



UIN SUSKA RIAU

No. 5978/KOM-D/SD-S1/2023

**STRATEGI PTPN V KEBUN SEI PAGAR KABUPATEN
KAMPAR BERSAMA DENGAN STAKEHOLDER DALAM
MELAKSANAKAN PROGRAM *CORPORATE*
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

© Hak cipta milik UIN

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.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

Oleh:

RIO WITONO
NIM. 11643102066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

STRATEGI PTVN V KEBUN SEI PAGAR KABUPATEN KAMPAR
BERSAMA DENGAN STAKEHOLDER DALAM MELAKSANAKAN
PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Disusun Oleh:

Rio Witono
NIM. 11643102066

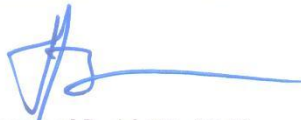
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 07 Februari 2023

Pembimbing,



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

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, SP., M. Si
NIP. 198103132011011004



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 : Rio Witono
NIM : 11643102066
Judul : Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program Corporate Social Responsibility (CSR)

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

Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Juli 2023

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

Pekanbaru, 14 Juli 2023
Dekan,

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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, S.Ag., M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji II,

Edison, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130 417 082

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I., M.A
NIK. 130 417 084

Penguji IV,

Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130 417 119

- 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. 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.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rio Witono

NIM : 11643102066

Tempat/ Tgl. Lahir : Hangtuh 15 Januari 1997

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi/S1

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

STRATEGI PTPN V KEBUN SEI PAGAR KABUPATEN KAMPAR BERSAMA DENGAN STAKEHOLDER DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 17 Juli 2023

Saya membuat pernyataan



Rio Witono

NIM. 11643102066

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



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

No : Nota Dinas
Lamp : 2 (Eksemplar)
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

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 : Rio Witono
NIM : 11643102066
Judul Skripsi : Strategi PTVN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar
Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program
Corporate Social Responsibility (CSR)

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,

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



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan, baik untuk tujuan komersial atau non komersial.
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 dimiliki UIN Suska Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan, baik untuk tujuan komersial atau non komersial.
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.

ABSTRAK

: Rio Witono

: 11643201066

Judul Skripsi : Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan yang diambil pelaku bisnis atau pemangku kepentingan melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab kepada masyarakat. Keberhasilan terjalankannya program CSR dengan baik tidak serta-merta dari pihak internal perusahaan, namun juga dipengaruhi oleh *stakeholders*, sebab dengan adanya bantuan dari publik eksternal yang mempunyai pengaruh terhadap perusahaan akan membantu efektifitas terjalankan CSR dengan baik, seperti aparat pemerintah dan tokoh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melaksanakan program CSR, PTPN V Kebun Sei Pagar malakukan dengan 4 tahap, **Pertama**, Mendefenisikan masalah, PTPN V Sei Pagar melakukannya dengan dua cara yaitu Observasi dan wawancara. **Kedua**, Perencanaan dan Program, Dalam perencanaan dan program ini ada dua langkah yang dilakukan PTPN V Sei Pagar yaitu Menetapkan program dan menjalin kerjasama dengan orang-orang yang memiliki pengaruh dalam program yang dirancang. **Ketiga**, Aksi dan Komunikasi, Komunikasi yang digunakan PTPN V Sei Pagar dalam melaksanakan program CSR nya yaitu komunikasi interpersonal ataupun komunikasi kepada pihak yang memiliki pengaruh terhadap program yang dijalankan. **Keempat**, Evaluasi, Dalam pengevaluasian ada dua cara yang dilakukan oleh PTPN V Sei Pagar, Pertama dengan melakukan diskusi dengan pihak internal perusahaan yang mana orang-orang yang terlibat adalah orang-orang yang memiliki pengaruh besar dalam menjalankan program, seperti manager dan staff. Kedua, dengan melakukan diskusi dengan stakeholder seperti kepala desa, Pengurus Masjid dan kepala sekolah

Kata Kunci: Strategi, Stakeholder dan *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

Name : Rio Witono

NIM : 11643201066

Thesis title : **Strategy of PTPN V Sei Pagar Gardens, Kampar Regency Together with Stakeholders in Implementing Corporate Social Responsibility (CSR) Programs.**

Corporate Social Responsibility (CSR) is an action taken by business people or stakeholders through behavior that is socially responsible to the community. The successful implementation of the CSR program does not necessarily come from the company's internal parties, but is also influenced by stakeholders, because the existence of support from the external public that has influence on the company will help the effectiveness of CSR implementation properly, such as government officials and community leaders. The purpose of this study was to find out how PTPN V Sei Pagar Gardens Kampar Regency strategies Together with Stakeholders in Implementing Corporate Social Responsibility (CSR) Programs. The research method used is descriptive qualitative. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The results showed that in carrying out the CSR program, PTPN V Sei Pagar Gardens did it in 4 stages. First, Defining the problem, PTPN V Sei Pagar's did it in two ways, namely observation and interviews. Second, Planning and Programming. In planning and this program, there are two steps taken by PTPN V Sei Pagar, namely establishing programs and establishing cooperation with people who have influence in the designed program. Third, Action and Communication, the communication used by PTPN V Sei Pagar in carrying out its CSR program is interpersonal communication or communication to parties who have influence on the programs being implemented. Fourth, Evaluation. In conducting discussions with internal parties of the company where the people involved are people who have a big influence on running the program, such as managers and staff. Second, by holding discussions with stakeholders such as village heads, mosque administrators and school principals.

Keywords: **Strategy, Stakeholders and Corporate Social Responsibility.**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT serta shalawat dan Salam peneliti limpahkan kepada keluarga kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta sahabatnya juga seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Hanya dengan rahmat dan karunia Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan Proposal ini dengan judul **“Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program Corporate Social Responsibility (CSR)”**.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyajian proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penggunaan tata bahasa, tulisan, maupun dari segi redaksionalnya, sehingga peneliti mengharapkan saran dan kritik yang berguna, yang Insya Allah dengan jalan ini peneliti ini dapat memperbaiki kekurangannya dikemudian hari.

Terwujudnya proposal ini tidak lepas dari bantuan bimbingan serta penghargaan dari semua pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat **Dra, Atjih Sukaesih, M.Si.** selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya disela-sela kesibukan untuk membimbing dan membantu peneliti dalam proses penyusunan proposal dari awal sampai akhir.

Sebagai wujud terimakasih, rasa hormat, dan penghargaan yang mendalam dari peneliti, pekenankanlah peneliti menyampaikan perima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab. M. Ag Selaku Rektor Universitas Islam Negeri 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.

