



NOMOR SKRIPSI 4701/KOM-D/SD-S1/2021
--

PELAKSANAAN KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PT.INDAH KIAT PULP & PAPER (IKPP) TBK.PERAWANG
DALAM MENSOSIALISASIKAN BANTUAN BEASISWA
PENDIDIKAN DI KEC.TUALANG KAB.SIAK
SRI INDRAPURA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
 Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

FITRI AMI RAMADHANI

NIM. 11643202811

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

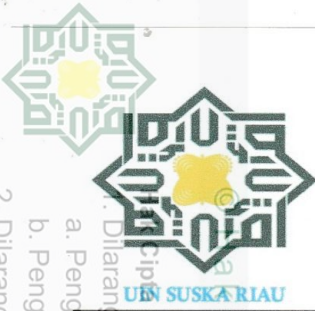
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fitri Ami Ramadhani
NIM : 11643202811
Judul : Pelaksanaan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 8 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2021



Dr. Imron Rosidi, S.Pd. M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II,

Yefni, M.Si
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji III,

Rafdeadi, M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

Penguji IV,

Edison, M.I.Kom
NIP. 130 417 082

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diindungi Undang-Undang

ciptamilik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) PT.INDAH KIAT PULP & PAPER PERAWANG (IKPP) DALAM
BIDANG PENDIDIKAN DI KEC.TUALANG KAB.SIAK SRI
INDRAPURA**

Disusun Oleh:

Fitri Ami Ramadhani

NIM. 11643202811

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 28 April 2021.

Pembimbing,

Sudianto, S.Sos, M.I.kom
NIP.19801230 200604 1 001

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fitri Ami Ramadhani
NIM : 11643202811
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT INDAH KIAT PULP & PAPER PERAWANG (IKPP) DALAM BIDANG PENDIDIKAN DI KEC.TUALANG KAB.SIAK SRI INDRAPURA

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 25 September 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 25 September 2020

Penguji Seminar Proposal,

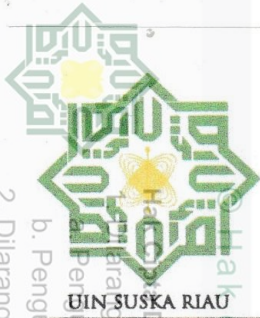
Penguji I,

Rohayati, M.IKom
NIK. 130 417 020

Penguji II,

Julis Suriani, M.IKom
NIK. 130 417 019

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Fitri Ami Ramadhani

Nim : 11643202811

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini yang berjudul: ” **Pelaksanaan Komunikasi Corporate Social Responsibility (Csr) PT. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura** ” adalah benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Skripsi dan gelar yang saya peroleh dari Skripsi tersebut.

Pekanbaru, Juli 2021
Yang Membuat Pernyataan,



Fitri Ami Ramadhani
Nim. 11643202811

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

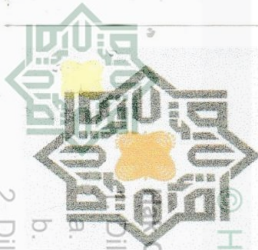
Undang-Undang

yang melindungi Undang-Undang

yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 28 April 2021.

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di-
 Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Fitri Ami Ramadhani
 NIM : 11643202811
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang (IKPP) Dalam Bidang Pendidikan di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
 Pembimbing,


 Sudianto, S.Sos, M.I.kom
 NIP.19801230 200604 1 001

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Nama : Fitri Ami Ramadhani

NIM : 11643202811

Judul : Pelaksanaan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (Csr) PT. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura

Pelaksanaan program CSR sendiri adalah dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1). Memahami CSR menjadi pokok penting, dan paling penting lagi adalah kesadaran perusahaan untuk melaksanakannya. Menjalankan berbagai program sosial di lingkungan sekitar memang membutuhkan banyak modal.. Sedangkan *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan instansi maupun organisasi yang bertujuan untuk ikut mensejahterakan pihak internal maupun eksternal perusahaan agar mendapatkan imbas yang positif dari segala aspek dalam bidang sosial, ekonomi, lingkungan. Salah satu tujuan perlunya membina hubungan dengan komunitas atau pelanggan dengan tujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik Permasalahan pada penelitian ini adalah Bagaimana Strategi komunikasi CSR PT.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) didalam Bidang Pendidikan di kec.Tualang kab.Siak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi CSR didalam program CSR melalui bidang pendidikan kepada masyarakat yang ada di kec.Tualang kab.Siak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subyek dalam penelitian ini berjumlah 3 orang dan objek dalam penelitian ini yakni CSR PT.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) kec.Tualang kab.Siak . Secara umum dapat disimpulkan bahwa dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura, CSR memiliki tiga unsur Strategi komunikasi. Dari ketiga unsur strategi yang telah dilaksanakan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura ini, sebagaimana dalam prakteknya di lapangan unsur strategi dijalankan dengan baik oleh bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program kegiatan CSR telah berjalan dengan cukup efektif dan telah sesuai dengan teori yang ada.

Kata Kunci: Implementasi, Corporate Social Responsibility (CSR), PT Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP), pendidikan.

ABSTRACT

Name : Fitri Ami Ramadhani
ID : 11643202811
Title : Implementation of Corporate Social Responsibility (Csr) Communication Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang in Disseminating Education Scholarship Aid in Tualang District, Siak Regency Sri Indrapura

The implementation of the CSR program itself is based on Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies Article 74 paragraph (1). Understanding CSR is an important point, and the most important thing is the company's awareness to implement it. Running various social programs in the surrounding environment does require a lot of capital.

Corporate Social Responsibility is a social activity carried out by the company as a form of concern and social responsibility of agencies and organizations that aim to contribute to the welfare of the company's internal and external parties in order to get a positive impact from all aspects in the social, economic, and environmental fields. One of the goals is the need to build relationships with the community or customers with the aim of launching and maintaining good relationships. The problem in this research is how is the CSR communication strategy of PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) in the Education Sector in the Tualang district, Siak Regency. This study aims to find out how the CSR communication strategy in the CSR program through education to the community in the Tualang district, Siak district. In this study, the researcher used a qualitative descriptive method by describing the events that occurred in the field. Data collection techniques in this study were interviews, observation and documentation. The subjects in this study were 3 people and the object of this research was CSR PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) sub-district Tualang kab. Siak. In general, it can be concluded that in its efforts to increase the success of socializing the Corporate Social Responsibility (CSR) program of Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang In Tualang District, Siak Sri Indrapura Regency, CSR has three elements of communication strategy. Of the three strategic elements that have been implemented by the Corporate Social Responsibility (CSR) of Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang in Tualang District, Siak Sri Indrapura Regency, as in practice in the field the elements of the strategy are carried out well by the Section Corporate Social Responsibility (CSR) of Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang, in its efforts to increase the success of the socialization of CSR program activities has been running quite effectively and has been in accordance with existing theory.

Keywords: Implementation, Corporate Social Responsibility (CSR), PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP), Education.



KATA PENGANTAR



Assalmu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam tak lupa pula kita sampaikan untuk Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia kealam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan. Skripsi dengan judul **“PELAKSANAAN KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT.INDAH KIAT PULP & PAPER (IKPP) TBK.PERAWANG DALAM MENSOSIALISASIKAN BANTUAN BEASISWA PENDIDIKAN DI KEC.TUALANG KAB.SIAK SRI INDRAPURA** “merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yaitu Ayahanda Salmatri dan Ibunda Erdawati yang selalu setia mencurahkan kasih sayang,doa,dorongan,dan motivasi. Serta keluarga yang selalu mendoakan untuk kelancaran skripsi.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektorat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr.Imron Rosidi, M.A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan Wakil



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Dekan I Dr.Masduki, M.Ag, Wakil Dekan II Dr.Toni Hartono, M.Si, Wakil Dekan III Dr.Azni, M.Ag.
3. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 4. Bapak Sudianto, S.Sos. M.I.Kom selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
 5. Kepada Ibu Dewi Sukartik selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis.
 6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan
 7. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
 8. Kepada Bapak Murseno selaku Bidang Pendidikan Beasiswa, bapak Syaiful Yusri selaku bagian Job Training dan Magang, dan ibu Erna selaku pendamping turun kelapangan, yang sudah menerima penulis dengan baik, telah memberikan izin, kesempatan, bimbingan, dan bantuan dalam penelitian skripsi ini.
 9. Kepada keluarga yaitu Ayah saya Salmatri, Ibu saya Erdawati, serta keluarga besar saya yang telah memotivasi sampai detik ini, membimbing , serta memberi dukungan selama proses penulisan skripsi.
 10. Kepada teman satu kos saya dan teman dari SMA saya, Maya Irma Yanti dan Mevy Rizkiyani ,sahabat tercinta seperjuangan yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat serta motivasi sehingga penulis dapat mengerjakan Skripsi ini hingga selesai.
 11. Kepada Rizky Hidayat yang telah memotivasi memberikan arahan kepada penulis.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Keluarga Public Relations C angkatan 17 yang telah memberikan dukungan , motivasi semoga seluruh anggota dapat segera menyusul untuk sama-sama meraih gelar S.Ikom. semangat!
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan Semoga semua motivasi, semangat, doa serta bantuan yang telah diberikan, smeoga mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Robbal Alamin.

Pekanbaru, 9 juli 2021

Penulis

Fitri Ami Ramadhani
NIM. 11643202811

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Terdahulu	10
B. Kajian Teori.....	15
1. Pelaksanaan	17
2. Komunikasi.....	18
3. Strategi Komunikasi	23
4. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	29
5. Bidang Pendidikan.....	40
6. Teori S-O-R	41
C. Kerangka Berfikir	44
D. Konsep Operasional.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	46
C. Sumber Data Penelitian	47
D. Informan Penelitian	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Teknik Pengumpulan data	48
1. Pengamatan (observasi).....	48
2. Wawancara	48
3. Dokumentasi.....	49
F. Validasi Data	49
G. Teknik Analisis Data	51

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya PT.Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang	53
B. Visi dan Misi Perusahaan	58
C. Tujuan Perusahaan.....	58
D. Letak Geografis Perusahaan	58
E. Struktur Organisasi	59
F. Sejarah Singkat Public Relation Unit	60
G. Struktur organisasi Public Relations Unit	62

BAB V HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	63
1. Pesan (stimulus).....	65
2. Komunikan (organism).....	71
3. Efek (respons).....	76
B. Pembahasan	80
1. Pesan (stimulus).....	80
2. Komunikan (organism).....	82
3. Efek (respon)	85

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel V.1	Daftar Nama Informan Penelitian.....	64
-----------	--------------------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir Peneliti.....	44
Gambar IV.1	Struktur Bidang	62
Gambar V. 1	Team CSR Survei kelapangan.....	67
Gambar V. 2	Team CSR Mengadakan Sosialisasi di Rumah Pintar.....	73
Gambar V. 3	Team CSR survei kelapangan	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹ Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi pada kehidupan sehari-hari maupun di dunia perusahaan, setiap manusia baik komunikasi itu dilakukan antara individu bahkan menggunakan media komunikasi massa atau biasa disebut dengan media massa untuk mencapainya perkembangan perusahaan. Perkembangan perusahaan di Indonesia berkembang pesat. Terutama di daerah-daerah yang telah dikhususkan sebagai kawasan industri.

Dalam perkembangan dunia bisnis tidak hanya membahas mengenai untung rugi saja, akan tetapi muncul juga tuntutan agar lebih memperhatikan bidang sosial juga. Muncul kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung menimbulkan efek negatif bagilingkungan sosial maupun lingkungan fisik di sekitar tempat produksi perusahaan,menjadikan pihak perusahaan sadar akan pentingnya kegiatan sosial untukmasyarakat sekitarnya. Kegiatan sosial inilah yang kemudian kita sebut sebagaicorpote social renpinsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan instansi maupun organisasi yang bertujuan untuk ikut mensejahterakan pihak internal maupun eksternal perusahaan agar mendapatkan imbas yang positif dari segala aspek dalam bidang sosial, ekonomi, lingkungan dan selanjutnya diharapkan menjadi program pembangunan yang berkelanjutan. Kotler dan Lee dalam Poerwanto

¹ Ahmad Sultra Rustan, Nurhakki Hakki, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Deepublish,2017)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen untuk memperbaiki kesejahteraan komunitas melalui praktik – praktik kebijakan bisnis dan dengan keterlibatan – keterlibatan dari sumber – sumber perusahaan. Menurut mereka, elemen kunci dalam definisi tersebut adalah kebijakan.²

Di Indonesia keberadaan *Corporate Social Responsibility* telah diatur pada Undang – undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 tentang perseroan terbatas, tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.³

Dengan adanya peraturan tersebut, perusahaan gencar melaksanakan konsep tanggung jawab sosial dan lingkungan guna mendapatkan opini positif publik terhadap perusahaan. begitu pula yang tertera dalam ISO 26000, bahwa *corporate social responsibility* adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, di samping isu kualitas dan lingkungan.⁴

Sebuah survey yang dilakukan oleh acces ommibus survey (1997) diinggris membuktikan bahwa 86 % konsumen melihat citra positif sebuah perusahaan jika mereka melihat perusahaan tersebut benar-benar melakukan suatu menjadikan dunia menjadi lebih baik. Sedangkan riset yang dilakukan di Indonesia (dalam sinar harapan 16/03/2006) atas 45 perusahaan menunjukan *corporate social responsibility* (CSR) bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan citra perusahaan (37,38%), hubungan baik

² Poerwanto. *Corporate Social Responsibility*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar: 2010), hal. 18

³ Undang – undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 tentang perseroan.

⁴ Rachman, Nurdizal M, dkk. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Hassanudin Kasim Riau

dengan masyarakat(16,82%) dan mendukung operasional perusahaan (10,28%).⁵

Dari data tersebut dapat terlihat bahwa alasan suatu perusahaan ingin melakukan Pelaksanaan Komunikasi CSR, yaitu pertama adalah alasan sosial. Perusahaan melakukan CSR sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosial. Kedua adalah alasan hukum, yaitu dengan adanya UU PT No.40 Tahun 2007. Ketiga adalah alasan ekonomi. Perusahaan melakukan CSR untuk mendapatkan simpati masyarakat sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan.

Dengan adanya keinginan perusahaan dalam program *corporate social responsibility*, perlu dikomunikasikan untuk mendapatkan pengertian bersama antara perusahaan dan publik. Komunikasi ditentukan berdasarkan visi, misi, lingkungan dan resiko perusahaan. Dalam menjalin komunikasi dua arah perlu adanya strategi CSR sebagai penghubung antara keinginan perusahaan dan kebutuhan publik. Oleh karena itu, perlu adanya Pelaksanaan Komunikasi CSR untuk menghasilkan proses komunikasi yang sukses.

