

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. PLN (PERSERO) DALAM PROGRAM DESA BERDAYA DI WILAYAH PAGAR ALAM  
(Studi Kasus Desa Candi Jaya)**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:**

**VANIA DARA MAHARANI  
(07031382025279)**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL***  
***RESPONSIBILITY* PT. PLN (PERSERO) DALAM PROGRAM**  
**DESA BERDAYA DI WILAYAH PAGAR ALAM**  
**(Studi Kasus Desa Candi Jaya)**

SKRIPSI

Oleh:

**VANIA DARA MAHARANI**

07031382025279

**Telah Dipertahankan Di Depan Komisi  
Penguji Pada Tanggal 19 Desember 2024  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

**KOMISI PENGUJI**

**ERLISA SARASWATI, S.KPM., M.SC**

**NIP. 199209132019032015**

**KETUA**



**KRISNA MURTI, S.I.KOM., M.A**

**NIP. 198807252019031010**

**ANGGOTA**



**DR. ZULFIKRI SULEMAN, M.A**

**NIP. 195907201985031002**

**ANGGOTA**



**RINDANG SENJA ANDARINI, S.I.KOM., M.I.KOM**

**NIP. 198802112019032011**

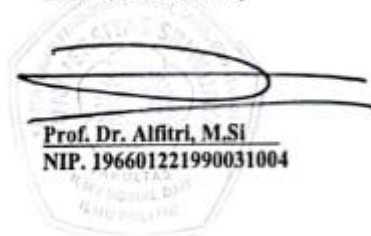
**ANGGOTA**



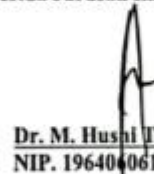
Mengetahui,

**Dekan FISIP UNSRI,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
**NIP. 196601221990031004**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**  
**NIP. 196404061992031001**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL***  
***RESPONSIBILITY* PT. PLN (PERSERO) DALAM PROGRAM**  
**DESA BERDAYA DI WILAYAH PAGAR ALAM**  
**(Studi Kasus Desa Candi Jaya)**  
**SKRIPSI**

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

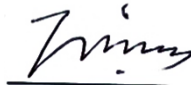
Oleh:

**VANIA DARA MAHARANI**

**07031382025279**

**Pembimbing I**

**Dr. Zulfikri Suleman, M.A**  
**NIP. 195907201985031002**



---


**Pembimbing II**

**Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom**  
**NIP. 198802112019032011**



---

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vania Dara Maharani  
NIM : 07031382025279  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 04 Maret 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Dalam Program Desa Berdaya Di Wilayah Pagar Alam (Studi Kasus Desa Candi Jaya)

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,



Vania Dara Maharani

NIM. 07031382025279

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Ingatlah, Sesungguhnya Pertolongan Allah Itu Dekat”**

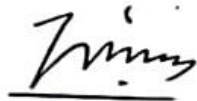
**-QS. AL-BAQARAH 214-**

## ABSTRAK

*Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan terhadap masyarakat. Desa berdaya salah satu bagian dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. PLN UID S2JB yang dilakukan di Pagar Alam dengan fokus pemberdayaan masyarakat di desa tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan oleh PT. PLN Persero dalam program Desa Berdaya sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Four Step Public Relations* yang terdiri dari riset, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. PLN Persero dalam program CSR Desa Berdaya mencakup sosialisasi dan pelatihan yang bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya alam yang dimiliki. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan masyarakat, terutama dalam mengolah sumber daya alam secara lebih produktif dan mandiri. Namun, terdapat kendala dalam pelaksanaannya, terutama terkait dengan lokasi desa yang jauh dari pusat kota, yang mempengaruhi efektivitas pelatihan dan akses informasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengantisipasi tantangan ini dengan merencanakan strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien, agar tujuan pemberdayaan masyarakat dapat tercapai secara maksimal di masa depan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, CSR, Pemberdayaan Masyarakat, Desa Berdaya, *Four Step Public Relations*.