2. Bapak Prof.Dr. Imron Rosidi, S.Pd.M.A. P.hd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr.Muhammad Badri, SP., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau
4. Bapak Rafdeadi, S.Sos. I, MA selaku pembimbing akademik penulis yang sudah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Ibu Atjih Sukaesih, M.Si, dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis.
6. Seluruh dosen dan staf tata usaha di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ayah (Poniran Susianto), Ibu (Enung Suliyawati) Kakak (Jajang Susanto, Rina Suciati, S.Psi, Tini Nuriyah, S.Pd) dan Adik (Siti Suryani) penulis yang telah mendukung agar penulis dapat menjalankan kuliah ini dengan semangat, serta doa yang selalu diberikan.
8. Teman-Teman jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 yang telah menemani selama proses perkuliahan.
9. Syahendra Lubis, Suprapti, Yanti Astuti, S.Psi, Ade Widoyo S.Ikom. Satiman, Andhi Syaputra, Ahmad Ghozali, Muhammad Soim, Giantoro, Riski Rahmadi.
10. Dan Terakhir orang paling spesial yang menemani dalam Penyusunan Skripsi ini yaitu Nurhidayanti
 Semoga bantuan yang telah diberikan baik moril maupun materil mendapat balasan pahala dari Allah SWT, dan sebuah harapan dari penulis semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca semua pada umumnya.
 Semua kekurangan hanya datang dari penulis dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT, hal ini yang membuat penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan



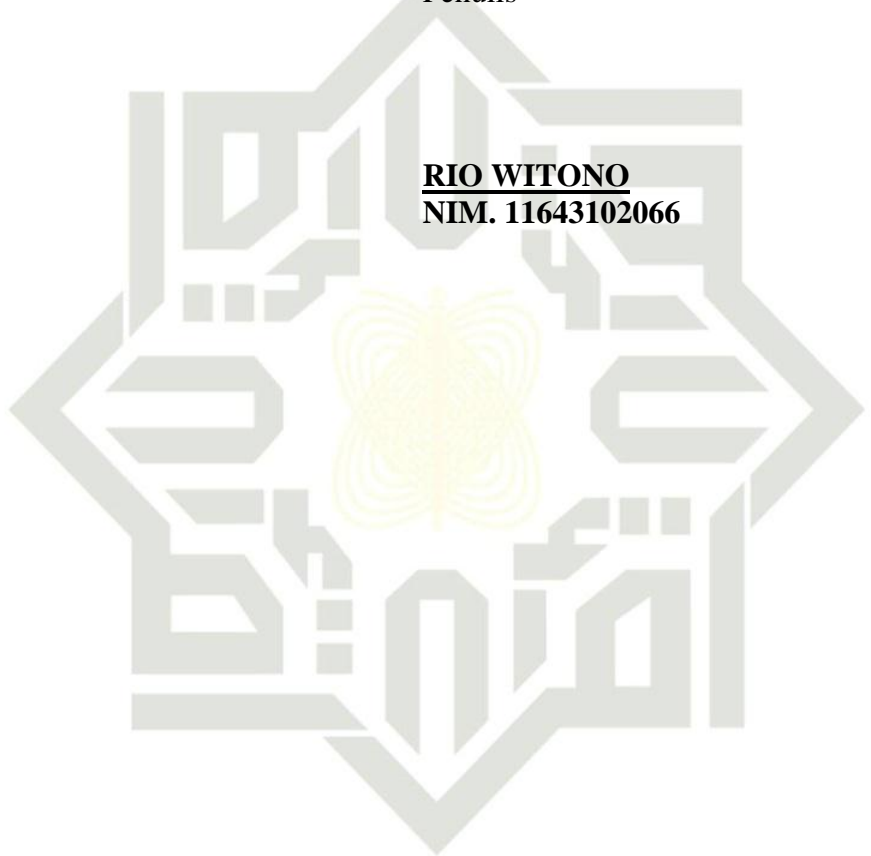
UIN SUSKA RIAU

kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat positif dan membangun demi tersempurnaan Tugas Akhir ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Juli 2023
Penulis

RIO WITONO
NIM. 11643102066



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang menyalin 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
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Kepenulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teori	12
2.3 Kerangka Pikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.3 Sumber Data	29
3.4 Informan Penelitian	30
3.5 Teknik dan Penumpulan Data	30
3.6 Validitas Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM	34
4.1 Sejarah Instansi	34
4.2 Visi dan Misi	34
4.3 Logo dan Motto PTPN V (PT Perkebunan Nusantara V Sei Pagar)	34
4.4 Struktur Organisasi	38



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.

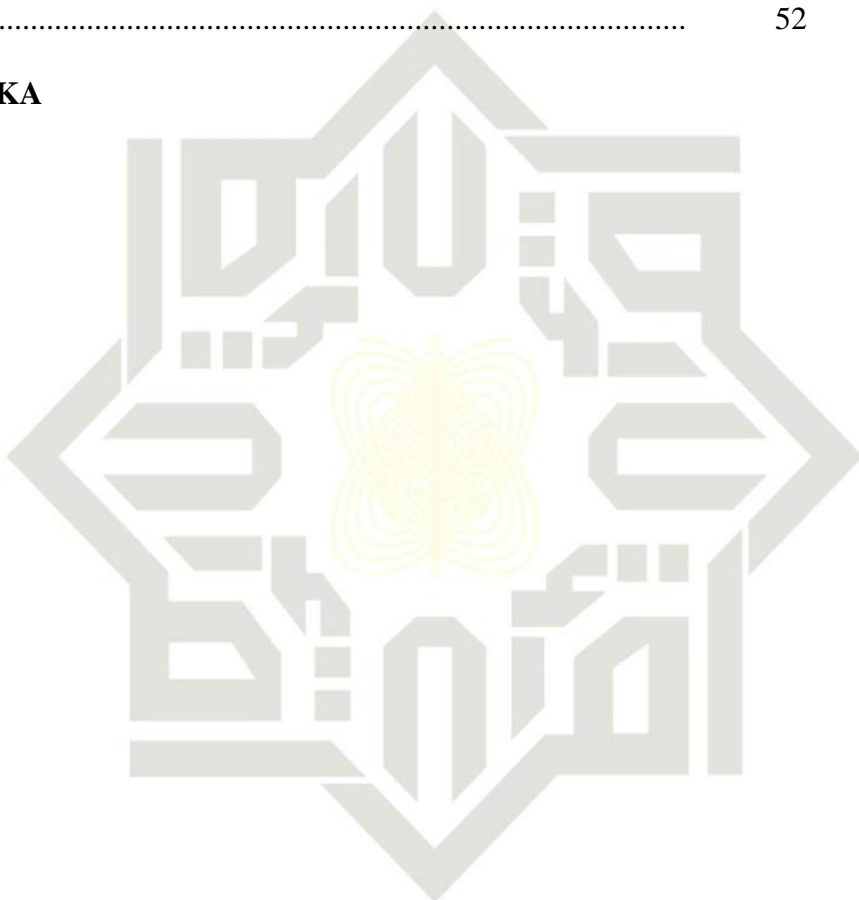
4.5 Fungsi Jabatan	39
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
5.1 Hasil Penelitian	41
5.2 Pembahasan	49
BAB VI PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan	61
6.2 Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Ditamikan UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Table 5 Program CSR Terkait Sarana Dan Prasarana 54</p> <p>Table 5 Program CSR Terkait Pendidikan 55</p> <p>Table 5 Program CSR Terkait Olahraga 56</p> <p>Table 5 Program CSR Terkait Sumber Daya Manusia 58</p>
--	--