Pelaksanaan komunikasi *corporate social responsibility* juga dilaksanakan oleh PT.Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang. PT.IKPP Perawang ini merupakan salah satu upaya perusahaan besar dan juga telah banyak menyerap tenaga kerja. Perusahaan Swasta Nasional ini yang bergerak pada bidang Industri Pulp & Paper dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) (Dokumen PT.Indah Kiat Pulp & Paper : 2014). Dengan bertujuan menjadikan perusahaan kertas yang berstandar internasional dengan kualitas kertas yang sangat baik dan bisa bersaing dengan perusahaan kertas lainnya baik dari tingkat domestik maupun internasional, dan dapat mengirim kertas dengan tepat waktu.⁶

⁵Analisa, Y., & Wahyudi, S.. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro: 2011).

⁶Dokumen PT.Indah Kiat Pulp & Paper : 2014).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan ini memiliki peran yang strategis untuk turut berkontribusi terhadap lingkungan dan sosialnya. PT.Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang berusaha membangun kepercayaan publiknya dengan menggunakan kegiatan *corporate social responsibility* untuk mendapatkan keuntungan sosial berupa kepercayaan atau citra baik terhadap perusahaan dan produk-produk yang dikeluarkan perusahaan. Selain itu, semua kegiatan bisnis dari perusahaan ini sangat berkaitan dengan isu *corporate social responsibility* yang sedang berkembang.

Sebagai perusahaan besar yang sudah masuk ke dalam kelas dunia tentunya semakin banyak tantangan yang harus di hadapi termasuk yang berasal dari lingkungan sosialnya. Tantangan itu dijadikan acuan untuk perusahaan meraih simpati dan perhatian di dunia bisnis, perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosial yang di amanahkan oleh pemerintah melalui program yang di tjukan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan di dalam suatu program kerja manajemen perusahaan. Dan sebagai upaya untuk menjalin hubungan harmonis kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan itu berdiri.

PT.Indah Kiat Pulp & Paper mempunyai program tanggung jawab sosial perusahaan dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan konsep yang terus berkembang, dengan melihat pada aspek-aspek perilaku perusahaan, termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci. Yang salah satunya yaitu *good corporate responsibility* yang meliputi pengembangan masyarakat (*community development*). Yang bukan hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pola untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimiliki PT.Indah Kiat Pulp & Paper terbagi kedalam lima bidang yaitu :

1. *Bidang pendidikan*, yang mencakup program beasiswa peduli, program beasiswa karir, Indah School (IKS), Lomba kebersihan antar SD, kunjungan pelajar dan job Training.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Bidang Keagamaan*, seperti peringatan hari besar Islam, penyembelihan hewan kurban, dan sunatan massal.
3. *Bidang Sosial Kemasyarakatan*, antara lain pemberian sembako, pemberian sarana air bersih, bantuan korban bencana alam, pembangunan jalan dan perayaan HUT RI bersama warga.
4. *Bidang Kesehatan*, seperti puskesmas keliling/pengobatan gratis, penyuluhan tentang bahaya narkoba & HIV/AIDS disekolah-sekolah SMP dan SMA.
5. *Bidang Kemitraan*, yang termasuk didalamnya program pemberdayaan masyarakat, pemberian fasilitas usaha dagang, dan bongkar muat parkir.

Dari beberapa program CSR PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang, peneliti akan membahas salah satu programnya yaitu program CSR di bidang pendidikan. Keberadaan sebuah perusahaan disuatu Kabupaten, Kota, Kecamatan, atau desa memiliki nilai yang sangat strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Kita lihat bahwa masyarakat yang tinggal di lingkungan perusahaan, tingkat pendidikannya relatif rendah jika dibandingkan dengan masyarakat daerah perkotaan. Untuk mengejar ketinggalan masyarakat di bidang pendidikan, PT IKPP Perawang mempunyai kepedulian yang sangat besar dan perhatian kepada masyarakat kec. Tualang ini.

Secara fisik yang telah dilakukan oleh perusahaan yaitu :

1. Membentuk yayasan pendidikan persada indah (YPPI), berupa gedung TK, SD, SMP, dan SMK yang semua lokasinya berada pada perumahan Persada Indah Perawang.
2. Kemudian juga dibangun Pusat Pengembangan Keterampilan Masyarakat (PPKM).
3. Rumah Pintar dan Perpustakaan Abdul Wahid yang peresmian dilakukan oleh Istri Menteri Koordinator Kesejahteraan rakyat.
4. Dan program CSR lainnya juga mengeluarkan beasiswa untuk mahasiswa perguruan tinggi bagi IPK nya yang mencakup kriteria syarat dari perusahaan.
5. Membagikan buku tulis, alat tulis, dan perlengkapan alat sekolah serta uang tunai bagi siswa-siswi yang bersekolah diperawang kec. Tualang kab. Siak dari juara 1-3



besar. Dan di lakukan selalu setiap tahunnya dan memang sudah rutinitas pihak PT IKPP dalam menjalankan program CSR nya dibidang pendidikan.

Maka dari itu penulis ingin mengkaji pembahasan tersebut dengan judul **“Pelaksanaan Komunikasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian ini,, maka perlu adanya penegasan istilah, ialah :

1. Pelaksanaan program CSR sendiri adalah dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1). Memahami CSR menjadi pokok penting, dan paling penting lagi adalah kesadaran perusahaan untuk melaksanakannya. Menjalankan berbagai program sosial di lingkungan sekitar memang membutuhkan banyak modal. Namun pelaksanaan CSR juga berdampak positif atau menguntungkan perusahaan. Misalnya: Bisa membantu menurunkan angka pencemaran lingkungan akibat limbah yang dihasilkan perusahaan, hal ini bisa mencegah protes dan demo masyarakat sekitar yang menuntut penutupan perusahaan. Memudahkan perusahaan untuk mendapatkan pasokan bahan baku, terutama jika bahan baku ini berasal dari masyarakat sekitar atau alam sekitar. Dan Membantu perusahaan untuk mendapatkan profit yang stabil dan bahkan terus berkembang sebab mendapat dukungan penuh dari lingkungan sekitarnya.⁷
2. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pikiran seseorang kepada orang lain dengan cara menggunakan lambang-lambang yang bermakna sama bagi kedua belah pihak. Dalam situasi tertentu, komunikasi menggunakan media tertentu untuk mencapai sasaran yang jauh tempatnya atau dengan jumlah banyak. Dan dengan situasi tertentu pula komunikasi dimaksudkan atau ditujukan

⁷ Kotler, Philip and Nancy Le. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, (New Jersey: John Willey and Sons, Inc.2005)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

untuk merubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau tingkah laku (*behavior*) seseorang atau sejumlah orang, sehingga ada efek tertentu yang di harapkan.⁸

3. CSR (*Corporate Social Responsibility*) ialah suatu program yang dibuat oleh perusahaan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang berada pada wilayah operasional dalam rangka pertanggung jawaban sosialnya untuk pembangunan berkesinambun.
4. Bidang pendidikan merupakan suatu pembelajaran, pengetahuan, keterampilan serta kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi melalui pengajaran , pelatihan maupun penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Bagaimana Pelaksanaan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (Csr) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pelaksanaan Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (Csr) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Dalam Mensosialisasikan Bantuan Beasiswa Pendidikan Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis
 - a. Untuk menambah pengalaman penulis dan dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan bagi penulis.
 - b. Sebagai aplikasi dari teori-teori yang penulis peroleh diperkuliahan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi dilapangan.

⁸ Marlanny Rumimpunu, Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (PERSERO) Wilayah Sulutenggo di Ranotana (Jurnal Ilmu Komunikasi Volume III No.1. 2014) Hlm.3-4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Bentuk sumbangsih pemikiran penulis, yang dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relation*.
2. Secara Praktis
 - a. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi bagi khalayak (pembaca) yang ingin mendalami bidang konsentrasi *Public Relations*.
 - b. Untuk meningkatkan kualitas didalam bidang pendidikan di kec.Tualang kab.Siak sehingga kedepannya perusahaan tersebut dapat terus melanjutkan program-program yang sudah dibuat dan di laksanakan secara berkelanjutan dan membuat program-program baru yang berkaitan dengan bidang pendidikan perusahaan sehingga kehadiran perusahaan dilingkungan masyarakat itu lebih diterima oleh masyarakat disekitar perusahaan itu sendiri.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui sistematika Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai tahapan awal yang menjadi landasan dari keseluruhan isi skripsi, meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini membahas tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini membahas sejarah PT.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) didalam Bidang Pendidikan di kec.Tualang kab.Siakkhususnya deskripsi objek penelitian bagian, visi misi, dan struktur organisasi.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Strategi komunikasi CSR PT.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) didalam Bidang Pendidikan di kec.Tualang kab.Siak yang merupakan jawaban atau solusi dari permasalahan dalam penelitian ini.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan yang diambil dari hasil pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan untuk perbaikan selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Berikut merupakan kajian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti yang bernama Shoraya Lolyta Octaviana dengan Jurnal tang berjudul "Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility di PT.Pertamina (Persero) Region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY pada tahun 2013. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) di PT Pertamina (Persero) Region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu peneliti ini harus dapat mengetahui kedudukannya pada saat pengumpulan data dilapangan. Dan dengan menggunakan teknik sampling untuk penelitian ini. Hasil penelitiannya adalah sasaran program CSR lain agar masyarakat lebih mengetahui dan menggunakan produk-produk Pertamina, serta untuk pencitraan yang baik Pertamina dimata masyarakat. Dalam mengkomunikasikan program CSR PT.Pertamina Region IV menggunakan strategi *Cause Promotion, Corporate Social Marketing, Corporate Philanthropy dan Community Volunteering* sesuai dengan teori (Kotler,2005). Strategi media yang digunakan untuk sosialisasi program CSR kepada masyarakat terbagi menjadi dua macam yaitu ekstern media dan intern media.⁹
2. Peneliti yang bernama Salehuddin dengan Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT.Telkom Regional VII Makassar pada tahun 2017. Dengan tujuan (1) untuk mengetahui strategi komunikasi dalam upaya peningkatan efektifitas pelaksanaan CSR PT Telkom regional VII Makassar (2) mengetahui

⁹ Shoraya Lolyta Octaviana, Strategi Komunikasi *Corporate Sosial Responsibility* di PT.Pertamina (Persero) Region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY, Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang,2013)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gambaran pelaksanaan program kemitraan dan bina lingkungan PT.Telkom Regional VII Makassar (3) mengetahui manfaat CSR terhadap masyarakat. Dengan metode penelitiannya adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara dengan orang-orang yang terlibat dalam aktivitas program CSR PT.Telkom Regional VII Makassar. Teknik pengumpulan data ini yang dilakukan dengan cara melalui data primer dan skunder. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam upaya peningkatan efektifitas pelaksanaan CSR PT.Telkom Regional VII Makassar, mengikuti instruksi pimpinan wilayah yang telah disesuaikan dengan pelaksanaan public relations dari pusat yaitu PT.Telkom Indonesia, Tbk yang berada di Jakarta serta dengan beberapa penyesuaian yang diperlukan berdasarkan wilayah kerja masing-masing dengan menggunakan media relations untuk menciptakan hubungan kekeluargaan antara *public relations* dengan wartawan dan institusi media massa. Gambaran pelaksanaan Program kemitraan dan bina Lingkungan PT.Telkom Regional VII Makassar meliputi program kemitraan dikhususkan untuk membantu menambah modal usaha pada UMK dan bukan memberikan modal awal, memberikan pembinaan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana, pembinaan efektifitas dan efisiensi keuangan dan manajemen usaha. Sedangkan untuk program bina lingkungan memberikan bantuan sosial kepada anggota CDC Telkom disekitar wilayah kerja Telkom Makassar.¹⁰

3. Peneliti yang bernama Lisa Lestari, Hairunnisa, Kheyene Molekandela Boer dengan jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Perusahaan PT.INHUTANI II Kabupaten Malinau Provinsi Kalimantan Utara” pada tahun 2016. Dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi program CSR perusahaan PT.INHUTANI II di Wilayah Kabupaten Malinau, Provinsi Kalimantan Utara dalam program Pemberdayaan Masyarakat

¹⁰ Salehuddin, Strategi Komunikasi Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Telkom Regional VII Makasar, Skripsi, (Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, 2017)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Desa Hutan (PMDH). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi program CSR yang berada di Perusahaan PT.INHUTANI II Kabupaten Malinau Provinsi Kalimantan Utara dilihat dari kelima unsur strategi komunikasi berdasarkan hasil penelitian dapat di kategorikan cukup baik hal ini bisa dilihat dari upaya dalam mengenal masyarakatnya dengan melakukan analisis *Needs Assesment* dengan mencari tau apa yang menjadi kebutuhan desa binaannya. Menyusun isi pesan dengan memberikan tema dan materi yang berhubungan dengan program yang diberikan. Metode menggunakan bahasan yang umum agar dapat di pahami dengan baik. Media yang digunakan yaitu media penunjang seperti media elektronik, media cetak dan komunikasi langsung. Efek yang ingin dicapai dari program ini tentunya masyarakat dapat terbantu dan perusahaan dalam merealisasikan kewajiban CSRnya.¹¹

4. Peneliti yang bernama Sitti Murniati Muhtar, Haffied Cangara, A.Alimuddin Unde dengan jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) oleh Humas PT.Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan” pada tahun 2013. Dengan tujuan penelitian untuk menggambarkan dan mengkaji tentang strategi komunikasi humas dalam pelaksanaan program *Corporate Sosial Respsibility* (CSR) pada PT.Semen Tonasa. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, karo Humas, karo PKBL, dan msasyarakat masing-masing 3 orang dari Kelurahan/Desa berbeda diwilayah Ring 1 PT.Semen Tonasa. Data hasil observasi disajikan dalam bentuk gambar (foto). Data hasil wawancara dianalisis dengan menelaah seluruh data, reduksi data, dan penyajian data. Dan hasil studi kepustakaan disajikan dalam bentuk kutipan-kutipan untuk memperkuat temuan penelitian. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas PT.Semen Tonasa pada pelaksanaan

