuan saja, akan tetapi hal ini sudah menjadi hak dan kewajiban setiap perusahaan kepada masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti memilih PT Angkasa Pura II sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan ini merupakan salah satu BUMN yang telah lama berdiri. Seiring perjalanan PT Angkasa Pura II dalam bidang jasa kebandarudaraan dan usaha terkait bandar udara, PT Angkasa Pura II saat ini telah menerapkan beberapa program CSR yang dilaksanakan oleh satu bagian khusus di PT Angkasa Pura II Kantor Cabang Palembang yang bernama unit *Community Development*.

Selain bertugas dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan, PT Angkasa Pura II juga tentunya memiliki komitmen dalam melaksanakan program CSR yang berdasarkan pada Peraturan Menteri BUMN yaitu PER-1/MBU/03/2023 dan ISO 26000. Melalui dasar pelaksanaannya, CSR dianggap sebagai langkah dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dan sebagai bentuk dukungan perusahaan dalam memajukan perekonomian yang berkelanjutan.

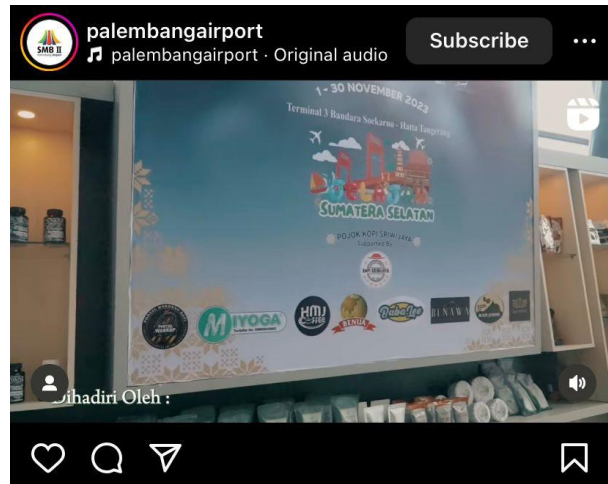
Pelaksanaan program CSR di PT Angkasa Pura II Kantor Cabang Palembang diketahui terbagi menjadi dua, yaitu Program Pendanaan Usaha Mikro dan Kecil (PUMK), dan Program Bina Lingkungan (Non PUMK). Berdasarkan sistematisnya, program PUMK merupakan program yang berkaitan dengan kemitraan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemberian dana kemitraan untuk modal usaha dan pembinaan yang berkelanjutan. Sedangkan program Non PUMK adalah program pemberdayaan kondisi sosial berupa pelestarian lingkungan hidup di sekitar masyarakat. Kedua program ini merupakan program utama yang giat dilakukan oleh PT Angkasa Pura II untuk menjalin

hubungan perusahaan dengan setiap *stakeholders* dan masyarakat yang berada di sekitarnya.

Selain memberikan bantuan secara finansial, perusahaan juga tentunya melakukan strategi komunikasi terhadap program CSR yang ada. Dikarenakan mengkomunikasikan aktivitas CSR kepada *stakeholders* merupakan salah satu tahapan penting dalam pengimplementasian CSR khususnya dalam lingkup perusahaan. PT Angkasa Pura II diketahui memiliki hak khusus dalam mengalokasikan bandara sebagai wadah promosi UMKM. Ditambah bandara saat ini dinilai sebagai etalase budaya, yang artinya bandara sekaligus menjadi gerbang utama bagi suatu daerah, sehingga hal tersebut menunjang sarana komunikasi antara perusahaan dan *stakeholders*-nya.

Morsing dan Schultz (2006) yang dikutip oleh (Rusdianto, 2024) menyatakan bahwa komunikasi CSR merupakan komunikasi yang dirancang dan didistribusikan oleh perusahaan tentang aktivitas CSR. Dalam hal ini, dengan dukungan komunikasi yang baik maka akan menghasilkan program CSR yang efektif.

Strategi komunikasi bertujuan untuk meningkatkan kinerja CSR yang dilakukan perusahaan ditambah dengan adanya karakteristik pengirim pesan dan efektivitas pesan CSR yang di sampaikan.



Gambar 1.2 Program Jelajah Sumatera Selatan
Sumber: Instagram @palembangairport

CSR PT Angkasa Pura II Palembang yang dinaungi oleh unit *Community Development* saat ini telah melakukan beberapa program kegiatan pemberdayaan masyarakat yaitu diantaranya *Local Creative Festival*, Pameran UMKM Binaan PT Angkasa Pura II Palembang, UMKM Kreatif, dan Jelajah Sumatera Selatan. CSR PT Angkasa Pura II juga saat ini kerap mengadakan *workshop* guna memberikan edukasi dan arahan kepada UMKM binaannya. PT Angkasa Pura II melakukan hal demikian tentunya memiliki tujuan agar masyarakat dapat lebih mandiri dalam mengembangkan usaha kecil ataupun kegiatan kelompok lainnya.



Gambar 1.3 Kegiatan *Workshop Digital Marketing 2.0*

Sumber: Instagram @palembangairport

(Situmeang & Oisina, 2016) berpendapat bahwa saat ini pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan dianggap sebagai bentuk komunikasi perusahaan kepada masyarakat. Komunikasi ini berupa aktivitas pengiriman pesan dari perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat dalam lingkungan sosial yang spesifik, kemudian hal tersebut menciptakan loyalitas masyarakat dan juga upaya pemenuhan tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan dalam etika profesionalisme.