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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	28
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kebun & Pks Sei Pagar	37
Gambar 5.1	Penyerahan bantuan dana untuk pembangunan Masjid Nur Hidayah Kampung Pinang	55
Gambar 5.2	Penyerahan 1 unit computer ke SD 008 Desa Hangtuh	56
Gambar 5.3	Bantuan dana untuk Turnamen Sepak Bola di desa Gobah..	57
Gambar 5.4	Penyerahan Bantuan Beras	59



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu kepedulian perusahaan untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan perusahaan dan kepentingan publik eksternal.¹ CSR telah diatur secara tegas di Indonesia yaitu pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN.²

Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis (Marnelly, 2012). Ketika suatu Perusahaan melaksanakan program CSR maka akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, seperti yang dikatakan Eka Tjipta Foundation, CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) dan citra perusahaan (Widjaja & Pratama, 2008).

Dari pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh sebuah perusahaan maka hal itu memberikan keunggulan bagi perusahaan itu sendiri, karena pada era ini masyarakat yang sudah memikirkan bukan hanya

¹Edi Suharto, *Kemiskinan dan Perlindungan Sosial Di Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2009) Hlm 102-103

²Nur Arifudin, *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam prespektif Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Ummul, Desember 2008 Vol 04 No. 02



Hak cipta dimiliki 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.

kepada harga tetapi yang berdampak baik bagi masyarakat luas. Meningkatnya citra perusahaan akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan itu sendiri karena reputasi yang baik merupakan salah satu keunggulan yang kompetitif.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan yang diambil pelaku bisnis atau pemangku kepentingan melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab kepada masyarakat. Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis atau perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini difokuskan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk mencegah krisis, yaitu dengan peningkatan reputasi atau image (Sari, 2010). CSR bagian dari adanya keterlibatan sosial dalam suatu bisnis.³

Keberhasilan terjalankannya program CSR dengan baik tidak semata-mata dari pihak internal perusahaan, namun juga dipengaruhi oleh stakeholders, sebab dengan adanya batuan dari publik eksternal yang mempunyai pengaruh terhadap perusahaan akan membantu keefektifan terjalankan CSR dengan baik, seperti aparat pemerintah dan tokoh masyarakat. Stakeholder itu sendiri merupakan pemangku kepentingan atau pihak yang dapat mempengaruhi maupun menerima dampak dari keputusan yang diambil.⁴ Dengan kata lain, stakeholder merupakan masyarakat, baik individual maupun kelompok, yang memiliki legitimasi, kekuasaan, dan kepentingan terhadap keberhasilan perusahaan sehingga memiliki peran dan pengaruh yang besar pada keberlangsungan perusahaan.

Kolaborasi stakeholders menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam implementasi CSR yang mampu memberdayakan masyarakat yaitu dalam bentuk keterlibatan seluruh stakeholder dalam pelaksanaan program-program CSR. Perusahaan sebagai pelaksana utama dari kegiatan CSR, sekaligus pihak yang mendanai kegiatan pengembangan masyarakat (community development)

³Gina Bunga Nayenggita¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³, *Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia (jurnal unpad juli 2019)*

⁴Sherly Dwi Fedora dan Risca Fleureta Hudyono, *Analisi Pemangku Kepentingan (Stakeholder) pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) dan Kesekretariatan PT. Semen Padang, Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Vol 02 Nomor 01 2019*



© Hak cipta dimiliki 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.

menjadi stakeholder kunci. Selain itu, masyarakat sebagai penerima manfaat harus turut berpartisipasi dalam kegiatan CSR ini. Partisipasi akan mendorong masyarakat untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi tanpa ketergantungan terhadap perusahaan. Partisipasi masyarakat akan mendorong pada kemandirian yang merupakan wujud dari sebuah masyarakat yang berdaya.⁵

Sebagaimana PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar dalam menjalankan program CSR bekerjasama dengan stakeholder yaitu dengan aparat Desa, seperti menjalankan program CSR dalam bentuk bantuan sosial kepada masyarakat miskin, dalam hal ini bidang Sumber Daya Manusia (Humasnya PTPN V Kebun Sei Paga Kabupaten Kampar) mempercayakan data pembagian sembako kepada aparat desa agar program tersebut bisa tepat sasaran dan berjalan dengan baik.⁶

Untuk itu dapat diambil arti bahwasanya Stakeholder sangat besar pengaruhnya terhadap keberhasilan terjalankannya program CSR. Untuk berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*

1.2 Penegasan Istilah

1. Strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi.⁷
2. Stakeholder didefinisikan sebagai sebuah organisasi, grup atau individu yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan organisasi tersebut.⁸

⁵Rudi Saprudin Darwis¹, Risna Resnawaty², Dessy Hassanah³ *Peran Pemerintah Dalam Kolaborasi Stakeholders Pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) (jurnal unpad April 2019)*

⁶Observasi Penulis pada tanggal 12 Juli 2021 di Sei pagar
⁷Fred R. David. *Management Strategi dan Konsep* (Jakarta: Perhalindo, 2002), hlm 3
⁸Freeman. *The stakeholder Theory: The State of The Art.* (Cambridge: Cambridge University Press, 2010) hlm 32.



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.

3. *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah konsep manajemen yang menggunakan pendekatan “triple bottom line” yaitu keseimbangan antara mencetak keuntungan, harus seiring dan berjalan selaras dengan fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup demi terwujudnya pembangunan yang *sustainable* (berkelanjutan)⁹.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, batasan masalah dalam penelitian ini adalah “Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*?”

4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- Untuk mengetahui seberapa penting keterlibatan stakeholder yang ada dalam menentukan kebijakan dalam program *corporate social responsibility* PTPN V Kebun Sei Pagar.
- Untuk mengetahui bagaimana strategi perusahaan dalalam mengambil kebijakan dengan melibatkan stakeholder internal maupun eksternal dalam perumusan hingga pelaksanaan program *corporate social responsibility* PTPN V Kebun Sei Pagar.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepda perusahaan secara mendalam seberapa penting keterlibatan stakeholder internal maupun eksternal perusahaan, dalam menentukan kebijakan program *corporate social responsibility*.