¹¹ Lisa Lestari, Hairunnisa, Kheyene Molekandela Boer, Strategi Komunikasi Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Perusahaan PT.INHUTANI II Kabupaten Malinau Provinsi Kalimantan Utara, Jurnal Ilmiah, Ilmu Komunikasi, 2018)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program CSR semakin dikembangkan dengan bentuk transparansi dan partisipasi aktif masyarakat sekitar. Strategi Komunikasi Humas PT.Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, dua diantaranya adalah pengakuan pihak manajemen perusahaan tentang adanya pihak-pihak yang ingin mengambil bagian pada pelaksanaan/pengelolaan program CSR dan pengakuan pihak masyarakat yang terlibat pada program CSR tentang syarat dan kendala yang ditemui dalam pelaksanaan program CSR.¹²

5. Peneliti yang bernama Violina Ardian dengan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Semen Padang Dalam Upaya Pemberdayaan Anak Nagari Lubuk Kilangan” pada tahun 2017. Dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT.Semen Padang dalam upaya Pemberdayaan anak nagari sebagai program CSR yang digagasnya. Serta mengetahui hambatan atau kendala program CSR PT.Semen Padang terkait pemberdayaan anak nagari. Penelitian ini menggunakan model komunikasi multistep untuk membedah permasalahan dalam penelitian ini. Ada 3 komponen utama dalam model ini yaitu *sender* yang merupakan komunikator pengirim pesan. Pesan adalah program CSR yang dikemas, *channel* adalah media perantara, dimana channel pada model komunikasi multistep ini memiliki perpanjangan tangan sebagai pemimpin opini dan pembentuk opini yang meneruskan pesan kepada komunikan. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa biro CSR sebagai pelaksana dan berperan sebagai *sender* (komunikator pertama), kemudian merancang program-program CSR dan bekerja sama dengan forum nagari sebagai *community relations* nya sekaligus menjadi strategi komunikasi oleh biro CSR. Pada pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat belum maksimal, biro

¹² Sitti Murniati Muhtar, Haffied Cangara, A.Alimuddin Unde, Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Humas PT.Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, 2013)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CSR dan forum nagari mengalami hambatan antara lain kurangnya sosialisasi langsung maupun sosialisasi lewat media, rumitnya pengajuan proposal dari forum ke biro CSR, serta hubungan yang kurang harmonis antara anak nagari Lubuk Kilangan dengan perusahaan.¹³

6. Peneliti yang bernama Putri Dewi Ayu Prastika dengan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi PT.Pertamina RU II Dumai dan Peningkatan Penghasilan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi CSR PT.Pertamina *Refinery* Unit II Dumai dalam meningkatkan Penghasilan Masyarakat Tanjung Palas pada Program Budidaya Jamur Tiram Putih) pada tahun 2018. Dengan tujuan penelitian yaitu (1) mengetahui strategi komunikasi CSR PT.Pertamina RU II Dumai (2) hambatan komunikasi CSR PT.Pertamina RU II Dumai, (3) Peningkatan penghasilan masyarakat Tanjung Palas Dumai. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi, strategi komunikasi, *Corporate social responsibility* (CSR) dan penghasilan. metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan CSR PT.Pertamina RU II Dumai terdiri dari 5 yaitu Mengenal Khalayak, Menyusun Dan Menyampaikan Pesan, Pemilihan Media, Dan Komunikator. Hambatan komunikasi yang terjadi dari 2 yaitu hambatan Internal Dan Hambatan Eksternal. Program budidaya jamur tiram yang dilaksanakan oleh CSR PT.Pertamina RU II Dumai mampu meningkatkan penghasilan masyarakat Tanjung Palas Dumai.¹⁴

¹³ Violina Ardian, Strategi Komunikasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Semen Padang Dalam Upaya Pemberdayaan Anak Nagari Lubuk Kilangan, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas Padang, 2017)

¹⁴ Putri Dewi Ayu Prastika, Strategi Komunikasi PT.Pertamina RU II Dumai dan Peningkatan Penghasilan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi CSR PT.Pertamina *Refinery* Unit II Dumai dalam meningkatkan Penghasilan Masyarakat Tanjung Palas pada Program Budidaya Jamur Tiram Putih), Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara, 2018)

B. Kajian Teori

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) teori adalah pendapat yang dikemukakan sebagai gambaran suatu peristiwa atau (event).¹⁵ Teori menurut Richard West dan Lynn H. Turner adalah sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami suatu fenomena.¹⁶ Teori (theory) adalah sistem konsep abstrak yang mengidentifikasi adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut dan membantu kita memahami suatu fenomena.¹⁷ Kajian teoritis ini berisi teori-teori dengan tujuan memfasilitasi jawaban teoritis atas masalah. Studi teoritis ini merumuskan kerangka kerja yang memfasilitasi pelaksanaan penelitian.

Teori merupakan suatu upaya untuk menjelaskan gejala-gejala tertentu serta harus dapat diuji, suatu pernyataan yang tidak dapat menjelaskan dan memprediksi sesuatu bukan la teori, lebih jauh Bailey menyebutkan komponen-komponen dasar dari teori ialah konsep (*concept*) dan variabel (*variable*), variabel ialah konsep yang memiliki variasi nilai, sedangkan konsep yang mempunyai satu nilai disebut konstanta/constant¹⁸. Masyhuri dan Zainuddin berpendapat bahwa teori ialah suatu hipotesis atau simpulan sementara yang telah diuji kebenarannya, atau dapat diartikan sebagai unsur informasi atau pengetahuan ilmiah yang paling umum.¹⁹

Program TJSP didukung oleh berbagai teori dalam implementasi dan perkembangannya. Menurut teori akuntabilitas korporasi (*corporate accountability theory*) perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan, baik sengaja maupun tidak sengaja kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

¹⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1041.

¹⁶ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49.

¹⁷ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013) Hlm. 49

¹⁸ Suharsaputra U., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. (Bandung (ID): Refika Aditama, 2012).

¹⁹ Masyhuri, Zainuddin, M., *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*. (Bandung (Id). Refika Aditama, 2011).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Teori-teori lain yang juga menekankan akan pentingnya perusahaan peduli dan melaksanakan TJSP secara tepat, sungguh-sungguh, dan konsisten. Ada lima dasar teoritis yang memiliki perspektif yang sama dengan teori akuntabilitas korporasi. Teori tersebut antara lain: (1) Stakeholder Theory, teori ini berpendapat bahwa sukses dan matinya suatu perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan berbagai kepentingan stakeholders. Dari perspektif teoritis ini, masyarakat dan lingkungan adalah pemangku kepentingan utama perusahaan yang perlu diperhitungkan. (2) Teori perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terkait dalam suatu “*social contract*”. Teori kontrak sosial (*social contract*) menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat. Dalam hal ini masyarakat memberikan *costs* dan *benefits* untuk keberlanjutan suatu korporasi. Oleh karena itu, TJSP merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat sukarela. (3) Teori sustainabilitas korporasi, teori ini menyatakan bahwa korporasi akan bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan bila korporasi mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh. (4) *political economy*, menurut teori ini, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan tempat transaksi-transaksi ekonomi dilakukan. Laporan keuangan perusahaan merupakan dokumen sosial dan politik serta dokumen ekonomi. Hal ini mengisyaratkan bahwa perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan TJSP. (5) Teori keadilan, menyatakan bahwa sistem kapitalis pasar bebas laba/rugi sangat tergantung pada *the unequal rewards and privileges* yang terdapat dalam laba dan kompensasi.²⁰

²⁰Lako A.. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. (Surabaya (ID)). Erlangga. 20110



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengertian Pelaksanaan

Pelaksanaan program corporate social responsibility sendiri telah diatur dalam undang undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya undang-undang ini, maka setiap perusahaan berkewajiban untuk melaksanakan program corporate social responsibility (CSR).

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility di Indonesia juga menjadi perhatian yang serius bagi pemerintah. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility di Indonesia dahulu hanya menjadi bagian dari pelaksanaan GCG (Good Corporate Governance) yang berbentuk pedoman seperti yang dikemukakan dalam pedoman umum mengenai GCG yang dikeluarkan Komite Nasional Kebijakan Governance yang menyatakan:

“Pedoman ini tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, namun merupakan rujukan bagi dunia usaha dalam menerapkan GCG. Pedoman ini menjelaskan langkah-langkah yang perlu ditempuh untuk menciptakan situasi checks and balance, menegakkan transparansi dan akuntabilitas, serta merealisasikan tanggung jawab sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan. Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (sustainability) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (stakeholders)”.²¹

Agar program corporate social responsibility dapat berjalan dengan efektif, maka setiap perusahaan harus memahami prinsip-prinsip yang di berlakukan oleh divisi yang bertanggung jawab atas pelaksanaan corporate social responsibility. Prinsip tersebut yang terdiri dari:

- a. Sustainability Berkaitan pada efek pengambilan tindakan yang di ambil di masa sekarang telah mempunyai pilihan di masa depan. Perusahaan

²¹ Aras dan Crowther. *Corporate Social Responsibility*. (Ventus Publishing APS. ISBN 978-87-7681-415-1.2012), hlm 56.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan tindakan yang berkelanjutan terhadap apa yang di lakukan di masa sekarang dan melihat ke masa depan. Maka dari itu enting bagi perusahaan untuk memperhatikan tindakan yang berkelanjutan tersebut. Agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial yang tersusun baik secara tersurat maupun tersirat sehingga terjadi kesepakatan saling melindungi kepentingan masing-masing.

- b. **Accountability.** Prinsip ini berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang mempengaruhi lingkungan eksternal dan karena itu perusahaan berasumsi untuk bertanggungjawab pada tindakan yang di lakukan. Prinsip ini berdampak pada hitungan akibat dari setiap tindakan yang di ambil perusahaan baik secara internal maupun eksternal.
- c. **Transparency.** Prinsip ini berarti akibat internal dari tindakan organisasi dapat dipastikan dari laporan yang di buat organisasi dan fakta yang ada tidak disembunyikan dalam laporan tersebut. Dengan demikian semua akibat dari tindakan yang dilakukan oleh organisasi termasuk dampak internal seharusnya muncul secara nyata dan jelas kepada semua pihak melalui penggunaan media informasi yang di sediakan mekanisme pelaporan organisasi.²²

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin “*Communicatio*” yang artinya “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Istilah *communicatio* itu bersumber dari kata “*communis*” yang berarti “sama”. Yang dimaksud sama disini adalah “sama makna”. Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan makna. Kalau tidak dapat kesamaan makna antara satu sama lain maka komunikasi itu tidak akan berlangsung.²³

²² Suharto,Edi. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2009)

²³ Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya 2004), Hlm.09



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi yaitu suatu proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan memakai lambang-lambang yang bermakna sama bagi kedua pihak. Didalam keadaan tertentu, komunikasi ini memakai media tertentu untuk mencapai sasaran yang jauh tempatnya dan dengan jumlah yang banyak. Dalam situasi tertentu pula komunikasi yang ditujukan untuk merubah sikap (attitude), pendapat (opinion) atau tingkah laku (behavior) seseorang atau sejumlah orang, sehingga ada efek yang diharapkan.²⁴

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Tetapi studi Aristoteles hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Baru pada pertengahan abad ke-20 ketika didunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi, dan sebagainya maka para cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (knowledge) menjadi ilmu (science).

Diantara para ahli sosiologi, ahli psikologi, dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi adalah Carl I.Hovland yang namanya telah disinggung dimuka. Menurut Carl I.Hovland, Ilmu Komunikasi adalah : pencapaian yang secara sistematis untuk merumuskan secara asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.²⁵

Hovland mendefinisikan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap (*Public*

²⁴ Marlanny Rumimpunu, Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT.PLN (PERSERO) Wilayah Sulutenggo di Ranotana (Jurnal Ilmu Komunikasi Volume III No.1. 2014) Hlm.3-4

²⁵ Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004) Hlm.10



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Attitude) yang didalam kehidupan sosial dan kehidupan politik menggunakan peran yang sangat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses perubahan perilaku orang lain (*communication is the process to modify behavior of other individuals*)²⁶

Untuk memahami pengertian komunikasi itu sendiri, sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya , *The Structure and Funchion of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik itu adalah untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*²⁷

Paradigma Laswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari atas pertanyaan yang di ajukan, yakni :

- 1) Komunikator (*communicator, source, sender*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel, media*)
- 4) Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- 5) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan suatu efek tertentu.

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan skunder.

- 1) Proses Komunikasi Secara Primer

²⁶ Ibid, Hlm.10

²⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006), Hlm.119



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Proses komunikasi secara primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan memakai lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam suatu proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Lambang merupakan suatu yang di pakai untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang juga meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama.²⁸

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karna komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi yaitu media kedua yang sering dipakai didalam komunikasi.²⁹

c. Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi merupakan suatu potensi atau bakat yang dapat kita gunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat di manfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka. fungsi komunikasi klasik adalah :

- 1) Penyediaan informasi
- 2) Menghibur
- 3) Mendidik
- 4) Membentuk opini publik

²⁸ Deddy Mulyana, *Pengantar Ilmu komunikasi*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010) Hlm.92

²⁹ Ibid, Hlm.93



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

David K. Berlo seorang profesor komunikasi di Michigan State University, secara singkat menyebutkan bahwa komunikasi adalah alat interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga serta mengetahui keberadaan seseorang untuk menemukan keseimbangan dengan masyarakat sekitarnya.³⁰

Komunikasi jelas terkait erat dengan kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur hubungan interpersonal, baik itu para pebisnis, dokter, guru, pegawai negeri atau polisi, komunikasi yang baik dan santun akan berdampak langsung pada seseorang dalam masyarakat. Intinya adalah bahwa keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai tujuan mereka, termasuk karir dan mata pencaharian mereka, sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk berkomunikasi satu sama lain.

Goran Hdebro seorang profesor komunikasi berkebangsaan Swedia berhasil dengan bukunya komunikasi dan perubahan sosial di Negara Berkembang dalam mengembangkan penggunaan media komunikasi dalam dua belas fungsi yaitu³¹ :

- 1) Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
- 2) Mengajarkan keterampilan baru kepada masyarakat.
- 3) Bertindak sebagai pengganda pengetahuan dengan menyebarkan melalui media komunikasi.
- 4) Menciptakan efisiensi energi dan biaya terhadap untuk mobilitas seseorang melalui informasi yang didapat dari media, tanpa harus mengunjungi tempat-tempat informasi.
- 5) bangun aspirasi anda dengan informasi yang dibaca, didengar dan dilihat.