Pembimbing I



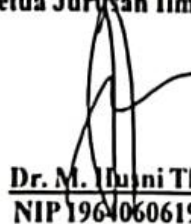
Dr. Zulfikri Suleman, M.A  
NIP. 195907201985031002

Pembimbing II



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198802112019032011

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



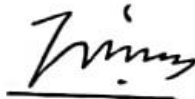
Dr. M. Hujni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRACT

*Corporate Social Responsibility is a company's environmental social responsibility to the community. Empowered villages are one part of CSR activities carried out by PT. PLN UID S2JB which was carried out in Pagar Alam with a focus on empowering the community in the village. This study aims to analyze the Corporate Social Responsibility (CSR) communication strategy implemented by PT. PLN Persero in the Empowered Village program as an effort to empower the community. The approach used in this study is the Four Step Public Relations theory which consists of research, planning, implementation, and evaluation. The research method applied is qualitative with data collection techniques through in-depth interviews, literature studies, and documentation. The results of the study show that the communication strategy carried out by PT. PLN Persero in the Empowered Village CSR program includes socialization and training that aims to optimize the community's ability to manage their natural resources. This program has a positive impact on improving the community's ability, especially in processing natural resources more productively and independently. However, there are obstacles in its implementation, especially related to the location of the village far from the city center, which affects the effectiveness of training and access to information. Therefore, companies need to anticipate these challenges by planning more effective and efficient communication strategies, so that the goal of community empowerment can be maximally achieved in the future.*

**Keywords:** *Communication Strategy, CSR, Community Empowerment, Empowered Village, Four Step Public Relations.*

Advisor I



Dr. Zulfikri Suleman, M.A  
NIP. 195907201985031002

Advisor II



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198802112019032011

Head of Communication Science Department



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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Dalam Program Desa Berdaya Di Wilayah Pagar Alam (Studi Kasus Desa Candi Jaya). Shalawat serta salam semoga senantiasa dapat tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini penulis ajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus dekanat lainnya.
2. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Krisna Murti, M.A selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran, semangat dan motivasi selama ini.
5. Bapak Dr. Zulfikri Suleman, M.A selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
6. Ibu Rindang Senja Andarini, S.Ikom., M.I.Kom., selaku Pembimbing II saya yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Beserta Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan dan mengorbankan waktu, tenaga ilmu dan membagikan pengalaman kepada penulis sehingga penuli dapat menyelesaikan perkuliahan. Serta Administrasi dan Staff yang berada di Universitas Sriwijaya.
8. SDM TJSL PT. PLN (Persero) UID S2JB yang telah memberikan izin penelitian dan telah banyak membantu.
9. Seluruh Kelompok Wanita Tani Beguyur (KWT BEGUYUR) yang telah memberikan izin penelitian dan telah banyak membantu.



10. Kedua orang tuaku tercinta, Waris Sanjaya dan Rotuah Aritonang, serta adik Vanessa Haura Syakira. Terima Kasih atas doa dan dukungan selama ini, Baik secara moral maupun finansial yang selalu menyertai langkah penulis dalam menyelesaikan bangku perkuliahan ini.
11. kepada teman – teman Melrisa, Meina, Tazkiyah, Tsaabitah, Salwa, Yola, Putri dan Amel. Terima kasih karena telah memberikan dukungan dan support kepada peneliti selama menyelesaikan tugas ini.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Tentunya banyak sekali kekurangan dari berbagai aspek dalam penulisan skripsi ini. Skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik maupun saran yang sifatnya membangun demi kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, 14 Desember 2024

Vania Dara Maharani  
NIM. 070313820252

## DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR .....	iii
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR BAGAN.....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.1 Strategi .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.2 Komunikasi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.3 Elemen Komunikasi .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.4 Komunikasi Publik.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.5 <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.6 Fungsi Dan Tugas <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.7 <i>CSR (Corporate Social Responsibility)</i>.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.8 Jenis – Jenis CSR .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.9 Pemberdayaan Masyarakat .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Kerangka Teori.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>32</b>
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>34</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>3.2 Definisi Konsep.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3 Fokus Penelitian .....</b>	<b>42</b>