Memberikan informasi kepada stakeholder eksternal bagaimana proses serta pentingnya keterlibatan stakeholder dalam menentukan kebijakan

⁹Jackie Ambadar, *CSR Dalam Praktik di Indonesia: Wujud Kepedulian Dunia Usaha*, (Jakarta: T Elex Media Komputindo, 2008), 45.

program corporate social responsibility perusahaan yang efektif dalam pengembangan masyarakat dan bina lingkungan perusahaan.

Sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

Sistematika Kepenulisan

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisi kajian teori yang berisi informasi-informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, kajian terdahulu dan kerangka pikir yang disusun berdasarkan pada kajian teori dan hasil penelitian yang relevan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data yang di dalamnya juga terdapat siapa-siapa yang akan dijadikan subjek dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan uraian yang akan memberikan gambaran umum mengenai subjek dan objek pada penelitian ini.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian yang meliputi paparan data yang diperoleh dari pengamatan dan hasil wawancara serta deskripsi informasi lainnya.

BAB VI

PENUTUP

Berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin 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 II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

1. Kajian Terdahulu

Dalam proses memperoleh dan menentukan judul penelitian ini, peneliti sebelumnya telah melakukan tinjauan pustaka atau mencari kajian terdahulu dari beberapa kajian penelitian ilmiah yang serupa, di antaranya:

1. Skripsi oleh Riska Apriani tahun 2019 berjudul “*Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Respons Masyarakat Sekitar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus PT Sinar Bambu Kencana, Kec. Gunung Sugih, Kab. Lampung Tengah)*”. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau efektifitas penerapan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Sinar Bambu Kencana sebagai upaya untuk turut berkontribusi terhadap masyarakat sekitar dan penyesuaiannya terhadap perspektif etika bisnis Islam. Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian lapangan dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan cara berpikir induktif. Teknik pengumpulan data memakai metode wawancara dengan teknik wawancara bebas terpimpin dan metode dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan Corporate Social Responsibility dan respons masyarakat sekitar PT Sinar Bambu Kencana terhadap program santunan yatim piatu, bantuan pembangunan masjid, dan kegiatan yaitu prinsip keesaan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan kejujuran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis buat ialah keduanya memiliki fokus kajian dalam bidang yang sama yakni mengenai penerapan Corporate Social Responsibility (CSR). Namun, terdapat perbedaan indikator penelitian di antara keduanya di mana pada penelitian ini indikator yang digunakan dalam penerapan Corporate ialah berdasarkan respons masyarakat sekitar dan penyesuaiannya terhadap etika bisnis Islam, sedangkan indikator penelitian yang penulis gunakan ialah keterlibatan stakeholder dalam Corporate Social Responsibility (CSR).



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. Artikel ilmiah oleh Yulia Rahayu tahun 2014 berjudul “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2012”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan antara corporate social responsibility (CSR) dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan dari perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode statistik dengan menggunakan jenis analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh corporate social responsibility (CSR) disclosure atau pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan dan untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan. Sampel yang digunakan dalam proses pengumpulan data ialah laporan tahunan 2011-2012 sebanyak 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa efek Indonesia dan PROPER. Analisis data dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 16 hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil tes untuk yang kedua hipotesis menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
3. Artikel ilmiah oleh Lindri Ardianti tahun 2015 berjudul “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Dewan Komisaris sebagai Variabel Moderating”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melakukan analisis terhadap pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) bagi nilai perusahaan dengan meninjau variabel moderating berupa kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu dengan mengobservasi data laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa



- 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, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris berimplikasi secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris tidak berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan.

Muhammad Rezza dengan judul jurnal “Corporate Social Responsibility Multinational Corporations di Indonesia, Sudahkah Mendukung Sustainable Development Goals”. Tujuan dari penulisan jurnal ini ialah untuk meneliti efektivitas dari penerapan Corporate Social Responsibility pada Multinational Corporations dalam mendukung terwujudnya Sustainable Development Goals. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan sumber data sekunder dari review literatur sebanyak 12 artikel ilmiah berkaitan dengan Corporate Social Responsibility dan Multinational Corporations di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Multinational Corporations di Indonesia melalui Corporate Social Responsibility-nya belum optimal sesuai dengan Sustainable Development Goals. Sebab, walaupun strategi CSR dari MNC telah mendorong dalam bentuk peningkatan ekonomi, masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh MNC, baik bersifat individual maupun komunal.

5. Ruddy Rahardja, dkk 2011 dengan judul jurnal “Implementasi Corporate Social Responsibility dan Implikasinya dalam Perspektif Teori Stakeholder (Studi pada Perusahaan Tekstil dan Produk Tekstil di Jawa Tengah)”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk membedah hubungan di antara strategi stakeholder perusahaan, modal sosial, implementasi Corporate Social Responsibility, kinerja sosial perusahaan, dan kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel penelitian. Metode penelitian yang dipakai ialah jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dan memanfaatkan AMOS 16.0. Prior untuk melakukan pengujian hipotesis. Hasil 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.

penelitian menunjukkan bahwa intensitas strategi stakeholder perusahaan dapat meningkatkan pembangunan modal sosial; modal sosial sebagai karakteristik yang unik bagi perusahaan dapat menstimulasi pengimplementasian Corporate Social Responsibility yang lebih baik dan dapat mencapai kinerja sosial perusahaan yang lebih baik pula; komitmen dan konsistensi dari implementasi Corporation Social Responsibility dapat mendukung terciptanya kinerja keuangan perusahaan yang lebih baik; dan tidak adanya hubungan antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan.

6. Sri Rahayu UII Yogyakarta 2019, dengan judul peneliti **“Peran Dan Fungsi Humas Pada Aktivitas Corporate Social Responsibility Oleh CRM PT. Adaro Indonesia Di Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan”** Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebenarnya Peran dan Fungsi Humas pada aktivitas *corporate social responsibiliy* oleh CRM PT. Adaro Indonesia di Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan apakah sudah memenuhi peran serta fungsi humas itu sendiri dalam membina hubungan baik dengan masyarakat dan warga CRM PT. Adaro Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma konstrutivisme pada penelitian ini perolehan data didapat dari hasil observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan Fungsi utama dari CRM (*community relations and mediation*) di PT. Adaro Indonesia yaitu untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat sekitar dengan cara menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat. fungsi CRM selanjutnya adalah sebagai penyebar informasi, menjaga eksistensi perusahaan, dan melakukan penanganan terhadap isu. Peran yang dilakukan oleh CRM PT. Adaro Indonesia yaitu untuk melakukan *survey* di masyarakat, memetakan tokoh-tokoh kunci, memiliki keterlibatan dalam pengambilan keputusan dan handling komplain. Dalam teori peran Humas itu termasuk kedalam 3 peran yaitu *Expert Preciber Communication, Problem Solving Process Fasilitator, dan Communication Fasilitator..*



- 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.