³⁰ Ibid, Hlm,93

³¹ Ibid, Hlm.40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) mendorong partisipasi dalam pengambilan keputusan tentang hal-hal yang menyangkut kepentingan umum.
- 7) Membantu masyarakat untuk menemukan nilai-nilai baru dan keselarasan dari situasi tertentu.
- 8) penguatan rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang menimbulkan rasa kepedulian terhadap nasib bangsa dan negara.
- 9) Meningkatkan aktivitas politik untuk membantu menentukan ketertiban umum
- 10) Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui pemersatu sikap terhadap penggulingan tirani
- 11) Menjadi sarana belajar dengan berbagai ide dan pengalaman dengan anggota masyarakat tanpa memandang lokasi atau jarak
- 12) Mendukung pelaksanaan program pembangunan ekonomi, sosial, dan keamanan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Pengertian strategi secara umum adalah suatu proses pendefinisian rencana manajemen puncak yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan strategi secara spesifik diartikan sebagai tindakan inkremental (selalu meningkat) dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkesinambungan yang dilakukan berdasarkan harapan pelanggan di masa yang akan datang. Dengan begitu strategi hampir selalu dimulai dengan apa yang bisa terjadi, bukan apa yang terjadi. Kecepatan inovasi dipasar buah dan perubahan perilaku konsumen membutuhkan keterampilan ini (*kompetensi inti*)³²

KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) mengatakan bahwa “strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya yang ada di negara untuk melaksanakan kebijakan tertentu perang dan damai, atau rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan suatu perkara.”³³

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik “*stratos*” yang berarti tentara dan kata “*agein*” yang berarti “memimpin”. jadi strateginya adalah memimpin tentara. Kemudian muncul kata “*strategos*” yang berarti pemimpin tentara pada tingkat tertinggi. Jadi strategi adalah konsep militer yang biasanya diartikan sebagai *The Art General*, atau sebagai desain yang paling cocok untuk menenangkan perang. Dengan melakukan sebuah strategi ada prinsip yang harus di camkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”³⁴

J.L.Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas.³⁵

Menurut pakar komunikasi Onong Unchjana Effendy, mengatakan bahwa “strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan

³² Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005) Hlm.49

³³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RU, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. (Jakarta : Balai Pustaka, 2005) 1092

³⁴ Prof H.Hafied Cangara, M.Sc Ph.D, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2013) Hlm.61

³⁵ Sandra Oliver, *Strategi Publik Relations*. (Jakarta : Erlangga, 2007) Hlm.2



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Syarif Kasim Riau

manajemen untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi menunjukkan taktik operasionalnya.³⁶

Sedangkan komunikasi berasal dari bahasa latin *communico* yang berarti membagi. Yang dimaksud disini adalah berbagi, yaitu berbagi ide, gagasan atau pemikiran antara satu orang dengan orang lain. *Communico* berakar dari *communis* yang artinya sama, arti yang sama disini adalah sama makna. Dalam komunikasi, hakikatnya terdapat kesamaan pengertian antara yang berkomunikasi, komunikasi tidak berlangsung.³⁷

Secara terminologis, para ahli komunikasi mendefinisikan komunikasi dari berbagai perspektif, yaitu perspektif filsafat, sosiologi, dan psikologis. Sementara itu Charles Choley mengatakan definisi komunikasi sebagai berikut : “komunikasi merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia dan mengembangkan semua lambang pikiran bersama-sama dengan sarana tertentu dan menyiarkannya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu.”³⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk tercapainya suatu tujuan. Untuk mencapai sebuah tujuan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi mempunyai fungsi yang berkaitan dengan kegiatan:

³⁶ Onong Unchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007) Hlm.32

³⁷ Shoelhi Mohammad, *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik, Sembioasa Rekatama*. (Media Bandung, 2004) Hlm.02

³⁸ Ibid, Hlm.03



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudahan dioperasionalkannya media massa.

Strategi komunikasi juga memiliki beberapa kriteria atau standar kualitas. Strategi komunikasi dimulai dengan:

- 1) Menegidentifikasi visi dan misi. Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.
- 2) Menentukan program dan kegiatan. Program dan kegiatan adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.
- 3) Menentukan tujuan dan hasil. Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.
- 4) Seleksi audiens yang menjadi sasaran. Perencanaan komunikasi menentukan katagori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
- 5) Mengembangkan pesan. Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi khusus, jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, penampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat, atau menunjukkan tindakan tertentu.
- 6) Identifikasi pembawa pesan. Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.
- 7) Mekanisme komunikasi/media. Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mudah diakses atau yang paling disukai audiens. *Scan* konteks dan persaingan. Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.³⁹

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

- 1) Memberitahu (*Announcing*). Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.
- 2) Memotivasi (*Motivating*). Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.
- 3) Mendidik (*Educating*). Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.
- 4) Menyebarkan informasi (*Informing*). Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.
- 5) Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*). Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.⁴⁰

³⁹ Alo, Liliweri.. *Komunikasi Antar Personal*. (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2011), 250.

⁴⁰ Ibidh,248



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam buku „Strategi Komunikasi“ menyatakan bahwa: Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan.⁴¹ Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

c. Fungsi Strategi Komunikasi

Sesuai dengan pengertian strategi komunikasi, strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication management*). Fungsinya yaitu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu juga strategi komunikasi berfungsi sebagai petunjuk bagaimana operasionalnya, secara praktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Rencana sangat bermanfaat bagi proses manajemen. Ada enam fungsi tambahan dari strategi atau perencanaan manajemen suatu organisasi yaitu :

- 1) Penerjemah kebijakan umum, kebijakan umum perusahaan ditetapkan oleh manajemen puncak dimana untuk melaksanakannya diperlukan suatu tahap penerjemahan agar lebih kongkrit.
- 2) Perkiraan yang bersifat ramalan, perencanaan berhubungan dengan perkiraan kemas depan harus diramalkan dengan analisis ilmiah serta didasarkan pada fakta dan data masa lalu dan masa sekarang.
- 3) Berfungsi ekonomi, oleh karena kemampuan sumber daya yang tersedia sangat terbatas, maka pengguna sumber daya itu

⁴¹ Anwar, Arifin., *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armico, 1998), 10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hendaknya direncanakan melalui perhitungan yang matang agar dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan.

- 4) Memastikan suatu kegiatan, agar pencapaian tujuan dapat dilaksanakan dengan baik oleh setiap orang dalam organisasi, perlu disusun rencana yang mengatur hak dan kewajiban, tugas dan tanggung jawab serta wewenang mereka dengan rencana yang jelas, mereka akan bekerja dengan penuh kepastian.
- 5) Alat koordinasi, koordinasi merupakan kegiatan penting dalam pelaksanaan fungsi manajemen dalam mencapai tujuan dari perusahaan. Agar pelaksanaan koordinasi dapat berjalan dengan lancar., maka salah satu alat yang dapat membantu kegiatan ini adalah rencana kerja.
- 6) Alat/sarana pengawasan, untuk mengetahui apakah sesuatu kegiatan yang telah dilakukan hasilnya memuaskan. Untuk mengukur nya berhasil atau tidaknya adalah dengan melakukan pengawasan dan pengendalian adalah rencana yang di buat sebelumnya.

4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian CSR

Corporrate dalam Bahasa Indonesia memiliki pengertian yaitu perusahaan, *Social* memiliki arti kehidupan dalam masyarakat atau segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan bermasyarakat, sedangkan *Responsibility* memiliki pengertian tanggung jawab. Pengertian *Corporate Social Responsibility* dalam kenyataanya tidak bisa diartikan per kata karena *Corporate Social Responsibility* adalah satu bagian yang memiliki istilah sendiri.

Dr.Hendrik Budi Untung mengatakan CSR merupakan suatu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi didalam pengembangan ekonomi yang *berkelanjutan* dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada



keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. “Hendrik Budi (2008:1)”

Komitmen perusahaan merupakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang disebut *Corporate Social Responsibility* dapat dilakukan dengan baik kedalam *perusahaan* (internal) maupun keluar perusahaan (eksternal). Kegiatan *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan yang terbuka, memiliki nilai-nilai yang menjunjung tinggi etika dan bertujuan selain untuk menjaga keberlanjutan perusahaan, bertujuan juga untuk mengembangkan masyarakat menjadi suatu masyarakat yang sejahtera.

Tanggung jawab sosial perusahaan mulai mengemuka dalam khasanah kepada masyarakat di dunia internasional. Tanggungjawab sosial perusahaan menjadi isu besar bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di manapun, termasuk di Indonesia. Pelaksanaan Tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia dipayungi oleh Undang-Undang No. 40 tahun 2007, Pasal 74 yaitu Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas. Peraturan mengenai prinsip-prinsip Tanggungjawab sosial perusahaan tertuang dalam Undang-Undang tersebut bahwa:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan SDA wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain UU Perseroan Terbatas tersebut, UU Republik Indonesia No 25 tahun 2007 juga menjadi landasan setiap perusahaan untuk melakukan program TJSP. Pasal 15 (b)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tentang Penanaman Modal pada UU RI No 25 Tahun 2007 tersebut menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan Tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan dua landasan hukum di atas, maka Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kewajiban bagi setiap perusahaan dimana terdapat sanksi hukum, jika perusahaan tidak menerapkannya.

Ada dua konteks politik ekonomi Indonesia dalam melihat peran BUMN kurun waktu 1998-2003, yaitu: (1) Kebijakan pemerintah melakukan penataan ulang (reformasi) BUMN yang ditandai dengan dua isu pokok, yakni restrukturisasi dan privatisasi. (2) Kebijakan pemerintah menjadikan usaha kecil sebagai tulang punggung ekonomi paska krisis. Dalam UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN, Bukan hanya dukungan pada keberadaan usaha kecil dan koperasi tetapi juga BUMN harus mendukung program-program sosial yang lain.

Program Bina Lingkungan (BL) yang menjadi dasar praktik tanggung jawab sosial BUMN, merupakan kebijakan sosial BUMN yang menyatu dengan dukungan terhadap usaha kecil dan koperasi yang disebut Program Kemitraan (PK). Kedua aspek tersebut, baik program BL maupun PK, terwadahi dalam suatu ketentuan hukum yang sama, yakni: Keputusan Menteri BUMN Nomor: KEP-236/MBU/2003 dan Nomor: PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), serta surat edaran Menteri BUMN Nomor: SE-33/MBU/2003 dan SEN-01/MBU.S/2009 yang merupakan petunjuk pelaksanaannya dari Keputusan Menteri tersebut. Dalam surat edaran ini dijelaskan pula bahwa masing-masing BUMN membentuk unit sendiri yang khusus untuk melaksanakan PKBL. Ada tiga persoalan dalam menerapkan program PKBL. Pertama, Kepmen-236/MBU/2003 menyangkut pembatasan terhadap lima obyek bantuan (pendidikan, kesehatan, sarana umum, sarana ibadah, dan bencana alam). Kedua,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terkait dengan manajemen program ditingkat BUMN yang masih bersifat *topdown* dan memerlukan persetujuan dari manajemen pusat bagi BUMN. Ketiga, menyangkut minimnya *blueprint* atau cetakbiru kebijakan. Tak jarang pelaksanaan tanggung jawab sosial BUMN hanya didasarkan pada keinginan baik dan dimensi etis, tetapi belum dirumuskan dalam suatu kebijakan tertulis oleh perusahaan BUMN.

Pelaksanaan program CSR dengan menggunakan empat indikator yaitu; (1) perencanaan program, (2) proses pelaksanaan program, (3) kompatibilitas program, (4) keberlanjutan program. Perencanaan program ialah kualitas keterlibatan seseorang dalam proses penyusunan rencana. Proses pelaksanaan program ialah tingkat keterlibatan seseorang dalam pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan. Kompatibilitas program ialah keterhubungan atau kesesuaian jenis program yang dijalankan dengan kebutuhan seseorang. Keberlanjutan program merupakan keberlanjutan program dari awal kegiatan sampai saat pengumpulan data dilakukan.⁴²

Perusahaan mulai dituntut untuk memiliki rasa tanggung jawab terhadap kelangsungan *sekelilingnya*. Tidak hanya lingkungan perusahaan beroperasi, namun juga di berbagai wilayah yang memang membutuhkan perhatian kita sebagai manusia yang memiliki rasa kemanusiaan. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikelola dan dikomunikasikan dengan baik untuk memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan juga meningkatkan reputasi perusahaan. CSR penting karena membangun ikatan emosional masyarakat dengan perusahaan, reputasi perusahaan lebih mudah terjaga ketika banyak pihak yang memiliki keterkaitan emosi yang positif dengan perusahaan.⁴³

⁴²Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si, *Komunikasi Csr Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. (Pekanbaru: Taman Karya, 2019), Hlm 26-27.

⁴³Farani, Silvia Rita & Widodo Aryanto, *Panduan Praktis PR*. (Jakarta: PT Eleks Media Komputindo, 2009) Hlm.34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut buku dengan pengarang Busyra Azheri dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* (Dari Voluntary menjadi Mandatory) bahwa CSR merupakan sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan suatu kewajiban yang didasari atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memerhatikan kepentingan para *stakeholder* dan lingkungan dimana perusahaan itu melakukan aktivitas yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.⁴⁴

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu komitmen dan tanggung jawab sektor swasta untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan dengan secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan *peningkatan* kualitas hidup karyawan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas.

b. Tujuan CSR

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial dan lingkungan komitmen perusahaan untuk membagikan sebagian dari keuntungan kepada masyarakat dalam bentuk perhatian berupa pembuatan program-program perusahaan dalam rangka memerhatikan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan dapat menambah pendapatan masyarakat, yang bertujuan untuk menciptakan *image* positif di dalam masyarakat, termasuk di dalamnya merupakan suatu investasi jangka panjang bagi Perusahaan sehingga diharapkan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan pendapatan dapat tercapai.

Tujuan *Corporate Social Responsibility* yang terdapat dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007

⁴⁴ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011) Hlm.24 & 28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor 106 yaitu untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Di dalam penjelasan Pasal 15 b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, tujuan *corporate social responsibility* yaitu untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.⁴⁵

Berdasarkan tujuan yang dapat diperoleh dari penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106 dan penjelasan Pasal 15 b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, nampak bahwa tujuan *corporate social responsibility* juga memiliki keterkaitan dengan tujuan negara yang di antaranya adalah memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pendapat lain dikemukakan oleh Gurvei Kavei, seorang doktor manajemen dari University of Manchester, Inggris. Menurut Garvei Kavei, dengan perusahaan menerapkan *corporate social responsibility*, maka perusahaan akan memperoleh berbagai keuntungan, di antaranya:

- 1) Mendatangkan laba dan kinerja finansial yang lebih kokoh.
- 2) Meningkatkan akuntabilitas dan penilaian (*asesment*) dari komunikasi investasi baik perbankan maupun para pemodal lainnya.
- 3) Mendorong komitmen dan loyalitas karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai.
- 4) Mengurangi kerentanan gejolak dengan masyarakat dan lembaga swadaya masyarakat.
- 5) Meningkatkan reputasi dan *corporate branding* perusahaan.