3.4	Unit Analisis.....	45
3.5	Informan Penelitian.....	46
3.5.1	Kriteria Informan .....	46
3.5.2	<i>Key Informan</i> .....	46
3.5.3	Informan Pendukung .....	47
3.6	Sumber Dan Jenis Data.....	47
3.6.1	Sumber Data.....	47
3.6.2	Jenis Data .....	48
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1	Teknik Wawancara Mendalam .....	48
3.7.2	Teknik Dokumentasi .....	49
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	49
3.9	Teknik Analisis Data.....	50
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Gambaran Umum PT. PLN (Persero) .....	53
4.1.1	Sejarah PT. PLN (Persero).....	53
4.2	Logo Instansi .....	54
4.3	Visi dan Misi Instansi .....	55
4.3.1	Visi .....	55
4.3.2	Misi .....	56
4.4	Struktur Organisasi.....	56
<b>BAB V.....</b>		<b>58</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
5.1	<i>Defining The Problem (Menemukan Sebuah Masalah)</i> .....	59
5.2	<i>Planning And Programming (Perencanaan Dan Program Kerja)</i> .....	63
5.3	<i>Taking Action And Communicating (Pengambilan Tindakan Dan Komunikasi)</i> .....	68
5.4	<i>Evaluating The Program (Evaluasi Program)</i> .....	73
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>77</b>
6.1	Kesimpulan.....	77
6.2	Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>84</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 17 Program SDGs</b> .....	2
<b>Gambar 1. 2 Program Desa Berdaya Antara PT. PLN (Persero)</b> .....	5
<b>Gambar 1. 3 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar</b> .....	6
<b>Gambar 1. 4 Berita CSR PLN Award</b> .....	10
<b>Gambar 2. 1 <i>Four Step PR Process</i></b> .....	31
<b>Gambar 4. 1 Logo PT. PLN (Persero)</b> .....	54
<b>Gambar 4. 2 Struktur Organisasi</b> .....	57
<b>Gambar 5. 1 Perkenalan Program CSR Desa Berdaya Di Kelurahan Candi Jaya</b> ...61	
<b>Gambar 5. 2 Bantuan Akomodasi Kendaraan Program Desa Berdaya</b> .....62	
<b>Gambar 5. 3 Publikasi CSR Desa Berdaya Di Media Elektronik</b> .....65	
<b>Gambar 5. 4 Logo PLN Peduli</b> .....65	
<b>Gambar 5. 5 Pelatihan Pembuatan Pupuk Kompos</b> .....67	
<b>Gambar 5. 6 Alat Penangkap Sinyal Desa Berdaya</b> .....70	
<b>Gambar 5. 7 Pelatihan Pembuatan Pupuk Kompos</b> .....71	
<b>Gambar 5. 8 Pelatihan Pengolahan Kopi</b> .....72	
<b>Gambar 5. 9 Rumah Produksi Kompos Organik</b> .....72	
<b>Gambar 5. 10 Produk Olahan Cemilan</b> .....75	
<b>Gambar 5. 11 Hasil <i>SROI</i> Desa Berdaya Oleh UNSRI</b> .....76	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....</b>	<b>38</b>

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>30</b>
--	-----------



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan ialah bentuk sebuah usaha tertentu guna mencukupi kebutuhan ekonomi seperti dengan menyediakan lapangan pekerjaan. Terdapat beberapa hal yang membuat masyarakat mempertimbangkan sebuah perusahaan tersebut, mulai dari penilaian mengenai citra perusahaan, kualitas produk yang dihasilkan, serta terobosan juga ide kreatif yang diciptakan oleh perusahaan. Salah satu langkah yang dilakukan oleh perusahaan supaya diterima dengan baik oleh masyarakat dengan melaksanakan tanggung jawab sosial atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan gabungan antara *stakeholder*, aturan hukum, masyarakat, lingkungan, serta kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*sustainable development*). Kegiatan CSR sendiri memiliki konsep dalam pengembangan masyarakat secara sistematis sehingga bagi masyarakat atau kelompok yang kurang stabil finansialnya bisa ikut serta dalam pergerakan.

CSR atau tanggung jawab sosial lingkungan dapat digambarkan sebagai pengabdian yang dilakukan oleh sebuah perusahaan kepada masyarakat sekitar. Menurut Nuryana (2005), CSR merupakan tahapan usaha dari sebuah perusahaan dalam menyatukan sikap kepedulian sosial juga kegiatan operasional bersama para *stakeholders* dengan menggunakan prinsip kemitraan dan kesukarelaan (Nurjani & Resnawaty, 2023 : 75). Sejalan dengan Rusdianto (2005), CSR memiliki komitmen perusahaan atau organisasi agar konsisten bertindak secara bermartabat, beroperasi secara



resmi juga memiliki kontribusi untuk meningkatkan ekonomi yang sejalan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan juga dengan masyarakat lokal secara umum (Oktina *et al* ., 2020 : 186). Dari penjelasan ini dapat digambarkan bahwa CSR merupakan salah satu kegiatan terpenting yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai bukti tanggung jawab serta kesadaran dalam kehidupan yang sejahtera terutama untuk masyarakat lokal secara berkelanjutan. Dalam penerapan CSR juga sejalan dengan program SDGs (*Sustainable Development Goals*).