7. Mufid Salim UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014, dengan judul penelitian **“Tahapan Community Relations Dalam Kegiatan CSR Konservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap CSR PT. Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Muria)”** Tujuan dari adanya penelitian ini adalah Tahapan *community relations* dalam Kegiatan *corporate social responsibility* Konservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap *corporate social responsibility* PT. Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Muria). Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara langsung. Hasil penelitian ini adalah bahwasanya didalam tahapan *community relations* dalam kegiatan *corporate social responsibility* konservasi lereng Gunung Muria Kabupaten Kudus, PT Djarum menerapkan tahapan nine steps to success KLM. Jika mengacu pada pendapat Cutip, Center dan Broom (2006:320), tahapan manajemen *community relations* PT Djarum dalam kegiatan KLM dapat dikelompokkan sebagai empat tahap.
8. Adhitya Aris W Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009, dengan judul penelitian **“Kegiatan Community Relations Bagi Citra Perusahaan”** Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kegiatan *Community Relations* Bagi Citra Perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Informan dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah bahwasanya kegiatan *Community Relations Public Affairs* PT Djarum mampu menjaga citra perusahaan di Masyarakat Panjungan, Kudus karena selama pelaksanaan kegiatan *community relation* terjadi proses *public relations* yang meliputi tahap pengumpulan fakta, perumusan 50 masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi dan tahap evaluasi. Proses *public relations* tersebut berpedoman kepada proses perencanaan strategis program *community relations* yang dibuat oleh *Public Affairs* PT Djarum.



- 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.

9. Neni Yulianita 2005 “**Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Aktivitas Social Marketing Public Relations**” Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *corporate social responsibility (CSR)* Sebagai Aktivitas Sosial *marketing public relations*. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dalam aktivitas sosial *marketing public relations* perusahaan, perlu diimplementasikan secara etnis, dengan cara menghindari beberapa faktor yang menimbulkan kegagalan dalam pelaksanaannya, jika melakukan kegiatan sosial *marketing public relations* yang bersifat :*marketing is unfair, marketing is manipulative, marketing is wasteful, marketing plays favorites* dan *marketing is intrusive*. Kemudian begitu banyak bentuk-bentuk *corporate social responsibility* dalam aktivitas sosial *marketing public relations* di beberapa perusahaan, dimana pada umumnya perusahaan mengimplementasikan kegiatan *corporate social responsibility* dalam bentuk aktivitas sosial *marketing public relations* yang meliputi program-program dibidang: pendidikan, keagamaan, ekonomi, lingkungan, budaya, bantuan untuk bencana alam musibah, kebersihan dan kesehatan, kemitraan dan bina lingkungan, dan kemanusiaan, dimana perusahaan memiliki bentuk-bentuk *corporate social responsibility* sesuai dengan kreativitasnya masing-masing. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis buat adalah sama-sama adanya membahas tentang *corporate social responsibility*, sedangkan perbedaannya adalah dari segi objek kajian, penelitian kajian terdahulu ini mengkaji tentang *corporate social responsibility* sebagai aktivitas Sosial *marketing public relation*, sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang aktivitas *community relations* dalam *corporate social responsibility*.
10. Penelitian yang di lakukan oleh Devi Saputri, mengenai peran humas dalam mengelola kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) studi tentang mengenai sponsorship di Departemen Humas PT. Pupuk



- 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.

Sriwidjaja. Ia adalah mahasiswi dari Universitas Sriwiaya Program Study Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, beliau juga memaparkan bagaimana peran humas di PT. Pupuk Sriwidjaja dalam Program Corporate Social Responsibility. Persamaan Penelitian ini sama dengan meneliti program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan jenis penelitian kualitatif dengan penelitian deskriptif akan tetapi beda objek penelitian yaitu di PT. Pupuk Sriwidjaja. Dalam penelitian ini saya melihat bagaimana peran humas dalam program tersebut yang hasilnya, menunjukkan bahwa Peran dari Humas PT. Pupuk Sriwidjaja menjalankan perannya dalam hal ini melakukan pemberian sponsorship kepada masyarakat. Terdapat beberapa keuntungan perusahaan didalam kegiatan pemberian bantuan. Keuntungan yang di dapat berupa hubungan dengan masyarakat terjalin lebih baik, nilai value perusahaan meningkat dan citra perusahaan ikut meningkat juga. Selain itu tujuan perusahaan kepada masyarakat yang mana PT. Sriwidjaja merupakan perusahaan besar yang ada di kota Palembang.

2.2 Landasan Teori

1. Humas

Pengertian Humas

Humas merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapai. Dalam kamus *Webster's Third New International Dictionary* mendefenisikan humas (Public Relations) sebagai: *the art of science of developing reciprocal understanding and goodwill* (seni pengetahuan untuk mengembangkan pengertian timbal balik).¹⁰

¹⁰ Elfiandri, dkk, *Pengantar Public Relations*, 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Konsep humas menurut IPRA (*Internasional Public Relations Associations*) adalah fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama.¹¹

Selanjutnya *The British Institute Of Public Relations* mendefinisikan *public relations* pada dua hal¹²:

- 1) *Public relations activity is managemen of communications between an organization and its publics* (Aktivitas *Public Relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).
- 2) *Public relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public* (praktik *public relations* adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publik.)

Jadi humas merupakan program yang terencana baik dari segi konsep maupun dari segi pengaplikasian sehingga dengan adanya program terencana tersebut bisa memberikan hasil yang baik sesuai yang diharapkan oleh humas itu sendiri, yaitu adanya keuntungan kedua bela pihak dan komunikasi tibal balik antara internal instansi dan eksternalnya.

Kriteria Humas

Humas merupakan fungsi manajemen dan pemelihara hubungan yang positif antara perusahaan atau instansi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerjasama dan membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik.¹³ *public relations* menjadi bagian dari suatu manajemen

¹¹Alma, "Peran Humas Dalam Membangun Citra Positif PT. Tempo Medan," vol. 1.

¹²Ibid.

¹³Basukenti, "Strategi Humas PT KAI Daop 7 Madiun Dalam Mengelola Komunitas Railfans untuk Meningkatkan Pelayanan Kepada Calon Penumpang," hlm 19.

perusahaan yang dapat menghubungkan interaksi social yang terjadi di sekitar lingkungan kerja perusahaan.¹⁴

Selain itu juga penting adalah hal yang penting bagi sebuah instansi untuk membina hubunga social yang baik kepada masyarakat luar dalam rangka *go public* atau kebutuhan promosi lainnya. Diantara kegiatan yang humas yang sering dilakukan adalah memberikan informasi, menerangkan hingga melakukan tindakan persuasive, berpromosi melakukan iklan, brosur, *press release*, buklet, memberikan pelayanan yang baik dan juga mengadakan acara seperti konferensi pers. Untuk bisa melakukan tugasnya, seorang humas haruslah memiliki kriteria sebagai berikut¹⁵:

- 1) *Communicative* yaitu mampu berkomunikasi denga baik, verbal maupun tulisan.
- 2) *Leadership skill* yaitu memiliki kemampuan dalam memimpin
- 3) *Make friends* yaitu fleksibel dalam bergaul
- 4) *Credibility* yaitu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat karena kejujurannya dalam menerangkan sesuatu yang positif tentang perusahaan secara netral dan objektif tertentu
- 5) *Plenty of ideas* yaitu seorang humas dituntut untuk menciptakan hal-hal baru yang kreatif dan inovatif dalam mempromosikan perusahaan.