⁴⁵ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Corporate social responsibility merupakan usaha yang membawa dampak positif kepada perusahaan jangka panjang. Jangka panjang yang dimaksud adalah usaha dari suatu perusahaan akan lebih lestari atau berkesinambungan karena pekerjanya memperoleh kesejahteraan dan betah untuk bekerja pada perusahaan, sehingga proses produksi dapat menghasilkan mutu kualitas yang memuaskan. Pada sisi lain, lingkungan di sekitar perusahaan seperti masyarakat otomatis juga akan terjaga, yang pada akhirnya akan membawa dampak positif pada perusahaan seperti munculnya dukungan dari masyarakat kepada perusahaan dan pemberian nama baik dari masyarakat, sehingga keuntungan atau laba dari perusahaan akan tetap terjaga. Anggapan bahwa *corporate social responsibility* adalah beban bagi perusahaan tidaklah tepat, karena penerapan *corporate social responsibility* akan membawa dampak positif yang merupakan investasi jangka panjang perusahaan.⁴⁶

c. Manfaat CSR

Ada enam hal yang menguntungkan untuk sebuah perusahaan yang menerapkan *CSR*, yaitu:

- 1) *Increase sales and market share*, Kesadaran dan perhatian akan lingkungan hidup dan masalah-masalah sosial telah mengubah pola perilaku pembelian konsumen saat ini. Faktor-faktor *non-product* seperti kepedulian sosial perusahaan telah memicu masyarakat pembeli untuk lebih memilih merek yang perusahaannya berkomitmen dalam kegiatan sosial.
- 2) *Strengthened brand positioning*. Perusahaan ataupun merek yang mengkaitkan kegiatan operasinya dengan kegiatan sosial atau kegiatan amal dapat membentuk citra tersendiri bagi merek tersebut. Konsumen tidak saja mempertimbangkan aspek kegunaan praktis produk yang rasional dapat diperoleh tetapi lebih dari itu, konsumen telah mempertimbangkan aspek emosional dan psikologis dari sebuah *Brand*

⁴⁶ A.B. Susanto, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta : The Jakarta Consulting, 2010), 74.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Personality and Image. Selain itu, praktik pemasaran yang mengintegrasikan *socialcontent* memiliki dampak yang lebih positif terhadap pemilihan merek dalam proses pembelian konsumen. *Socialcontent* maksudnya ialah praktik pemasaran yang memiliki program untuk meningkatkan kesejahteraan umum dan kepedulian sosial.

- 3) *Enhanced corporate image* Perusahaan yang mengutamakan etika bisnis yang baik, kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi dan memfokuskan pada perkembangan masyarakat yang berkelanjutan (*Sustainability Community Development*) dalam setiap aktivitas perusahaan melebihi apa yang diharuskan secara legal dapat menciptakan citra perusahaan yang baik.
- 4) *Increase ability to attract, motivate, and retain employees* Cone/Roper melakukan penelitian yang membuktikan bahwa partisipasi perusahaan dalam kegiatan sosial memberi dampak positif terhadap karyawan, dan juga jajaran eksekutif.
- 5) *Decreased operating cost*. Beberapa fungsi bisnis perusahaan telah merasakan adanya pengurangan biaya dan peningkatan pendapatan dengan melakukan *Corporate Social Initiatives*. Secara sederhana, pengurangan biaya operasional memungkinkan untuk dilakukan oleh perusahaan apabila menerapkan 3R, yaitu *Reduce waste*, *Reuse materials*, dan *Recycle*, penghematan air dan listrik.
- 6) *Increased appeal to investors and financial analysts*. Berbagai bukti telah menyatakan bahwa perusahaan yang berkomitmen dalam CSR lebih diminati oleh investor. Mereka juga memperoleh kemudahan untuk memperoleh pendanaan dari lembaga-lembaga keuangan.⁴⁷

d. Bentuk- Bentuk CSR

Corporate Social Responsibility memiliki bentuk-bentuk diantaranya yang menjadi pondasi dasar yaitu : *Charity Principle* dan *Stewardship Principle*. *Charity Principle* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan bantuan sukarela kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan. Kegiatan ini biasanya

⁴⁷Kotler P. Lee N 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. New Jersey (US). John Wiley & Sons Inc.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam bentuk kegiatan karikatif. *Stewardship Principle* adalah tindakan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan setiap pihak yang dipengaruhi oleh keputusan maupun kebijakan perusahaan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan karena adanya kesadaran bahwa adanya ketergantungan perusahaan dengan masyarakat sekitar.⁴⁸

Kegiatan ini dilakukan dengan cara pendekatan *stakeholders*, sehingga mampu menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan setiap kelompok yang beraneka ragam didalam masyarakat. Dengan mendasarkan pada 2 (dua) pondasi *Corporate Social Responsibility* tersebut, dapat diketahui bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan terdapat dalam berbagai bentuk, tetapi dari keseluruhan tersebut, hanya ada 2 (dua) penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dominan atau yang paling menonjol, yaitu penerapan *Corporate Social Responsibility* dengan meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai kegiatan yang menyatu dengan inti bisnis (*core business/inline*) dan penerapan *Corporate Social Responsibility* yang meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai kegiatan diluar inti bisnis atau yang sering kita sebut sebagai *Charity*, Karikatif, *Philanthropy*.⁴⁹

Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari inti bisnis merupakan suatu kumpulan kebijakan, praktek, dan program yang secara komprehensi terintegrasi dalam operasi sehari-hari sehingga dampak *maupun* kepentingan sosial dan lingkungan menjadi pertimbangan didalam pengambilan keputusan. Untuk dapat mencakup seluruh kepentingan dari para *stakeholders* baik berupa karyawan, masyarakat maupun pemerintah, maka diperlukan analisis untuk mengetahui kepentingan-kepentingan apa saja yang dibutuhkan oleh

⁴⁸ Amin Widjaja, *Dasar Dasar Customer Relationship*. (Jakarta: Management. Harvarindo, 2008), 114.

⁴⁹ Lee, Nancy dan Philip Kotler. 2010. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc, 2010, 21.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para *stakeholders*. Pertimbangan maupun kebijakan yang diperoleh berdasarkan analisis dan pendekatan *stakeholders*, akan tepat sasaran dan dapat memuaskan *stakeholders*.⁵⁰

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk ini, dapat menguntungkan kedua belah pihak, karena selain *stakeholders* dapat tercukupi kepentingannya, perusahaanpun juga memperoleh keuntungan berupa penilaian positif masyarakat terhadap perusahaan yang berdampak pada kepercayaan yang diberikan masyarakat bagi perusahaan dan produk yang dihasilkan.⁵¹ Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di luar inti bisnis, memiliki banyak bentuk antara lain :

- 1) *Corporate Philanthropy* yaitu pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal / kedermawanan (*charity*) yang dapat berupa hibah tunai, atau dalam bentuk barang. Konsep ini merupakan konsep yang paling tua diantara konsep-konsep yang lain dan berkembang kearah pemberdayaan masyarakat yang lebih dikenal dengan *Community Development*, contohnya, pengembangan kerjasama, memberikan ketrampilan, pembukaan akses pasar dan sebagainya.
- 2) *Cause Promotions* yaitu pengalokasian dana atau bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain oleh perusahaan untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial atau dalam rangka rekrutmen sukarelawan. Contohnya, *The Body Shop* mempromosikan larangan penggunaan hewan untuk uji coba produk kosmetik.
- 3) *Corporate Social Marketing* yaitu upaya perusahaan dalam memberi dukungan pada pembangunan dan/atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap dan perilaku dalam

⁵⁰ Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*, (Jakarta: PT. Riau Andalan Pulp and Paper, 2008), 47.

⁵¹ A, Busyra, dan Isya W, 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*, (Malang: In-TRANS Institut, 2008), 70.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rangka memperbaiki kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan dan lain-lain.

- 4) *Social Responsible Business Practice* yaitu pengapdosian dan pelaksanaan praktek-praktek bisnis dan investasi yang memberikan dukungan pada permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan untuk melindungi lingkungan.⁵²

e. Pilar Aktivitas CSR

Menurut Price of Wales Intenational Business Forum, ada lima pilar aktivitas CSR yaitu sebagai berikut :

- 1) *Building Human Capital* : kalau internal, perusahaan itu untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan eksternal, perusahaan di tuntutan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat.
- 2) *Strengthening economies* : perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas dilingkungannya miskin, perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.
- 3) *Assesing Social Chesion* : upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.
- 4) *Encouraging Good Governence* : Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada *Good Corporate Goverment* (GCG)
- 5) *Protecting The Environment* : Perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.⁵³

Kelima pilar aktivitas tersebut menunjukkan bahwa CSR jauh lebih luas cakupannya dibandingkan *community development*. Perbedaannya yang paling mendasar itu adalah terlihat dari ruang lingkup CSR yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungannya. Program yang dijalankan pun tidak bersifat jangka pendek (*short term*) dan sekedar membagi-bagi kedermawanan, tetapi bersifat berkelanjutan (*sustainable*). Monitoring serta evaluasi program

⁵² Lee, Nancy dan Philip Kotler. 2010. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc, 2010, 23-24.

⁵³ Ibid. Hlm.28-29



program dibutuhkan agar kegiatan berlangsung tepat sasaran, bahkan laporan (*reporting*) sebagai cerminan *output* dijadikan sebagai umpan balik (*feedback*). Hal inilah yang menjadi ciri khas CSR meskipun bersifat sukarela.

Tanggung jawab sosial perusahaan CSR, kini telah menjadi prioritas utama para pemimpin di sebuah perusahaan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Hal ini karena CSR telah menjadi perhatian dari kalangan pemerintah, aktivis, media, pemimpin masyarakat, karyawan perusahaan hingga para akademisi. Fenomena ini menandakan bahwa CSR ialah bagian penting didalam aktivitas perusahaan disuatu wilayah tertentu.

Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus berdasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

5. Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan adalah suatu pembelajaran, pengetahuan, keterampilan serta kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi melalui pengajaran, pelatihan maupun penelitian.

Di bidang pendidikan peneliti melihat kontribusi perusahaan ialah :

- a. Bantuan dana pendidikan untuk mahasiswa/ mahasiswi terpilih se-Kabupaten Siak. Perusahaan memiliki komitmen terhadap kemajuan sumber daya manusia, untuk memilih mahasiswa mahasiswi yang akan diberi bantuan pendidikan dilihat dari hasil kemajuan mahasiswa mahasiswi itu sendiri dan juga tempat dimana mereka kuliah.
- b. OJT : On The Job Training untuk pelajar/mahasiswa/i se Provinsi Riau di pabrik PT.IKPP Perawang. Training ini dilaksanakan secara teratur dan bergantian oleh perusahaan terhadap pelajar/mahasiswa/i yang tertarik terhadap kemajuan yang telah dicapai oleh perusahaan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Try Out untuk siswa/i SMU se-Kabupaten Siak. Perusahaan setiap tahun nya mengadakan try out untuk siswa/i bekerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan yang juga mempunyai komitmen terhadap peningkatan sumber daya manusia di Kabupaten Siak, dimana di harapkan siswa/i tersebut nantinya dapat diterima di perguruan tinggi negeri ternama di Indonesia.
- d. Bus sekolah untuk masyarakat. Dalam rangka memudahkan dan membantu transportasi siswa/i disekitar perusahaan, perusahaan menyediakan transportasi bus sekolah secara gratis.
- e. Bantuan untuk pengembangan fasilitas sekolah. Perusahaan komitmen membantu pengembangan fasilitas sekolah baik sekolah negeri maupun sekolah swasta yang berada di lingkaran perusahaan. Bantuan yang telah dilakukan seperti : membangun gedung sekolah dll.
- f. Bantuan untuk pengembangan sarana-prasarana belajar, seperti : Bantuan buku, Peralatan olahraga, Dll.
- g. Pengembangan dan operasional Rumah Pintar Abdul Wahid seperti: Sentra Buku, Sentra Kriya, Sentra Multimedia, Sentra Permainan, Sentra Pengembangan Tenun Siak. Rumah pintar itu sudah banyak melakukan kegiatan disana untuk melakukan pelatihan berbagai macam pelatihan misalnya pelatihan membuat kue dengan bahan-bahan dasar alami. Dan melakukan pelatihan membatik yang di ikuti oleh peserta dari kecamatan Tualang.dengan tujuan peserta nantinya dapat mengembangkan motif-motif batik, hingga lahirnya para pengrajin batik yang bisa meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya.
- h. Bimbingan belajar persiapan masuk perguruan tinggi negeri.

6. Teori S-O-R

Teori S-O-R, (S-O-R theory) yang dikemukakan oleh Hovland, et.al (1953) beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengertian dan penerimaan. teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus-organism-response. teori ini berasal dari psikologi. objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam model ini adalah pertama stimulus (S), kedua organism (O) dan ketiga, respons (R). stimulus adalah rangsangan atau dorongan, sehingga unsur stimulus dalam teori ini merupakan perangsang berupa message (isi pernyataan). organism adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau dalam istilah komunikasi. sehingga unsur organism dalam teori ini adalah receiver (penerima pesan). sedangkan respons yang dimaksud sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini unsur respons adalah efek (pengaruh).⁵⁴

Asumsi dasar dari model ini adalah: media menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. stimulus respons theory atau S-R theory. model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif misal jika orang tersenyum akan dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu hypodermic needle atau teori jarum suntik. asumsi teori ini pun jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung. dapat cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikasi. artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.⁵⁵

⁵⁴ A. M. Hoeta Soehoet, *Teori Komunikasi*, Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, (Jakarta : 2002),27.

⁵⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi, Teori Paradigma dan Kursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* cet ke-2,(Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2007),7.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan yaitu teori S-O-R (Stimulus – Organism – Respon). Pada tahun 1930, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapatkan pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R ini yang berupa objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen :

- a. Sikap
- b. Opini
- c. Prilaku
- d. Kognisi
- e. Efeksi
- f. Konasi

Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan ialah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan, asumsi dasar dari model ini yaitu media massa yang menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikan. Unsur-unsur dalam model ini yaitu :

- a. Pesan (stimulus, S)
- b. Komunikan (organism, O)
- c. Efek (respon, R)

Teori S-O-R adalah teori komunikasi sebagai singkatan dari stimulus- organism- respon. Menurut teori ini, media masa mempunyai pengaruh yang besar terhadap penerima pesan, teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya mencakup dua komponen yaitu, media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Namun respon sesungguhnya juga di modifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menanggapi nya dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R.