**Gambar 1. 17 Program SDGs**

Sumber : Internet

Salah satu agenda SDGs yaitu memiliki visi dan misi untuk memberantas kemiskinan serta kelaparan, menghapuskan ketimpangan, menjaga kelindungan alam dan sumber daya yang tersedia didalamnya, juga menciptakan kondisi agar ekonomi tumbuh berkelanjutan serta adil. Menurut Guarini, SDGs bagian dari agenda pembangunan yang berusaha untuk mencukupi kebutuhan saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi selanjutnya dalam memenuhi kehidupan (Suryo Kencono *et al.*, 2023 : 12).

Untuk menerapkan kegiatannya CSR dituntut untuk memiliki strategi agar apa yang diharapkan dari kegiatan tersebut bisa diterapkan juga berjalan dengan baik sesuai dengan *planning* yang sudah dibuat dengan baik. Strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam berkomunikasi dimana dilakukan secara sadar dan dilakukan konsisten dengan menggunakan alternatif terbaik yang dibuat supaya mencapai sebuah keinginan atau tujuan tertentu dengan cara seperti apa, menggunakan media apa, jangka waktu yang dilakukan, apa program yang akan dicanangkan, serta bagaimana menilai evaluasi yang diperoleh dari kegiatan tersebut (Febrina, 2019 : 11). Sedangkan menurut Atmadi (2013), strategi komunikasi dikerjakan dalam lingkup khusus yang sehingga kelompok – kelompok atau orang yang berpengaruh terlibat (Syauqina *et al* ., 2022 : 784). Dapat diartikan juga bahwa strategi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan beberapa pihak dalam berkomunikasi dengan mengharapkan tercapainya sebuah tujuan menggunakan media tertentu yang dilakukan dalam jangka waktu yang sudah disepakati bersama.

Dalam pelaksanaan kegiatan CSR untuk pemberdayaan masyarakat, peran strategi komunikasi sangat menunjang. Strategi komunikasi CSR sebagai upaya pemberdayaan bisa dimaksudkan sebagai sebuah praktik dalam proses pengkomunikasian pesan berupa campuran dari kegiatan sosial, lingkungan budaya juga ekonomi yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada masyarakat sekitar serta *stakeholders* menggunakan berbagai media dengan tujuan adanya dampak yang bertujuan sebagai pemberdayaan masyarakat. Podnar (2008) menjelaskan, komunikasi CSR merupakan sebuah proses

mengantisipasi harapan pemangku kepentingan, penyaluran aspirasi kebijakan juga mengelola berbagai media komunikasi dalam memberikan informasi yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan terkait integrasi merek usaha, sosial, isu lingkungan juga mengenai interaksi dengan pemangku kepentingan (Saleh & Arifin, 2020 : 103).

Pelaksanaan program Desa Berdaya ini, CSR PT. PLN sendiri memiliki beberapa langkah atau sikap strategi komunikasi dalam mengenalkan Desa Berdaya kepada masyarakat yang dituju sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Program ini merupakan sebuah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dijalankan oleh PT. PLN (Persero) UID-S2JB yang berlokasi di Desa Candi Jaya Kecamatan Dempo Tengah Kota Pagar Alam. Bentuk TJSL yang diselenggarakan ini merupakan kegiatan yang berkoordinasi dengan Kelompok Wanita Tani BEGUYUR atau KWT BEGUYUR. KWT BEGUYUR merupakan sebuah kelompok masyarakat yang beranggotakan ibu – ibu berbasis lingkungan yang berada di Kelurahan Candi Jaya. Kegiatan ini memberikan bimbingan, pelatihan dimulai dari mengolah potensi desa dari bahan mentah menjadi produk jadi yang memiliki kualitas tinggi ke proses *packaging* sampai ke tahapan *marketing*, serta bantuan peralatan juga perlengkapan sarana dan prasarana baik pendidikan, infrastruktur, teknologi yang dapat menunjang ekonomi usaha para anggota dalam mencapai hasil yang terbaik. Kegiatan ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1. 2 Program Desa Berdaya Antara PT. PLN (Persero)  
Dan KWT BEGUYUR**

Sumber : PT. PLN (Persero)