Ruang Lingkup Humas

Menurut Rosaldy Ruslan humas memiliki ruang lingkup yang sangat luas yang mencakup setiap bentuk kegiatan komunikasi. Ruang lingkupnya tidak hanya berhenti pada publik internal maupun eksternal tetapi juga bagaimana konsistensi organisasi dalam menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan. Semakin luas wilayah jaringan komunikasi yang dilakukan sebuah perusahaan, maka publiknya juga

(Elfiandri dkk, 2018) Op.Cit., hlm 3.

Ibid.



akan semakin luas dan permasalahan yang timbul pun nantinya akan semakin kompleks.¹⁶

Dalam hal ini ruang lingkup humas dalam sebuah oraganisasi atau lembaga dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok¹⁷:

1) *Public Internal*

Public internal merupakan tubuh dari instansi itu sendiri, yang mana setiap tubuh memiliki unsur-unsur atau komponen-kompenan dalam menggerakkan tubuh tersebut. Begitu juga dalam sebuah instansi memiliki unsur-unsur tersendiri dalam memobilisasi instansi tersebut seperti pemegang saham dan karyawan dari tingkat atas sampai paling bawah.

2) *Public eksternal*

Public eksternal disebut Ojuga pihak luar yang memiliki/menjaln hubungan dengan sebuah instansi, atau biasa disebut dengan istilah publik (Masyarakat). Yang mana public eksternal ini memiliki peluang yang baik untuk meningkatkan citra dan kuallitas sebuah instansi, sebab opini public akan menjadi barometer bagi public lainnya dalam mengasumsikan sebuah instansi, apakah instansi tersebut baik atau tidak.

Ruang lingkup humas dibagi menjadi dua, yaitu: pertama, internal *public relations* meliputi : a) hubungan dengan karyawan (*Employe Relations*), seorang humas harus mampu berkomunikasi dengan segala macam karakter karyawan, baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran deri pengunjung sehingga dapat dijadijan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan; b) hubungan sesama manusia (*Human Relations*), ruang lingkup menyangkut hubungan yang baik yang harus dibina oleh pimpinan dengan seluruh karyawan humas; kedua, *external public relations* meliputi : hubungan dengan komunitas, membina hubungan dengan

Ibid., hlm 6.

Ibid.





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

komunitas merupakan wujud kepedulian humas terhadap lingkungan koridor, pemerintah kota tidak mengambil keuntungan dari pengunjung, tetapi ikut peduli dan memfasilitasi tanda ada pemungutan biaya/gratis.¹⁸

Menurut H. Fayol ruang lingkup humas antara lain¹⁹:

- a) Membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*) dan mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b) Menghadapi krisis (*facing of Crisis*) adalah menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan (*PR recovery (menemukan) of image* yang bertugas memperbaiki *lost (hilang) of image and damage* (rusak/cacar).
- c) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion Public Causes*) yang menyangkut kepentingan public.

d. Tujuan Humas

Praktik humas bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan perasaan, serta perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga atau perusahaan saling mengenal baik kebutuhan, kepentingan, harapan maupun budaya masing-masing.²⁰ Pada tahap perencanaan program humas, hal yang pertama yang harus dilaksanakan adalah penetapan tujuan. Merumuskan tujuan humas sebagai berikut²¹:

1) Terpeliharanya Saling Pengertian (*Aspek Kognisi*)

Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi atau lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan harus menunjukkan adanya

¹⁸ Tsamara and Nugraha, "Penerapan Service Excellence Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Humas Pemerintah Kota Surabaya," hlm 232.

(Elfiandri dkk, 2018) Op.Cit., hlm 6.

¹⁹ Aulia Rahman, "Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) V Pekanbaru Dalam Membina Hubungan Dengan Masyarakat," hlm 14.

²⁰ Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, hlm 20.

usaha komunikasi untuk menapai saling kenal dan mengerti tersebut.

2) Menjaga dan Membentuk Saling Percaya (*Aspek Afeksi*)

Disinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Mempersuasifkan publik untuk percaya kepada organisasi atau lembaga, sebaliknya juga organisasi atau lembaga untuk percaya kepada publinya.

3) Memelihara dan Menciptakan Kerjasama (*Aspek Psikomotoris*)

Dalam contoh hubungan dengan pers (*external public relations*), aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil organisasi atau lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers dalam mendaot informasi dan menghubungi sumber berita, bahkan bila mungkin humas memberi ide kepada pers (*take media initiative*)

Berdasarkan pendapat tersebut tujuan humas pada intinya adalah menciptakan dan memelihara hubungan saling percaya dengan publik dalam rangka menjalin kerjasama yang baik.

e. Fungsi Humas

Setiap instansi baik pemerintah, perusahaan ataupun lembaga lainnya pasti mempunyai humas. Humas mempunyai fungsi untuk bertanggung jawab dan mempertahankan citra positif yang telah ada pada suatu instansi atau perusahaan serta mencitrakan lebih baik kembali dimana tempat instansi atau perusahaan itu berada, berperan menyampaikan suatu kebijakan atau semua informasi yang dilaksanakan oleh instansi atau suatu perusahaan.²²

Fungsi humas yang utama adalah menyelenggarakan hubungan dengan publiknya guna memperoleh dukungan dan disukai publik, adalah: (1) kemampuan mengamati dan menganalisis problem, (2) kemampuan menarik perhatian, (3) kemampuan mempengaruhi opini,

²²Pramana and Sutiani, "Efektivitas Pelaksanaan Tugas Dan Fungsi Bagian Humas Dan Protokol Dalam Menjaga Citra Kepala Daerah Pada Humas Dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Jembrana," 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.

(4) kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya.²³ Sedangkan fungsi intelejensi *public relations*, pada dasarnya adalah proses mengidentifikasi mengenai kejadian dan perkembangan yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan masyarakat. Proses ini dapat berlangsung secara aktif dan pasif.²⁴

Dua fungsi *public relations* yakni fungsi konstruktif dan fungsi korektif, adalah²⁵:

1) Fungsi Konstruktif

Fungsi ini sebagai “perantara jalan”. Jadi humas merupakan “garda” terdepan yang di belakangnya terdiri dari “rombongan” tujuan-tujuan perusahaan. Ada tujuan marketing, tujuan produksi, tujuan personalia dan sebagainya. Peranan humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi atau lembaga, humas mempersiapkan “mental” organisasi untuk memahami kepentingan publik, humas mengevaluasi perilaku publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan pra kondisi untuk mencapai saling pengertian, saling percaya dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

2) Fungsi Korektif

Fungsi *korektif* berperan sebagai “pemadam kebakaran” yakni apabila api sudah terlanjur menjalar dan membakar organisasi atau lembaga, maka peranan yang dapat dimainkan oleh humas adalah memadamkan api tersebut. Apabila sebuah organisasi atau lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut²⁶.