Proses komunikasi dalam penelitian ini didasarkan pada teori S-O-R yaitu Stimulus- Organism- Response. Karena subjek penelitian ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

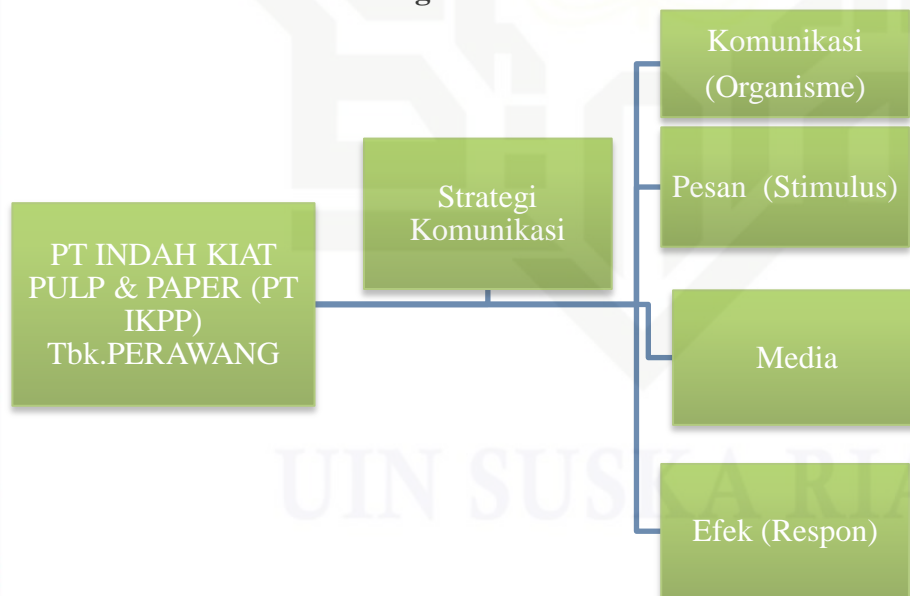
adalah orang yang jiwanya terdiri komponen sikap,opini, prilaku, kognisi, efeksi dan konasi. Menurut teori stimulus-respon ini dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “HOW” dan “WHY” perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Stimulus atau pesan yang akan disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau bisa jadi ditolak. Komunikasi akan berlangsung apabila ada perhatian dari komunikan. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

C. Kerangka Berpikir

Untuk mengarahkan penelitian ini secara terarah, perlu menggunakan kerangka pikir yang digunakan untuk menjelaskan konsep teoritis. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada bagaimana strategi komunikasi CSR IKPP Tbk.Perawang melalui program didalam bidang pendidikan.

Gambar II.1
Kerangka Penelitian





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Konsep Operasional

Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus-organism-response. teori ini berasal dari psikologi. objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen, yaitu:⁵⁶

1. Stimulus : rangsangan yang akan diberikan oleh PT.IKPP tbk.Perawang dalam pelaksanaan CSR (Corporate Social Responsibility), seperti tawaran dari perusahaan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan yang diharapkan masyarakat dapat menerima dan ikut dalam kegiatan CSR tersebut yang merupakan rangsangan untuk ikut didalam kegiatan yang sudah dibuat dalam program CSR.
2. Organisme : merupakan suatu organisasi yang mana dalam kegiatan CSR adalah kelompok masyarakat dalam suatu wilayah kerja perusahaan atau masyarakat yang menerima Bantuan CSR dari PT.IKPP tbk.Perawang.
3. Response : efek yang ditimbulkan melalui hubungan komunikasi antara Humas PT IKPP dengan masyarakat penerima bantuan CSR, dengan bentuk menerima bantuan dan mendukung atau malah menolak bantuan tersebut.

⁵⁶ A. M. Hoeta Soehoet, *Teori Komunikasi*, Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, (Jakarta : 2002),27.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut Nasution, Metode Penelitian Deskriptif adalah merupakan suatu metode yang banyak dipergunakan dan di kembangkan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial, karena memang kebanyakan penelitian sosial adalah bersifat deskriptif.⁵⁷

Penelitian ini menggunakan kualitatif, yang dimana penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Nazir, ialah sebuah metode yang digunakan sebagai penelitian status kelompok manusia, sebuah objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran dan suatu peristiwa pada masa sekarang. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif tidak hanya untuk menguji hipotesis tertentu, yang dimana hanya menggambarkan “apa adanya” dari suatu variabel, gejala atau keadaan.⁵⁸

Metode penelitian ini muncul karena terjadinya perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas/fenomena /gejala. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, dan penuh dengan makna.⁵⁹

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Perawang beralamatkan di Jl. Raya Minas-Perawang KM.26, Pinang Sebatang, Tualang, Kabupaten Siak, Riau 28685. No. Telp (+6276191088) or (+6278191030). Dengan E-mail: ikperawang@app.co.id. Sementara waktu penelitiannya dimulai dari Juni sampai selesai.

⁵⁷ Soejono, S.H.M.H & H. Abdurrahman, S.H.M.H, *Metode Penelitian*, (Jakarta, PT Rineka Cipta dan PT Bina Adiaksara, 2005) Hlm. 19

⁵⁸ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta : AR-RUZZ MEDIA, 2016), Hlm, 186

⁵⁹ Prof. Dr. Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2014) Hlm. 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Adapun yang menjadi data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari suatu objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Dalam penelitian ini data primer yang diambil adalah wawancara dan juga observasi.⁶⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh berupa data yang sudah terjadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi diberbagai tempat atau informasi yang dipublikasikan dalam berbagai informasi, foto kliping dan lain-lain⁶¹.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih secara selektif, yaitu dengan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasakan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.

Teknik ini sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas responden. Kriteria informan adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung pada sosialisasi kebijakan subsidi listrik tepat sasaran dan dipercaya.⁶²informan kunci penelitian ini adalah Murseno sebagai informan kunci di bagian Bidang Pendidikan, Syaiful Yusri sebagai informan tambahan di bagian Job Training dan Magang, serta Ibu Erna sebagai informan tambahan yang bertugas di bagian turun lapangan mendampingi bapak murseno kelapangan.

⁶⁰ Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian Public Relations & Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo. Persada, 2006) Hlm.,29

⁶¹ Ibid.Hlm 30

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta,2009)Hlm 35



E. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi ialah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung yang berguna untuk melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Berdasarkan pelaksanaan, observasi dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu observasi partisipasi dan non partisipasi.⁶³

Teknik observasi dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kunjungan dan mengamati dan terjun langsung ke lapangan pada obyek yang diteliti, yakni. Mengumpulkan data, mencatat semua yang berkaitan dengan suatu obyek penelitian. Mengaitkan dua hal yakni informasi (apa yang terjadi) dan konteks (hal-hal yang berkaitan disekitarnya).

Dengan adanya teknik ini, peneliti berupaya menggali informasi yang berguna untuk menambah kevaliditasan data yang dihasilkan.

Dalam hal ini, peneliti juga berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung dari berbagai hak atau sebuah kondisi yang ada dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.⁶⁴

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ini ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam pada penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri

⁶³ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Publik Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama, (Bandung: Media,2010) Hlm.138

⁶⁴ Prof.DR.Lexy J.Moleong, M.A, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012) Hlm.186

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.⁶⁵

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai hal-hal dan variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan lainnya.⁶⁶

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian tersebut, meliputi buku-buku yang relevan penelitian. Dokumen ialah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen itu sendiri bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya seni, yang dapat berupa gambar, patung dan film.⁶⁷

F. Validasi Data

Keabsahan data membuktikan bahwa apa yang diamati peneliti sesuai dengan kenyataan. Keabsahan data ini disebut juga dengan keabsahan data agar instrument dan alat ukur yang digunakan akurat dan reliabel. Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang menguji kebenaran suatu data yang lainnya.

Informasi ataupun data yang didapat dari subjek penelitian akan di *cross check* dengan data yang lain ataupun dokumen-dokumen yang berkaitan agar tercapai data yang valid.⁶⁸

Menurut Moelong, Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk perbandingan, yaitu

⁶⁵ Prof.Dr.Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung, Alfabeta, 2012) Hlm.72

⁶⁶ Suharsimi Arikunta, *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Bina Usaha, 2005), Hlm.62

⁶⁷ Ibid

⁶⁸ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014) Hlm.72



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dengan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori dalam penelitian secara kualitatif.

Teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada didalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan juga hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan check dan rechack temunya dengan cara membandingkan.⁶⁹

Adapun macam-macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang bermanfaat bagi pengguna :

1. Sumber

Menurut Moleong, Triangulasi sumber yaitu keabsahan data yang memanfaatkan suatu objek yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.

2. Metode

Metode adalah mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Peneliti

Triangulasi ini memakai lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara, karena setiap peneliti memiliki gaya, sikap dan presepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena yang sama.

4. Teori

Triangulasi ini menggunakan dua atau lebih teori untuk dimusnahkan dan digabungkan. peneliti menggunakan data empiris untuk keabsahan data ini. Untuk menjaga data dan untuk meningkatkan keabsahan data ini. Peneliti menggunakan pengumpulan data yang akan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi.

⁶⁹ J.Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Rosda Karya, 2004) Hlm.330



Dalam penelitian ini penulis menggunakan Triangulasi data sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara informasi yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat diperoleh data yang akurat.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahannya, sehingga dapat dimengerti dan semuanya bisa diinformasikan kepada orang lain.⁷⁰

Teknik analisis data ini bertujuan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Setelah mengumpulkan data dari lapangan dan menorganisasikannya secara sistematis, langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut.⁷¹

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah berikut :

1. Klarifikasi data, adalah pengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data, proses pemilihan data, perhatian pada penyerdehanaan, mencari kembali data yang kurang serta mengkesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, adalah menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik pembahasan,
4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan, adalah kegiatan dari analisa data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi ialah menemukan makna data yang telah disajikan.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengelolaan data, maka analisis data yang dilakukan didalam pembahasan penelitian ini yaitu pengelolaan data deskriptif kualitatif adalah data yang dikumpulkan

⁷⁰ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, hal 88

⁷¹ Suharsim dan Ari Kunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik hal 59

berupa kata-kata, gambar, kalimat, kemudian data tersebut dianalisis dan memperoleh kesimpulan. Teknik ini menjelaskan dengan kalimat dan kemudian dianalisa dengan menggunakan asumsi dan kerangka pikir sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya PT. Indah Kiat *Pulp and Paper* Tbk Perawang

Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang merupakan perusahaan Swasta Nasional yang bergerak dalam bidang industri Pulp & Paper dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper 2014)

PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang pertama kali dipelopori oleh Soetopo Jananto (Yap Sui Kie) yang pada saat itu beliau memimpin Berkat Group ditahun 1975. Berkat Group yang memiliki banyak anak angkat tersebut memulai kerjasama dengan perusahaan Chung Hwa Pulp Corporation, Taiwan & Yuen Foong Yu Paper Manufacturing, Taiwan, untuk kemudian melakukan survei pertama studi kelayakan usaha dengan lokasi pendirian berbagai macam abrik yaitu :

1. Pabrik Kertas di Serpong, Tangerang-Jawa Barat.
2. Pabrik Pulp di Jawa Tengah, Jambi dan Riau serta tujuh daerah lainnya di Indonesia.

Pada tahun 1976, diurus perizinan pembebasan tanah, izin penanaman modal dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) dengan izin Presiden pada tanggal 11 April 1976 (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Pada tanggal 7 Desember 1976 perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk Perawang kini telah resmi berdiri dengan notaris Ridwan Soesilo, S.H. Permohonan pendirian pabrik dilakukan dengan status PMA, dimaksudkan untuk mendatangkan tenaga asing, karena tenaga lokal belum menguasai tentang pembuatan kertas, disamping memberikan perangsang agar investor asing mau masuk ke Indonesia (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Perencanaan pabrik dan studi kelayakan dilanjutkan pada tahun 1977 untuk menentukan proses, teknologi dan kapasitas produksi. Setelah itu, dilakukan pembangunan pabrik kertas budaya (*Wood free printing &*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

writingpaper) fase I dengan memasang dua line mesin kertas yang masing-masing berkapasitas 50 ton per hari. Pabrik ini berlokasi di Jl. Raya Serpong, Tangerang-Jawa Barat di tepi sungai Cisadane (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp&Paper: 2014).

Setahun kemudian dilakukan produksi percobaan pada pabrik tersebut dengan hasil cukup memuaskan. Tanggal 01 Juni 1979 dilakukan produksi komersil, sekaligus diadakan hari peresmian lahirnya PT. Indah Kiat Pulp & Paper-Tangerang. Adapun tanggal itu dipilih, karena bertepatan dengan tanggal kelahiran Bapak Soetopo, disamping pembuatan logo dan motto : “Turut membangun negara, mencerdaskan bangsa dan melestarikan lingkungan”. Kemudian tahun berikutnya dilakukan *survey* ke II di Provinsi Jambi dan Riau sebanyak sepuluh kali, menghasilkan Pabrik Kertas Tangerang fase II dengan memasang mesin kertas line ke-3 yang berkapasitas 50 ton per hari (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Akhirnya setelah mempertimbangkan data studi kelayakan lokasi tahun 1975. Khususnya lokasi pabrik yang sesuai dengan sumber bahan baku, pengangkutan dan lain sebagainya, maka studi lanjutan dilakukan di desa Pinang Sebatang dan Perawang, Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau dan pada tanggal 05 September 1981, dilakukan pembebasan tanah dan perizinan (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Tahun 1982 dilakukan pembukaan lahan dan perataan hutan. Hak Pengusahaan Hutan yang dimiliki PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang meliputi pemungutan dan penebangan, pemeliharaan dan perlindungan serta penjualan hasil :

1. HPH (Hak Penebangan Hutan), pembalakan (*Logging*) adalah hak pengusahaan hutan dengan tujuan pemanfaatan kayu (Log) untuk di jual dengan prinsip dan azas lestari yang berkesinambungan.
2. HPH (Hutan Tanaman Industri) adalah hak pengelolaan hutan yang tidak produktif menjadi hutan produktif dengan cara penanaman hutan buatan dari jenis yang mempunyai nilai ekonomi tinggi.