Setelah melihat berbagai program yang telah dilakukan oleh CSR PT Angkasa Pura II Palembang, perusahaan ini dinilai telah menciptakan hubungan yang baik dengan *stakeholders* dan masyarakat sekitarnya, serta perusahaan ini juga telah memberikan kontribusi dalam menyeimbangkan kondisi ekonomi dan sosial di masyarakat. Peneliti melihat bagaimana CSR PT Angkasa Pura II berupaya menggunakan strategi komunikasi untuk mengembangkan UMKM binaannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi CSR yang diterapkan oleh PT Angkasa Pura II Palembang agar dapat terus mempertahankan UMKM binaannya melalui program CSR yang ada. Maka dari itu, judul yang diangkat pada penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dalam Mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas terdapat rumusan masalah, yaitu bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dalam mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT Angkasa Pura II dalam mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan keilmuan untuk penelitian di masa yang akan datang, khususnya pada jurusan ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT Angkasa Pura II dalam mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan, dan penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi referensi atau masukan dalam melaksanakan program CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Blair G, dkk. (2010). *Corporate Social Responsibility*.
- Bogdan, & Taylor. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remadja Karya.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakri.
- Effendy, & Onong. (2007). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Giantika. (2016). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PERATURAN GUBERNURNOMOR 141 TAHUN 2016 TENTANG KARTU JAKARTA PINTAR. *Jurnal Komunikasi*.
- Harmoni, A., & Andriyani, A. (2008). PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Bisnis, 13*.
- Kartini, D. (2020). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia* (Wildan, Ed.). PT. Refika Aditama.
- Liliweri. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Kencana.
- Mardikanto, T. (2018). *CSR Corporate Social Responsibility Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Alfabeta.
- Miller. (2006). *Organizational Communication: Approaches and Processes*.
- Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mursitama. (2011). *Corporate Social Responsibility di Indonesia (Teori dan Implmentasi)*.
- Nurjanah, A. (2022). *KOMUNIKASI CSR DAN REPUTASI* (Alviana, Ed.). Samudra Biru.
- Pearce, & Robinson. (2008). *Manajemen Strategis* (Y. Bachtiar & Christine, Eds.). Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosidah, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal of Accounting, 224–224*.

- Roskina, & Haris, P. (2020). *KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI (Teori dan Aplikasi)*. UNG Press Gorontalo.
- Rusdianto. (2013). *CSR COMMUNICATIONS A FRAMEWORK FOR PR PRACTITIONER*.
- Rusdianto. (2024). *CSR COMMUNICATIONS A COMPREHENSIVE GUIDE FOR CORPORATE COMMUNICATION*. Urways Indonesia Corpora.
- Situmeang, & Oisina, I. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Ekuilibria.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Suharto. (2007). *Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pekerja Sosial di Dunia Industri*. Refika Aditama.
- Untung, H. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika.
- Wibisono. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*.
- Zuwirna. (2020). *Dasar-Dasar Komunikasi*.
- Andi, I. S. (2023). PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN: SEBUAH LITERATUR. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)*.
- Arfindi. (2023). Strategi Keterkaitan Antar Program CSR Perusahaan dalam Upaya Pemberdayaan. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*.
- Azul. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. MILANO MARBAU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KECAMATAN MARBAU KABUPATEN LABUHANBATU UTARA*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.

- F, F. (2021). *PENYALURAN DANA CSR PROGRAM BINA LINGKUNGAN PADA PT ANGKASA PURA II BANDARA SIM DALAM PERSPEKTIF TABARRU'*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Fachria, S. R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial "Humanitas" FISIP UNPAS*.
- Fatmawatie, N. (2017). *TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN*. Kediri: Stain Kediri Press.
- Garriga, M. (2004). Corporate Social Responsibility: Mapping the Theory. *Journal of Business Ethics*, 51–71.
- Hafidh, N. (2018). Strategi Komunikasi dalam Program CSR PT PLN (PERSERO) Transmisi Jawa Bagian Barat. *e-Proceeding of Management*.
- Ida B, M. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan, dan Lingkungan Terhadap Kesejahteraan*. Tenggarong: LPPM Unikarta Press.
- Jumaidah, M. M. (2018). *PENERAPAN PRINSIP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI PROVINSI ACEH*. Lhokseumawe: Unimal Press.
- Ma'arif, N. M. (2022). Corporate Social Responsibility Activities of PT. Angkasa Pura II Halim Perdana Kusuma in Mantaining The Company's Image. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*.
- Meilanny, S. (n.d.). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DARI SUDUT PANDANG PERUSAHAAN.
- O'Connor, A. (2023). *The Routledge Handbook of Corporate Social Responsibility Communication*. Routledge.
- Pavlo, M. N. (2019). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ANALYSIS OF THEORIES AND MODELS*. Kharkiv: EUREKA: Social and Humanities.
- Riyan. (2022). IMPLEMENTASI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)PT. SEMEN BATURAJA (Persero) Tbk SEBAGAI UPAYA DALAM PEMBINAANLINGKUNGAN DAN KEMITRAAN. *JIM: Journal of International Management*.
- Rudi, M. S. (2020). Strategi dan Penyaluran Dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan . *Manajemen IKM*.

Sarfiah, S. N. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*.

T, A. W. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM CSR OLEH BAGIAN COMMUNICATION AND RELATION PT. PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI*. Universitas Islam Riau.