Ardianto, *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*, hlm 21.

Ibid., hlm 22.

Djanaid, *Public Relations, Teori Dan Praktek*, hlm 28.

Menurut Kogan, fungsi pokok *public relations* adalah fungsi manajemen, sebagai peneliti dan penilai selera dan sikap masyarakat, menyelaraskan kebijakan organisasi dengan kepentingan umum, serta merumuskan dan melaksanakan sesuatu program kerja untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat.²⁷

Sementara Cutlip dan Center mengatakan bahwa fungsi *public relations* meliputi hal-hal sebagai berikut²⁸:

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- 2) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.
- 3) Melayani keinginan publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- 4) Membina hubungan secara harmonis antar organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal.

Rosady Ruslan menyatakan terdapat empat fungsi utama *public relations* adalah: *pertama*, bertindak sebagai komunikator dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik. *Kedua*, sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan publik eksternal. *Ketiga*, peranan *back up management* bahwa fungsi *public relations* melekat pada fungsi manajemen, berarti tidak dapat dipisahkan dari manajemen. *Keempat*, menciptakan citra perusahaan atau lembaga (corporate image) yang merupakan tujuan akhir dari suatu aktifitas program kerja *public relations campaign*, baik untuk keperluan publikasi maupun promosi.²⁹

(Ardianto, 2004) Op.Cit hlm 21.

Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, hlm 23.

Ruslan, *Kampanye Public Relations*, hlm 11.





- 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.

f. Tugas Humas

Tugas humas adalah keseluruhan kegiatan yang dijalankan suatu organisasi terhadap pihak lain dalam rangka pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan pihak lain itu demi tercapainya tujuan organisasi dengan sebaik-baiknya.³⁰ Tugas *public relations* secara umum adalah menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan atau lembaganya, tujuan dan kegiatannya.³¹

Melakukan studi dan analisis atau reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang *public acceptance* dan *non acceptance* atau cara-cara dan pelayanan perusahaan kepada perusahaan.³²

Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tugas humas adalah³³:

- 1) Menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan tepat atas organisasi, baik itu berkenaan dengan kebijakan, produk, jasa maupun dengan para personilnya.
- 2) Memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi maupun kepentingan-kepentingan organisasi dan menyampaikan setiap informasi yang

Azzaah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di MTs Anjung Morawa," hlm 2.

Jefkins, *Public Relations*, hlm 28.

Ibid.

Ibid.



- 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.

penting ini langsung kepada pihak manajemen atau pimpinan untuk ditanggapi atau ditindak lanjuti.

- 3) Memberi nasehat atau masukan kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, berikut berbagai teknik untuk mengatasinya.
- 4) Menyediakan berbagai informasi kepada khalayak, perihal kebijakan organisasi, kegiatan, produk, jasa dan personalia selengkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dalam rangka menjangkau kepentingan khalayak.

2. Stakeholder

Pengertian stakeholder mengacu pada suatu bentuk kelompok-kelompok social manapun di masyarakat yang berhubungan dengan perusahaan. Secara definitif, stakeholder memiliki pengertian sebagai “sebagian anggota masyarakat, atau kelompok individu, masyarakat (tidak semua) yang berasal dari wilayah perusahaan tersebut berdiri, wilayah negara dan bisa juga negara lain (global) yang mempunyai pengaruh terhadap jalannya suatu perusahaan” (Rudito, 2005:93-107). Kelompok-kelompok tersebut mempunyai suatu kepentingan satu dengan lainnya. Atau dengan kata lain pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan mempunyai pengaruh terhadap jalannya suatu perusahaan.

Mengacu pada pengertiannya, stakeholder berarti seseorang atau organisasi yang mempunyai bagian dan kepentingan pada bentuk perusahaan (Oxford Dictionary, 1995). Mitchell (1997, dalam Magness, 2008) mendeskripsikan bahwa status stakeholder memiliki 3 karakteristik atau factor utama: yaitu kekuasaan, legitimasi, dan urgency atau kepentingan. Legitimasi mengacu pada penerimaan social dan perilaku yang diharapkan. Kekuasaan, menurut kegunaannya, mengacu pada sikap untuk mengendalikan sumber daya. Urgensi muncul ketika muncul isu yang menuntut adanya perhatian. Ketiga atribut ini telah terkonstruksi dan berakar secara social dalam kehidupan bermasyarakat begitu 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.

migas muncul. Salah satu stakeholder dalam pelaksanaan CSR adalah pemerintah; selain dari perusahaan itu sendiri dan masyarakat.³⁴

Dasar dari bisnis terletak pada membangun hubungan dan menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan (stakeholder). Meskipun masing-masing perusahaan memiliki pemangku kepentingan yang berbeda tergantung pada industri dan model bisnisnya, namun seluruh stakeholder memiliki peranan yang sama pentingnya bagi perusahaan. Teori stakeholder berpendapat bahwa para pemangku kepentingan akan saling bergantung atau terkait.

Stakeholder adalah kelompok maupun individu-individu yang dapat mempengaruhi mencapai tujuan perusahaan atau mereka yang dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan pada saat perusahaan mengejar tujuannya (Solihin:51:2010). Teori stakeholder merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (stakeholder) perusahaan bertanggung jawab (Adila,2016). Tujuan dari manajemen stakeholder adalah merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea,2001).

Perusahaan harus menjaga hubungan stakeholdernya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja pasar atas produk perusahaan dan lain-lain.Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan melaksanakan CSR diharapkan keinginan dari stakeholder dapat terakomodasi sehingga akan stakeholdernya. Hubungan yang harmonis dapat akan berakibat pada perusahaan yang dapat mencapai keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya. Teori Stakeholder menurut (Ghozalidan Chairi,2007) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas

³⁴ Rudi Saprudin Darwis¹, Risna Resnawaty², Dessy Hassanah³ *Peran Pemerintah Dalam Kolaborasi Stakholders Pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR)* (jurnal unpad April 2019)



- 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.

yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan stakeholder kepada perusahaan tersebut.³⁵

3. Corporate Social Responsibility

a. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.³⁶ Secara konseptual, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.³⁷ Artinya pihak perusahaan harus melihat jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan program pemaksaan tapi bentuk rasa kesetiakawanan terhadap sesama umat manusia, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang mendera mereka. Dan efeknya nanti bagi perusahaan itu juga.