Alasan utama PT. PLN dalam memberikan CSR di Desa Candi Jaya dengan melihat sumber daya alam yang potensial tetapi belum dioptimalkan menjadi nilai ekonomi. Selain itu, Dinas Pertanian Sumatera Selatan juga memberikan rekomendasi tempat ini karena daerah ini berpotensi tinggi dengan sumber daya alam pertanian. Beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagaimana umumnya berupa *stakeholders*, pesan, serta apa yang diberikan oleh perusahaan supaya optimal dalam pemberdayaan masyarakat di daerah tersebut. Tidak hanya itu, dalam perjalanannya tim CSR sendiri harus mengenal terlebih dahulu seperti apa kelompok masyarakat, isu lingkungan, serta hambatan yang dialami oleh para kelompok. Hal ini dimaksudkan agar berjalan dengan efektif praktik program yang akan diberikan.

Sumatera Selatan sendiri merupakan sebuah provinsi yang memiliki sumber daya alam hayati yang melimpah. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki oleh Sumatera Selatan sangat beragam, hal ini juga yang menjadikan

beberapa daerah di Sumatera Selatan sebagai mata pencaharian terbesar karena kualitas hasil perkebunan di provinsi ini tergolong dengan kualitas terbaik. Hal ini ditunjukkan dengan tabel berikut.

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Perkebunan Sumatera Selatan/ Ton**

Hasil Perkebunan	Tahun		
	2021	2022	2023
Karet	896.000	1.206.192	997.303
Kelapa	56.326	58.039	61.279
Kelapa Sawit	658.612	3.449.202	336.194
Kopi	162.975	206.307	198.015
Kakao	3.489	4.590	2.573

Sumber : bps.go.id

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Karet merupakan hasil perkebunan terbesar yang dihasilkan oleh Sumatera Selatan. Akan tetapi, hasil produksi Kopi dari Sumatera Selatan mampu berdiri sebagai urutan pertama dengan hasil produksi Kopi terbaik se – Indonesia. Hal ini didukung sebagai berikut.



**Gambar 1. 3 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar**

Sumber : <https://indonesiabaik.id/> (internet)

Terdapat beberapa program CSR yang dijalankan oleh PT. PLN (Persero) ini, salah satu program yang dijalankan yaitu “Desa Berdaya”. Desa Berdaya merupakan salah satu yang digerakkan oleh PT. PLN (Persero) untuk menggerakkan perekonomian masyarakat dengan memaksimalkan sumber daya alam yang tersedia. Program ini diprakarsai antara pihak PT. PLN (Persero) dengan petani kopi yang berada di daerah Pagar Alam yang terkenal sebagai salah satu daerah dengan penghasil tanaman kopi yang banyak diminati, sehingga menjadikan Pagar Alam sebagai sentra penghasil kopi yang bisa melambung sampai ke Negeri Belanda (Irmeilyana, 2020 : 161). Pagar Alam dengan potensi yang dimiliki karena letak geografis yang sangat baik sehingga menghasilkan hasil perkebunan dengan berbagai macam. Adapun hasil perkebunan yang dipanen dari kota Pagar Alam adalah sebagai berikut.

**Tabel 1. 2**  
**Produksi Perkebunan Kota Pagar Alam/ Ton (2019-2023)**

Jenis Tanaman	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Karet	520	515	5,30	1.078	848
Kelapa	5	5,1	7,1	31,9	26
Kelapa Sawit	-	-	31,5	17,5	18,9
Kopi	21.892,9	12.782	20.153	23.011,1	19.571
Kakao	280,7	294	302	754,7	404
Teh	4.348	4.348	4.348	4.348	4.348
Lada	111,5	110	115	175	160

Sumber : bps.go.id

Dengan melihat potensi produksi kopi yang besar di wilayah Pagar Alam ini sehingga mendasari PT. PLN untuk memberikan pengabdian terhadap masyarakat berupa tanggung jawab sosial lingkungan kepada kelompok

petani kopi di daerah Pagar Alam Tengah yaitu Desa Candi Jaya. Hal ini ditunjukkan dengan tabel daerah produsen kopi selama tahun 2021 – 2023 di Sumatera Selatan sebagai berikut.