Izin pemanfaatan kayu adalah hak untuk pemanfaatan kayu dari suatu wilayah hutan yang akan di konversikan menjadi bentuk lain dalam waktu maksimum 1 tahun (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Sementara itu pengoperasian mesin kertas line 3 di pabrik kertas Tangerang dilakukan disamping persiapan lokasi pabrik Pulp di desa Pinang Kabupaten Siak Sri Indrapura, Provinsi Riau. Setahun kemudian pembangunan fisik pabrik *fase* I dimulai di Provinsi Riau. Secara bersamaan dibangun pula fasilitas bongkar muat berupa pelabuhan khusus yang dapat disandari oleh Kapal Samudera dengan bobot mati lebih dari 6000 ton, yang berjarak lebih kurang 1.5 km dari lokasi pabrik di tepi Sungai Siak (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Produksi percobaan pabrik Pulp dilakukan ditandai dengan peresmian pabrik oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Soeharto, pada tanggal 24 Mei 1984. Saat itu kapasitas pabrik pulp sulfat yang di kelantang (*Bleached Kraft Pulp*) adalah 75000 per tahun, sehingga kebutuhan pulp untuk pabrik kertas di Tangerang tidak perlu diimport lagi, melainkan dipenuhi oleh pasokan Pulp dari Provinsi Riau. Pabrik ini merupakan pabrik Pulp Sulfat Kelantang berbahan baku kayu pertama di Indonesia. Pada tahun ini juga dimulai pembangunan Hutan Tanaman Industri (HTI) tahap II (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Pada tahun ini PT. Indah Kiat Pulp & Paper sempat mengalami kerugiann disebabkan pengaruh resesi dunia, produksi kualitas masih belum stabil, disamping adanya pengganti-alihan pimpinan dari Bapak Soetopo Jananto kepada Bapak Boediono Jananto, putera pertama beliau. Pada tahun 1986, hak kepemilikan Indah Kiat dibeli oleh ‘‘SINAR MAS GROUP’’ yang dipimpin oleh Bpk Eka Cipta Wijaya, dengan pembagian saham yaitu :

1. PT. Satria Perkasa Agung : 67%.
2. Chung Hwa Pulp Corp : 23%.
3. Yuen Fong Paper Manufacturing : 10 %

Setahun kemudian merupakan masa transisi dari Bapak Boedianto Jananto kepada Bapak Teguh Ganda Wijaya, putera dari Bapak Eka Cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wijaya. Pada tahun ini pula produksi Pulp 300 ton per hari tercapai setelah dilakukan modifikasi fasilitas produksi.

Pembangunan *fase* I pabrik kertas Perawang dimulai tahun 1988 dengan memasang satu line mesin kertas budaya (*wood free printing & writing paper*) yang berkapasitas 150 ton per hari. Adanya pabrik kertas ini menjadikan pabrik kertas Perawang sebagai pabrik Pulp dan Kertas terpadu (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Tahun 1989 dilakukan pembangunan pabrik Pulp *fase* II di Perawang dengan kapasitas 500 ton per hari. Produksi komersil pabrik kertas I ditandai dengan peresmian oleh Presiden Republik Indonesia Bpk. Soeharto bertempat di Lokseumawe-Aceh. Kemudian tahun 1990, pembangunan pabrik kertas *fase* II di Pinang Sebatang dimulai dengan pemasangan mesin kertas berkapasitas 500 ton per hari yang merupakan salah satu mesin kertas budaya terbesar di Asia. Produksi percobaan pabrik Pulp *fase* II dilakukan. Perseroan melakukan penjualan saham kepada masyarakat serta koperasi-koperasi dengan pembagian saham :

1. PT. Puri Nusa Eka Persada : 58.23%
2. Cung Hwa Pulp Corp : 19.99%
3. Yuen Fong Yu Paper Manufacturing : 8.69%
4. Masyarakat : 13,09%

Produksi komersial pabrik kertas *fase* II dan pabrik Pulp *fase* II dilakukan tahun 1991 yang ditandai dengan peresmian oleh Presiden Republik Indonesia Bpk. Soeharto di Cikampek Jawa Barat. Sehingga, PT. Indah Kiat Pulp and Paper Corporation merupakan salah satu produsen pulp dan kertas Indonesia yang masuk dalam jajaran 150 besar dunia, dilanjutkan penjualan saham tahap II kepada masyarakat dan 22 koperasi dilakukan dengan pembagian saham yaitu :

1. PT. Puri Nusa Eka Persada : 54.39%
2. Cung Hwa Pulp Corporation : 19.99%
3. Yuen Fong Yu Paper Manufacturing : 8.69%
4. Masyarakat : 16.93%



Dan proses persiapan pelaksanaan program bapak angkat-anak angkat dilakukan, yaitu merupakan program keterkaitan industri besar dengan industri kecil oleh departemen perindustrian dan pemda Dati I Riau (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Tahun 1992 dimulai persiapan pembangunan *fase II* pabrik pulp. Penguatan anak angkat dilakukan menyangkut industri kerajinan kulit, industri sepatu kulit, kerajinan batik, konveksi pakaian, pengecoran logam, tenun tradisional Siak, cap logam dan lain-lain. Dan setahun kemudian dilakukan pembangunan *fase II* pabrik pulp dimulai (pulp 8) dengan kapasitas 1300 ton perhari dimana uji coba produksi dilakukan pada akhir tahun. Disamping itu PT. Indah Kiat juga turut membantu pemerintah dengan menerima karyawan magang asal timor-timor sebanyak 20 orang berdasarkan Program Department Tenaga Kerja (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper : 2014).

Tahun 1994 pabrik pulp *fase III* beroperasi secara komersial, bergabung bersama-sama pabrik pulp I & II untuk menghasilkan pulp yang bermutu tinggi sehingga kapasitasnya dapat ditingkatkan dari 800 ton menjadi 1200 ton perhari. Kemudian pembangunan pabrik pulp fase IV dilakukan pada tahun berikutnya dengan kapasitas 1600 ton per hari, dimana uji coba operasi dijadwalkan pada akhir tahun.

Tahun 1997 PT. Indah Kiat Pulp & Paper mendapatkan lagi penghargaan *Zero Accident* (Nihil Kecelakaan) dari Presiden RI, serta mendapat sertifikat ISO 14001. Saat itu perusahaan menerima 5 orang tenaga kerja asal timortimor.

Pada tahun 1998 pembangunan pabrik kertas III dengan kapasitas 1300 ton per hari dicapai dan dimulai pembangunan gedung *Training Centre* dengan biaya senilai 2 Milyar (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah salah satu badan hukum swasta nasional yang dipercaya pemerintah untuk mengusahakan hutan dan Industri hasil hutan dalam bentuk HPH Group :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. PT. Arara Abadi, luas konsesi +/- 265.000 Ha.
2. PT. Wira Karya Sakti luas konsesi +/- 220.000 Ha.
3. PT Mapala Rabda, luas konsesi +/- 155.000 Ha.
4. PT. Dexter Timber Perkasa Indonesia, luas konsesi +/- 51.000 Ha.
5. PT. Murini Timber luas konsesi +/- 116.000 Ha.

B. Visi & Misi Perusahaan

Visi dari PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah menjadi perusahaan kertas yang berstandar internasional dengan kualitas kertas yang sangat baik dan bisa bersaing dengan perusahaan kertas lainnya baik dari tingkat domestik maupun internasional.

Sedangkan misi dari PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah bekerja dengan integritas dan komitmen kepada pelanggan, karyawan dan para pemegang saham dalam waktu yang bersamaan dan memantapkan perhatian kepada pengawasan terhadap kualitas dan performa serta prima dari produk kertas industri PT. Indah Kiat Pulp & Paper (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper :2014).

C. Tujuan Perusahaan

Tujuan yang dimiliki oleh PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang adalah menghasilkan pulp dan produk kertas dengan kualitas sesuai persyaratan secara konsisten, menghasilkan produk-produk dengan harga yang wajar dan bersaing, pengiriman dan pelayanan yang tepat waktu Paper (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

D. Letak Geografis Perusahaan

Pada tahun 1977, dipilih lokasi untuk pabrik I di KM 8 Jln. Raya Serpong Desa Pakulonan, Kecamatan Serpong, Kabupaten Tangerang, Jawa Barat karena lokasi berada dekat dengan sungai Cisadane (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Tahun 1980, setelah diadakannya survei lokasi-lokasi mana saja yang dapat menyediakan bahan baku utama yang cukup untuk produksi pulp,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti di Irian Jaya, Riau. Maka dipilihlah Riau sebagai lokasi pabrik kertas ke II dengan lokasi tempatnya berada di Jalan Raja Minas Perawang Km 26, Desa Pinang Sebatang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak Sri Indrapura, Propinsi Riau. Dipilihnya Riau sebagai tempat pendirian pabrik Pulp & Paper karena :

1. Lokasi tersebut dekat dengan bahan baku yang tersedia (raw oriented).
2. Dekat dengan sumber air yaitu Sungai Siak yang memiliki debit aliran tinggi.
3. Lokasi strategis, yaitu sekitar 60 Km dari ibukota propinsi Pekanbaru dan jaraknya yang cukup dekat dengan Singapura sehingga transit barang (produk dan bahan kimia) menjadi mudah.
4. Sistem transportasi sudah memadai dengan adanya jalan yang menghubungkan antara Perawang dan Pekanbaru (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Dengan adanya penentuan lokasi perusahaan/pabrik yang tepat atau baik ini akan dapat menentukan:

1. Kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dengan memuaskan
2. Mendapatkan bahan-bahan mentah yang cukup dan kontiniu dengan harga yang layak.
3. Mendapatkan tenaga kerja yang cukup

E. Struktur Organisasi

Penerapan strategi yang sukses banyak tergantung kepada struktur organisasi perusahaan, mengkoordinasikan seluruh daya perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Suatu organisasi didalam menjalankan segala aktivitasnya harus mengutamakan kerjasama yang baik antar para anggotanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai, karena melalui kerjasama tersebut akan memungkinkan pengaturan kerja yang efektif dan efisien (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Cara kerja yang efektif dan efisien dapat membuat organisasi bertindak secara tepat dalam mencapai tujuan organisasi memiliki kejelasan dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap anggota organisasi.

Perumusan manajemen dan struktur organisasi sangat penting pada suatu perusahaan, dikarenakan adanya kesadaran para ahli tentang pentingnya manajemen dan struktur organisasi tersebut dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper:2014).

Struktur organisasi banyak jenisnya, tergantung dari keadaan perusahaan. Struktur organisasi dapat memberikan gambaran mengenai baik buruknya mekanisme kerja yang ada di suatu perusahaan, karena struktur yang baik dapat menentukan posisi atau kedudukan dari masing-masing personil, tugas, wewenang, tanggung jawab, arah komunikasi dan pelaksanaan program kerja.

PT. Indah Kiat Pulp and Paper Tbk Perawang memiliki 3 lokasi pabrik, yaitu di Tangerang, Serang dan Perawang. Masing-masing pabrik dikepalai oleh Wakil Presiden Direktur yang bertanggung jawab langsung Presiden Direktur di tingkat pusat. Presiden Direktur bertanggung jawab langsung kepada Dewan Komisaris, sedangkan kekuasaan tertinggi berada ditangan Rapat Umum

Pemegang Saham (RUPS). Bentuk organisasi PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang disusun berdasarkan organisasi yang merupakan suatu kerangka yang memperlihatkan sejumlah tugas dan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang masing-masing mempunyai tugas dan tanggung jawab yang jelas. Wakil Presiden Direktur membawahi semua seksi yang berada dilokasi pabrik (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

F. Sejarah Singkat Public Relation Unit

Awal mula terbentuknya *Public Relations Unit* (Unit Humas) berasal dari inisiatif pimpinan perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper pada tahun 2001 yang khusus menangani program *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Philantrophy*, serta unit humas. Atas inisiatif pimpinan perusahaan yang dibantu oleh beberapa karyawan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT. Indah Kiat Pulp & Paper yaitu Bapak Ketut Piter Fitrianto Gegal, Bpk Edi, Bpk Ujang Priyatna, pada mulanya unit humas dan unit yang mengurus program CSR adalah terpisah pada mulanya unit yang mengurus mengenai program CSR yaitu bernama *Community Development Departemen* (CDD) dan unit humas bernama *Public Relations*, tetapi sejak tanggal 01 April 2014 namanya kedua unit ini berganti menjadi *Public Relations Unit* yang terdiri dari tiga bidang yaitu bidang kepengurusan program CSR, administrasi, dan humas (Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper: 2014).

Pada mulanya *Community Development Departement* (disingkat CDD) terbentuk karena adanya gejolak serta permasalahan yang timbul dimasyarakat karena diakibatkan oleh limbah pabrik yang dihasilkan oleh PT. Indah Kiat Pulp & Paper dari hasil pengolahan kayu menjadi kertas siap pakai. Limbah ini dibuang ke aliran sungai Siak masyarakat disepanjang sungai Siak waktu itu menggunakan air aliran sungai Siak untuk proses mandi, mencuci dan lain sebagainya.

Limbah yang dibuang PT. IKPP ke aliran sungai Siak tentunya mengganggu aktivitas masyarakat karena air yang akan digunakan mengandung racun, oleh karena itu pimpinan perusahaan merasa harus bertanggung jawab akan hal itu oleh karena itu pada tahun 2001 mulai dirintis terbentuknya unit yang khusus mengurus permasalahan tanggung jawab social perusahaan kepada masyarakat daerah operasional perusahaan maka dibentuklah *Community Development Departement* (CDD) yang berjumlah 15 orang karyawan untuk mengatasi serta membantu masyarakat disepanjang sungai Siak mendapatkan air bersih oleh karena itu dan agar masyarakat disepanjang sungai Siak tidak lagi menggunakan air aliran sungai Siak karena itu pihak perusahaan dengan tim CDD membuat beberapa program untuk masyarakat di sepanjang sungai Siak yaitu di Desa Pinang Sebatang, Pertiwi, Kuala Gasib, Sigintil, Teluk Rimba dan sebagainya.