**Tabel 1. 3**  
**Daerah Penghasil Kopi Di Sumatera Selatan/Ton**

Wilayah	Tahun		
	2021	2022	2023
Ogan Komering Ulu	16.267	16.317	16.334
Ogan Komering Ilir	-	335	340
Muara Enim	-	27.652	28.650
Lahat	17.100	22.010	22.675
Musi Rawas	2.950	3.196	3.227
Musi Banyuasin	-	-	2
Banyuasin	-	724	725
Ogan Komering Ulu Selatan	50.854	62.399	60.700
Ogan Komering Ulu Timur	-	2.200	438
Ogan Ilir	-	-	-
Empat Lawang	53.769	54.000	53.756
Pali	-	-	-
Musi Rawas Utara	325	214	219
Palembang	-	-	-
Prabumulih	-	-	-
Pagar Alam	20.833	16.3375	10.065
Lubuk Linggau	877	885	884

Sumber : bps.go.id

Dapat dijelaskan peran CSR dalam sebuah perusahaan sangat strategis karena mampu mengantarkan sebuah perusahaan untuk ikut serta dalam melakukan pembangunan ekonomi baik melalui kualitas hidup masyarakat atau lingkungan yang lebih bermanfaat. Hal itu sejalan dengan pendapat

Rachman (2011), menurut *World Bussiness Council For Suistanable Development*, CSR tidak hanya sebagai *discretionary*, tetapi juga sebuah komitmen sebagai perbaikan untuk kualitas hidup (Oktina *et al .*, 2020 : 188). Sejalan akan hal itu, Prabosiwi (2016) menjelaskan bahwa CSR dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif sebuah birokrasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan keberhasilan sebuah CSR dapat diukur dengan tahapan seperti tingkat partisipasi seluruh pihak dalam pelaksanaan program, tingkat pendapatan masyarakat yaitu pola kehidupan masyarakat yang terlibat dengan pelaksanaan program, serta strategi nafkah yang dilakukan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari – hari (Adawiyah & Murdianto, 2022 : 33).

Terdapat beberapa alasan peneliti memilih program CSR Desa Berdaya Tridayadi Pagar Alam ini. Pertama, program CSR Desa Berdaya ini merupakan program binaan yang dimiliki oleh PT. PLN (Persero). Perusahaan listrik dibawah naungan bumh ini mengoptimalkan program-program CSR dengan optimal sehingga pada tahun 2024 ini program CSR PLN mendapat *Award Internasional* dalam “*Asian Impact Award 2024*” dengan memborong beberapa penghargaan. PLN UID Jakarta Raya, PLN UID Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (S2JB) dan Yayasan Baitul Maal (YBM) yang menerima penghargaan dengan *rating* 9,8 dari 10.





**Gambar 1. 4 Berita CSR PLN Award**

Sumber : <https://www.rmolsumsel.id/komitmen-CSR-PLN-berbuah-tiga-penghargaan-di-asian-impact-awards-2024> (internet)

Kedua, program ini merupakan program Desa Berdaya pertama yang dijalankan oleh PT. PLN UID-S2JB. Hal ini dijelaskan oleh Asisten Manager Bidang SDM UID-S2JB “Program CSR Desa Berdaya ini merupakan program perdana yang dijalankan oleh Unit S2JB ini ya. kami pilih di lokasi Pagar Alam karena seperti yang kita ketahui bahwa daerah ini memiliki potensi sumber daya alam yang baik akan tetapi masyarakat belum optimal mengubah sumber daya alam menjadi nilai ekonomi. Hal ini yang mendorong kami untuk memilih lokasi disini sebagai berlangsungnya program Desa Berdaya ini dengan harapan mampu mendorong masyarakat dalam membangun perekonomian serta kesejahteraan dengan pelatihan yang diberikan”. Ketiga, dalam pelaksanaan program CSR ini dana yang dikeluarkan PT. PLN (Persero) dalam program CSR Desa Berdaya cukup besar dibandingkan program-program CSR lain yang dilakukan perusahaan hal itu ditunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Alokasi Dana Program CSR PT. PLN UID-S2JB**

No.	Program CSR	Alokasi Dana
1.	Pengembangan Program Bank Sampah	Rp. 120.000.000,-
2.	Pengembangan Desa Berdaya	Rp. 350.000.000,-
3.	Pengembangan Kawasan Edu-Ekowisata	Rp. 203.033.000,-
4.	Pengelolaan Rumah BUMN	Rp. 200.000.000,-
5.	Pengembangan Program Electric Vehicle	Rp. 275.000.000,-

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Alasan utama perusahaan melakukan kegiatan CSR karena dilandaskan dengan Undang – Undang RI yang mengatur tentang kegiatan tanggung jawab sosial oleh sebuah perusahaan. Hal ini sudah ditetapkan dari Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana dalam pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial lingkungan. Dengan diterbitkannya Undang – Undang tersebut, perseroan terbatas memiliki kesadaran untuk berkomitmen dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga tidak hanya sekedar memikirkan *profit* atau keuntungan, tetapi juga memperhatikan kondisi lingkungan, juga pemberdayaan masyarakat di sekitar Perseroan Terbatas.

Pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi CSR PT. PLN (Persero) dalam upaya pemberdayaan masyarakat melalui program Desa Berdaya di daerah Pagar Alam. Untuk itu

peneliti berencana melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. PLN (Persero) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Berdaya Di Wilayah Pagar Alam (Studi Kasus Desa Candi Jaya)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagaimana yang telah dijelaskan dalam penjelasan diatas yaitu, bagaimana strategi komunikasi CSR PT. PLN (Persero) dalam upaya pemberdayaan masyarakat melalui program Desa Berdaya di wilayah Pagar Alam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini ialah: untuk mengetahui strategi komunikasi CSR PT. PLN (Persero) dalam pemberdayaan masyarakat melalui program Desa Berdaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai sumber ilmu pengetahuan baru terutama untuk Universitas Sriwijaya serta Jurusan Ilmu Komunikasi tentang strategi komunikasi CSR dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat yang efektif.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi atau masukan berbagai pihak untuk penyajian suatu informasi dalam

menjalankan penelitian yang serupa. Dapat memberikan masukan tentang strategi komunikasi CSR yang efektif bagi sebuah perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, F. M. N., & Murdianto. (2022). Analisis Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility PT. Bhimasena Power Indonesia dengan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(3), 331–345. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i3.940>
- Adi, K. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. ANDI.
- Adiatama, B., As, E., & Cholidah, L. I. (2020). Pengelolaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Kegiatan Online *Public relations. Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(September), 279–300. <https://doi.org/10.15575/reputation.vxix.xxxx>
- Ahmad, M. (2022). *MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF. XXVII(1)*, 71–82.
- Akmal, T. R., Anshari, H. M., & Siti, A. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1883–1888.
- B., M. M., Huberman, & Johny, S. (2014). Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook. In *Вестник Росздравнадзора* (3rd ed., Vol. 4, Issue 1). SAGE Publications.
- Disemadi, H. S., Prananingtyas, P., Hukum, F., & Diponegoro, U. (2020). *Kebijakan Corporate Social Responsibility ( CSR ) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia*. 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>
- Faizah, L., Witjaksono, A. D., & Kistyanto, A. (2023). *The Effect of Corporate Social Responsibility Program on Increasing Community Empowerment*. 5(1), 1–11.
- Febrina, S. (2019). *MODUL PELATIHAN : Elemen Tahapan Strategi Komunikasi & Bauran Komunikasi*. 11.
- Geofakta, R., Kristian, R. M., Anis, R., Musfirowati, H. I., Ketut, M. N., Atik, B.,

- Jillena, M. A., Merry, H. K., Agus, S., & Satya, N. R. (2022). Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik. In *Penerbit Media Sains Indonesia*.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. CBS College Publishing.
- Gutterman, A. S. (2023). *CSR Definitions and Theories*. March.
- Ibrahim, A. I., Erdinaya, L. K., & Nugraha, A. R. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility PT . Pertamina ( Persero ) pada Program Siswa Mengenal Nusantara. 85–96. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.2363>
- Irmeilyana, I. (2020). Deskripsi Profil dan Karakter Usaha Tani Kopi Pagar Alam Berdasarkan Descriptive Statistics dan Korelasi. *Jurnal Infomedia*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.30811/jim.v5i1.1584>
- Kiki, E. (2020). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT : MENGGALI POTENSI*. 6, 135–143.
- Kurniawan, A. A. (2020). *Corporate Social Responsibility and Community Empowerment Program for MSMEs and Informal Sectors Affected by the Covid-19 Pandemic*. 7–14.
- Maryani, D., Roselin, R., & Nainggolan, E. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. PENERBIT DEEPUBLISH.
- Mazaya, N. N., & Suliswaningsih, S. (2023). Perancangan Ui/Ux Aplikasi “Dengerin” Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 12(2), 39–49. <https://doi.org/10.34010/komputa.v12i2.10157>
- Mulyadi, D. M., & Majid, A. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PT . TASPEN ( PERSERO ) MAKASSAR DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BINA LINGKUNGAN DI KECAMATAN PATTALASSANG KABUPATEN GOWA* *Communication Strategy PT . Taspen ( PERSERO ) Makassar in the Community Development Corporate Soci*. 126–134.

- Nehemia Borneo Harnowo, Haryanto, & Kustap. (2024). Ginggong Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Dayak Bakati Rara Kabupaten Bengkayang. *IDEA: Jurnal Ilmiah Seni Pertunjukan*, 18(1), 107–119. <https://journal.isi.ac.id/index.php/IDEA/article/view/12328/3543>
- Nurjani, M., & Resnawaty, R. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pt Pertamina Melalui Program Pertamina Cerdas. *Share : Social Work Journal*, 13(1), 74. <https://doi.org/10.24198/share.v13i1.46499>
- Nurlaela, W. L. (2019). *Model CSR (Corporate Social Responsibility)*. Penerbit Myria Publisher. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=IKPHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=CSR+corporate+social+responsibility++adalah+merupakan&ots=qMIFzEvlk8&sig=ad2nDJ9\\_mdmlZTSCIVoksIHOBdM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=CSR corporate social responsibility adalah merupakan&](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=IKPHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=CSR+corporate+social+responsibility++adalah+merupakan&ots=qMIFzEvlk8&sig=ad2nDJ9_mdmlZTSCIVoksIHOBdM&redir_esc=y#v=onepage&q=CSR corporate social responsibility adalah merupakan&)
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Intan Angelina Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(1), 184–202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7170>
- Purnamasari, S. D., & Ma'ruf, M. F. (2016). ( *STUDI BUMDes MAWAR DESA KEPEL , KECAMATAN NGETOS , KABUPATEN NGANJUK* ). 1–12.
- Rahayu, N. S., & Widiyani, R. F. (2020). *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT KAI DAOP 8 SURABAYA DALAM PROGRAM RAIL CLINIC*. 3, 194–208.
- Rasyid, A., & Lubis, E. E. (2018). *CORRELATION AMONG COMMUNICATION NOISE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM WITH COMMUNITY EMPOWERMENT AND PTPN V IMAGE IN PEKANBARU*. 20(1).
- Rosady, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.

- Rusydi, F. S. (2022). *Strategi public relations dalam mempertahankan eksistensi pasar malam: Studi deskriptif kualitatif pada CV. Kelana Jaya Putra*. 6(November), 181–200.  
[http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4\\_BAB 1.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4_BAB%201.pdf)
- Safitri, B., & Mujahid, N. S. (2024). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(3), 309–316.  
<https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318>
- Saleh, A., & Arifin, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105.  
<https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Sandu, S., & Ali, S. M. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Literasi Media Publishing.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=penelitian+adalah&ots=IdWvpK0c2i&sig=ZcqW7QjdUG4RDVHnmr7awm9edLg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=penelitian adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=penelitian+adalah&ots=IdWvpK0c2i&sig=ZcqW7QjdUG4RDVHnmr7awm9edLg&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian%20adalah&f=false)
- Satira, U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting *Public relations* Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications Media Studies*, 1(1), 179–202.
- Setyawati, F. A. (2023). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS. In [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com) (pp. 3–5).
- Shafira, A. (2024). Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan DIY Dalam Mensosialisasikan Gerakan Selamatkan Pangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi Volume*, 9(3), 671–685.
- Simarmata, M. Y., Yatty, M. P., & Fadhillah, N. S. (2022). Analisis Keterampilan Berbicara Melalui Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila Di Smp Negeri 1 Kuala Mandor B. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 13(1),



47–59. <https://doi.org/10.31932/ve.v13i1.1564>

- Sugito, T., Windiasih, R., Prastiyanti, S., & Sulaiman, A. I. (2022). *Empowerment Communication in the Corporate Social Responsibility Program in Rural Areas*. 2(4), 1–16.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. CV. Alfabeta, 1–274. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Suryo Kencono, P., Ridho ‘Ubbadurrohman, M. S., & Farhan Adijaya, M. (2023). Model Pemberdayaan BUMDES Dalam Rangka Meminimalisir SDGs Desa Pasca Undang-Undang Cipta Kerja. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(1), 12–23. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i1.13>
- Syauqina, L., Ichsan, S. S., Studi, P., & Komunikasi, I. (2022). *Strategi Komunikasi Tentang Sosialisasi*. 8(1), 781–793.
- Timpal, E. T. V, Pati, A. B., & Pangemanan, F. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/governance/article/download/34880/32708/73727>
- Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak. *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 1–24.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2 N, 33–34.