Program CSR (Corporate Social Responsibility) yang dimiliki PT. Indah Kiat Pulp & Paper terbagi kedalam lima bidang, diantaranya yaitu :

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

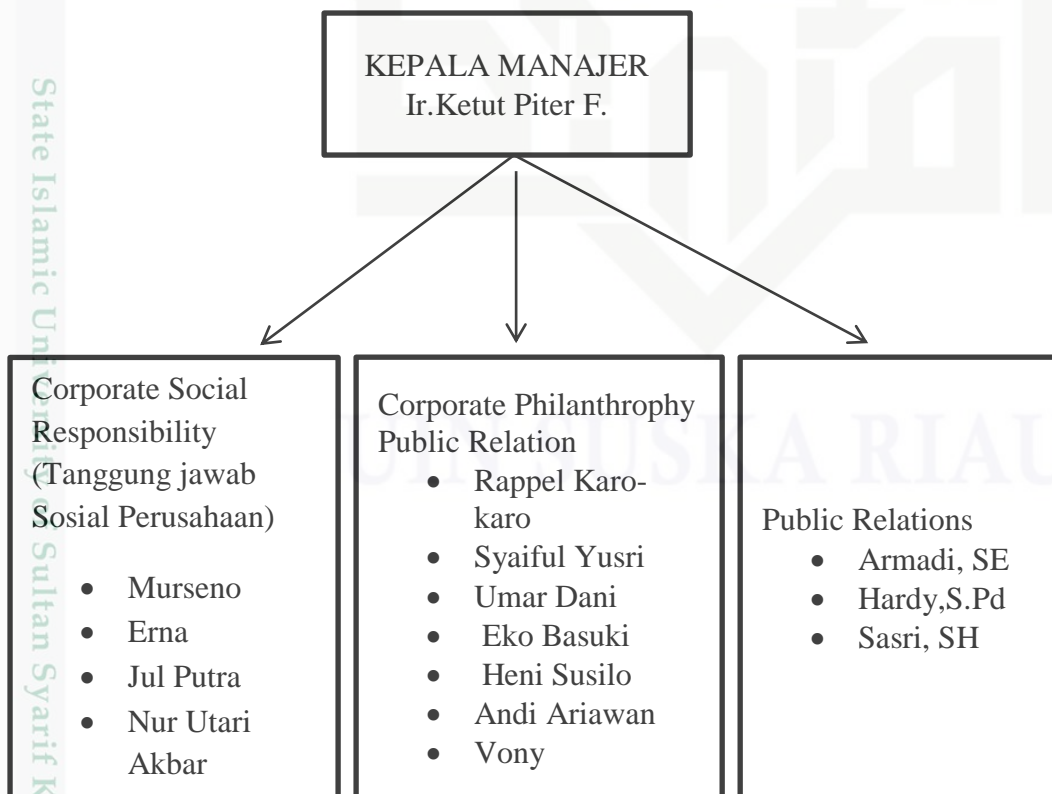
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bidang Pendidikan, yang mencakup program beasiswa peduli, program beasiswa karir, Indah Kiat School (IKS), Lomba kebersihan antar SD, kunjungan pelajar dan job training.
2. Bidang Keagamaan, seperti peringatan hari besar Islam, penyembelihan hewan kurban, dan sunatan massal.
3. Bidang Sosial, seperti kemasyarakatan, antara lain pemberian sembako, pemberian sarana air bersih, bantuan korban bencana alam, pembangunan jalan dari perayaan HUT RI bersama warga.
4. Bidang Kesehatan, seperti puskesmas keliling/ pengobatan gratis, penyuluhan tentang bahaya narkoba & HIV/AIDS disekolah-sekolah SMP, SMA, dan SMK.
5. Bidang Kemitraan, seperti yang termasuk didalamnya program pemberdayaan masyarakat, pemberian fasilitas usaha dagang, dan bongkar muat parkir.

G. Struktur Organisasi Public Relations Unit

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Public Relations Unit



BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan temuan penulis pada Bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Dalam Bidang Pendidikan Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi dalam Bidang Pendidikan kepada masyarakat atau calon penerima bantuan pendidikan dilakukan penyampaian pesan dari komunitas masyarakat individu, kelompok, dan instansi, sehingga menghasilkan efek atau respon langsung maupun tak langsung.

Kemudian isi pesan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura telah berjalan dengan baik karena pihak yang bersangkutan telah memberikan informasi dimana sekarang ini zamannya teknologi sehingga seorang team atau orang yang dipertanggungjawabkan harus menguasai hal tersebut sehingga tujuan dan keinginan dari pihak *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura kepada masyarakat tercapai.

Selanjutnya usaha komunikasi dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura ini sudah melibatkan pihak yang bersangkutan sehingga tujuan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang serta jajarannya. Sehingga strategi komunikasi yang digunakan telah menjelaskan siapa saja yang bersangkutan dalam melakukan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura memiliki efek atau respon sesuai dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) dalam memberikan bantuan bidang pendidikan kepada Mahasiswa atau mahasiswi telah melakukan sangat baik dalam kegiatan di internal maupun diluar instansi, seperti memberikan bantuan beasiswa pendidikan dan untuk membuka tempat praktek lapangan bagi mahasiswa atau siswa yang sedang melakukan proses magang Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa strategi komunikasi yang digunakan humas maupun karyawan sangat efektif dan tetap menjalankan kegiatan internal dan eksternal dengan tujuan tertentu, tentunya untuk tetap membina hubungan baik antara karyawan dan karyawan, hingga karyawan dengan publiknya.

B. Saran

Berkenan dengan hasil penelitian ini, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura lebih baik lagi :

1. Bagi Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura dalam memberikan informasi atau isi pesan kepada masyarakat. Serta aktif menjalankan strategi komunikasi dalam menyelesaikan tujuan yang terkait dalam bidang pendidikan.
2. Bagi Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura diharapkan meningkatkan hubungan baik secara maksimal untuk menciptakan kesepakatan sesuai dengan harapan bersama. Meminimalisir adanya perbedaan pendapat antara perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan masyarakat atau calon penerima bantuan agar hubungan menjadi lebih harmonis dalam meningkatkan citra perusahaan.

3. Bagi Pt. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura diharapkan selalu terbuka dalam menyampaikan informasi terhadap persoalan bantuan pendidikan.
4. Bagi peneliti dapat melakukan penelitian dengan sama namun dengan menggunakan instansi yang berbeda agar hasilnya dapat dikonsparasikan dengan penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Busyra, dan Isya W, 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi* : Malang: In-TRANS Institut.
- A. M. Hoeta Soehoet, 2002. *Teori Komunikasi*, Yayasan Kampus Tercinta-IISIP : Jakarta.
- A.B. Susanto, 2010. *Corporate Social Responsibility* : Jakarta : The Jakarta Consulting.
- Ahmad Sultra Rustan, Nurhakki Hakki, 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*,: Yogyakarta: Deepublish.
- Alo, Liliweri, 2011. *Komunikasi Antar Personal* :Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Amin Widjaja 2008. *Dasar Dasar Customer Relationship* : jakarta: Management. Harvarindo.
- Analisa, Y., & Wahyudi, S , 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan *Dividen* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008) :Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro.
- Andi Prastowo, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta : AR-RUZZ MEDIA
- Anwar, Arifin, 1998. *Strategi Komunikasi* : Bandung: Armico.
- Burhan Bungin, 2007. *Sosiologi Komunikasi, Teori Paradigma dan Kursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* cet ke-2 : Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Busyra Azheri, 2011. *Corporate Social Responsibility*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Deddy Mulyana, 2010. *Pengantaran Ilmu komunikasi* :Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Dokumen PT. Indah Kiat Pulp & Paper. 2014
- Effendi, Muh. Arief, 2009. *The Power Of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*:Jakarta: Salemba Empat.
- Elyinaro Ardianto, 2010. *Metodologi Penelitian untuk Publik Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fariani, Silvia Rita & Widodo Aryanto, 2009. *Panduan Praktis PR*. Jakarta: PT Eleks Media Komputindo
- Hafied Cangara, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada
- Hafied Cangara, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Hasil wawancara dengan Bagian Job Tarining, *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, Syaiful Yusrib, pada tanggal 05 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura
- Hasil wawancara dengan Bagian Kelapangan, *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, Erna, pada tanggal 04 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura
- Hasil wawancara dengan Bidang Pendidikan Beasiswa, *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, Murseno, pada tanggal 03 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura
- J.Lexy Moleong, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Rosda Karya
- Lee, Nancy dan Philip Kotler. 2010. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Lisa Lestari, Hairunnisa, Kheyene Molekandela Boer, 2018. Strategi Komunikasi Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Perusahaan PT. INHUTANI II Kabupaten Malinau Provinsi Kalimantan Utara, Jurnal Ilmiah, Ilmu Komunikasi.
- Marlanny Rumimpunu, Ilmu Komunikasi Volume III No.1. 2014. Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT.PLN (PERSERO) Wilayah Sulutenggo di Ranotana
- Mintzberg, H. *Mintzberg on Management*: Free Press, 2007: New York.
- Onong Uchjana Efendy, 2004. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja rosda karya
- _____, 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____, 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Poerwanto, 2010. *Corporate Social Responsibility* : Yogyakarta: Pustaka Pelajar:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Prof H.Hafied Cangara, M.Sc Ph.D, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* : Jakarta : PT Raja Grafindo
- Prof.DR.Lexy J.Moleong,M.A, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Prof.Dr.Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- _____, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RU, 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga. : Jakarta : Balai Pustaka
- Putri Dewi Ayu Prastika, 2018. Strategi Komunikasi PT.Pertamina RU II Dumai dan Peningkatan Penghasilan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi CSR PT.Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam meningkatkan Penghasilan Masyarakat Tanjung Palas pada Program Budidaya Jamur Tiram Putih), Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara.
- Rachman, Nurdizal M, dkk, 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR (Corporate Social Responsibility)* : Jakarta:Penebar Swadaya.
- Rachmat Kriyantoro, 2014. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Ricard West, Lynn H Turner, 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- _____, 2014. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Rosady Ruslan, 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi* .Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Salehuddin, 2017. Strategi Komunikasi Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT.Telkom Regional VII Makasar, Skripsi, (Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
- Sandra Oliver, 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Shoelhi Mohammad, 2004. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik, Sembiosa Rekatama* : Media Bandung
- Shoraya Lolyta Octaviana, 2013. Strategi Komunikasi *Corporate Sosial Responsibility* di PT.Pertamina (Persero) Region IV Wilayah Jawa Tengah dan DIY, Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Siti Murniati Muhtar, Haffied Cangara, A.Alimuddin Unde, 2013. Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) oleh Humas PT.Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin.
- Soejono,S.H,M.H & H.Abdurrahman, s.h,M.H, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta dan PT Bina Adiaksara
- Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*, :Jakarta: PT. Riau Andalan Pulp and Paper.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunta, 2005. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Bina Usaha
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa,1041.
- Undang – undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 tentang perseroan
- Violina Ardian, 2017. Starategi Komunikasi Pelaksanaan *Corporate Scoial Responsibility* (CSR) PT.Semen Padang Dalam Upaya Pemberdayaan Anak Nagari Lubuk Kilangan, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas Padang.



Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt Indah Kiat Pulp & Paper Perawang (Ikpp) Dalam Bidang Pendidikan Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura

1. Apa yang anda ketahui mengenai pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) di PT.IKPP Perawang?
2. Apakah terdapat perbedaan sebelum dan sesudah dalam melaksanakan Program CSR didalam Bidang Pendidikan PT.IKPP Perawang?
3. Sejak kapan PT. INDAH KIAT PULP DAN PAPER PERAWANG (IKPP) Melaksanakan CSR dalam bidang pendidikan?
4. Apa yang melatarbelakangi perusahaan melakukan dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan? Alasan apa IKPP melakukan CSR?
5. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
6. Berapa persen dana yang dialokasikan dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan? Apakah setiap tahunnya sama atau tidak?
7. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakan Program CSR didalam Bidang Pendidikan oleh IKPP? Berapa Lama?
8. Apa manfaat diadakan kegiatan Program CSR didalam Bidang Pendidikan oleh IKPP?
9. Apa Tujuan mengadakan Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
10. Apa saja faktor pendukung dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
11. Apa manfaat melaksanakan CSR oleh PT.IKPP Perawang dalam bidang pendidikan?
12. Bagaimana proses komunikasi atau sosialisasi yang dilakukan IKPP, agar masyarakat mengetahui kegiatan dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
13. Apakah pelaksanaan CSR oleh PT.IKPP Perawang dalam bidang pendidikan dilakukan rutin?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. selain di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura Sudah dimana saja pelaksanaan CSR oleh PT.IKPP Perawang dalam bidang pendidikan?
15. Apakah terdapat kriteria penentuan tempat oleh PT.IKPP Perawang dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
16. Apakah PT.IKPP Perawang dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan sudah berhasil dilaksanakan?
17. Bagaimana proses evaluasi PT.IKPP Perawang dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan?
18. Apakah kegiatan program CSR dalam bidang pendidikan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan?
19. Bagaimana respon masyarakat setelah menerima bantuan dalam bidang pendidikan oleh PT.IKPP Perawang?
20. Apa harapan PT INDAH KIAT PULP & PAPER (PT IKPP) Tbk. PERAWANG dalam Program CSR didalam Bidang Pendidikan untuk kedepannya?

Lampiran 2

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan bapak Murseno selaku informan kunci pada Bidang Pendidikan Beasiswa pada tanggal 01 Februari 2021



Wawancara dengan bapak Syaiful Yusri selaku informan tambahan pada bagian Job Training dan Magang pada tanggal 01 Februari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dengan ibu Erna selaku informan tambahan pada bagian turun kelengkapan untuk mendampingi bapak Murseno pada tanggal 10 Februari 2021

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. : 001/CSR-Penelitian/2021
 Perawang, 25 Januari 2021

Kepada Yth.
 Bapak Dr. Nurdin, MA
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 Universitas Islam Negeri SUSKA Riau
 Di
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM.18 Panam 28293

Perihal : Jawaban Permohonan Penelitian

Dengan Hormat,

Menanggapi surat No. B-054/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2021, perihal Permohonan Penelitian untuk Skripsi dengan judul :

" Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang dalam Bidang Pendidikan di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Sri Indrapura. "

a.n **Fitri Ami Ramadhani** Jurusan **Ilmu Komunikasi**, kami ucapkan terima kasih.

Sehubungan dengan hal di atas, PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, Perawang dapat mengabulkan permohonan penelitian tersebut dengan jadwal :

26 Januari 2021 s.d 26 Februari 2021.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Manager Community Development



MURSENO
 NIK 147407

PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.

Office : Sinarmas Land Plaza Menara II, 7th Floor. Jl. M.H. Thamrin No. 51, Jakarta 10350, Indonesia - P.O. Box 4295 JKT 10001
 Telp : (021) 3929266-69 (hunting), Fax : (021) 3929276, 3929278

Mill Site : Jl. Raya Minas - Perawang Km 26, Kec. Tualang, Kab. Siak 28772, Riau - Indonesia
 Telp : (62-761) 91088, 91030 (hunting), Fax : (62-761) 91373, 91376