Mengacu pada teori perencanaan strategi (*strategic planning*) maka kegiatan CSR merupakan bagian dari aktivitas komunikasi *public relations* perusahaan. Oleh karena itu, tahapan strategi keterlibatan stakeholder dalam *corporate social responsibility* menggunakan tahapan manajemen *public relations*. Tahapan manajemen menurut Cutlip, Center dan Broom:³⁸

³⁵ Suhandri M. Putri, Schema CSR, Kompas, 4 Agustus 2007. Dalam Hendrik Budi Untung, *Corporate Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1.

³⁶ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 103.

³⁷ Mufid Salim, *Tahapan Community Relations dalam Kegiatan CSR Konservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap Kegiatan CSR PT. Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Mulia)*, Jurnal Komunikasi Profetik Vol 7 No. 1 April 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.

1) Mendefinisikan masalah (*defining the problem*)

Tahapan awal ini meliputi kegiatan mengenali situasi sekitar (*situation analysis*), baik situasi internal di dalam perusahaan maupun eksternal di luar perusahaan. Pengenalan situasi lingkungan ini dilakukan dengan cara riset atau pencarian fakta yang ada dilapangan. Kemudian setelah fakta ditemukan, akan diketahui “apa yang terjadi saat ini? (*what happening now?*)”

2) Perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*)

Tahapan kedua ini mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada tahap pertama kedalam kebijakan dan program organisasi (*strategi*). Di dalamnya termasuk menentukan sasaran program, siapa saja yang menjadi publik dari perusahaan dan juga tujuan program. Tahap ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan “ apa yang harus dilakukan dan dikatakan? (*what should we do and say?*)” serta “mengapa melakukan hal tersebut?”

3) Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking actions and communications*)

Tahapan ketiga adalah melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang telah dirancang sejak awal untuk mencapai tujuan tertentu (*implementations*). Di dalamnya termasuk program tindakan, program komunikasi dan pelaksanaan program. Pada tahap ini pertanyaan yang harus dijawab adalah “siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan, dimana dan bagaimana? (*who should do and say it, when where and how?*)”

4) Evaluasi program (*evaluating the program*)

Tahapan terakhir mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan pelaksanaan dan hasil program, untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan suatu program (*assessment*). Program dapat dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan

“bagaimana kita telah melakukannya? (*how we do?*)”. penyesuaian dan perbaikan terhadap tindakan atau komunikasi yang telah dilaksanakan berdasarkan pada umpan balik (*feed back*) yang diterima.

Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ruang lingkup CSR dalam buku ini dibagi menjadi tiga, ruang lingkup CSR dalam arti sempit, ruang lingkup CSR dalam arti luas dan ruang lingkup CSR menurut perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Dalam lingkup yang sempit CSR mencakup antara lain:

1. Tanggung jawab sosial kepada karyawan;
2. Tanggung jawab sosial kepada stakeholder, yakni pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi, yaitu konsumen dan mitra kerja;
3. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat umum. Ruang lingkup CSR pada masyarakat umum pembangunan masyarakat local (masyarakat yang ada di sekitar korporasi) dan atau masyarakat umum (sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi). Masyarakat umum bukan termasuk konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya.

Ruang lingkup CSR dalam arti luas meliputi antara lain:

1. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan;
2. Tanggung jawab sosial terhadap hak asasi manusia;
3. Tanggung jawab sosial perusahaan dan anti korupsi.

Pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia tentang ruang lingkup CSR tidak seragam, ada yang memandang CSR sebagai kegiatan philanthropy atau kedermawanan sosial dari korporasi untuk membantu orang miskin. Ada juga perusahaan yang memandang CSR sebagai keikutsertaan korporasi dalam pembangunan bangsa bersama-sama pemerintah.



- 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

Bagi Bakrie & Brothers misalnya, CSR bukan hanya merupakan aksesoris, pelengkap atau sekedar kepatutan, namun lebih jauh dari itu harus menjadi komitmen dalam bisnis yang dijalankan. Karena itu, ruang lingkup CSR bagi Bakrie & Brothers mencakup empat hal, yaitu:

1. Tanggung jawab sebagai warga negara yang baik;
2. Tanggung jawab etis;
3. Tanggung jawab dalam menjunjung hukum
4. Tanggung jawab terhadap nilai ekonomi dari bisnis.

Bagi PT Indah Kiat Pulp and Paper menganggap CSR adalah suatu program yang bersifat kualitatif dan sulit diraba dalam hal menentukan tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan penerapan CSR tersebut. Akan tetapi, perusahaan berasumsi bahwa apabila antara perusahaan, karyawan dan masyarakat hanya terjadi sedikit gesekan konflik maka perusahaan dianggap telah berhasil dalam pelaksanaan program CSR. Ruang lingkup CSR Indah Kiat Pulp and Paper lebih difokuskan pada masyarakat yang bertujuan untuk mengubah mindset dari pandangan negatif masyarakat terhadap keberadaan perusahaan.³⁹

Sementara bagi Medco Energi, CSR merupakan bagian tak terpisahkan dalam upaya pencapaian keberlanjutan usaha. Ruang lingkup CSR Medco Energi lebih difokuskan pada masyarakat, baik dalam bentuk pemberian bantuan (*charity*) maupun pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang bertujuan untuk:

1. Menyediakan akses untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kehidupan spiritual;
2. Membantu perbaikan infrastruktur yang menunjang peningkatan kualitas pendidikan dan kehidupan spiritual;
3. Mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran dengan memberdayakan usaha kecil dan;

Julia, Rahayu dan Yudi, *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility PT Indah Kiat Pulp and Paper Serang*, (Universitas Jambi: 2010), H. 172.



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

4. Memberi bantuan kemanusiaan bagi masyarakat korban bencana alam. Dari tujuan inilah kemudian dibuat program CSR yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat.⁴⁰

Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Pada dasarnya dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ada banyak manfaat yang akan diterima. Sebagaimana yang dikatakan oleh Suhandri M.P. bahwa manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi perusahaan antara lain:⁴¹

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- 7) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan

Manfaat lain yang akan dirasakan oleh pihak perusahaan dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* berdampak jangka panjang. Salah satunya jika ternyata perusahaan menemukan potensi lain di daerah tersebut maka masyarakat dan pemerintah di sana akan dengan cepat mendukung keberadaan perusahaan.⁴²

2.3 Kerangka Pikir

Dengan dilatar belakangi kerangka teoritis, selanjutnya penulis merumuskan suatu kerangka fikir yang nantinya dapat dijadikan sebagai tolak

Mukti Fajar dan A. Muchaddan Fahham, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Penerapannya pada Perusahaan di Indonesia*, (Pustaka Pelajar Yogyakarta: 2012), h. 11-117

Suhandri dalam Hendrik Budi Untung *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) hlm 6-7

Irfan Fahmi, *Etika Bisnis: Teori, Kasus dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm 83.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Himpunan Ilmiah UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

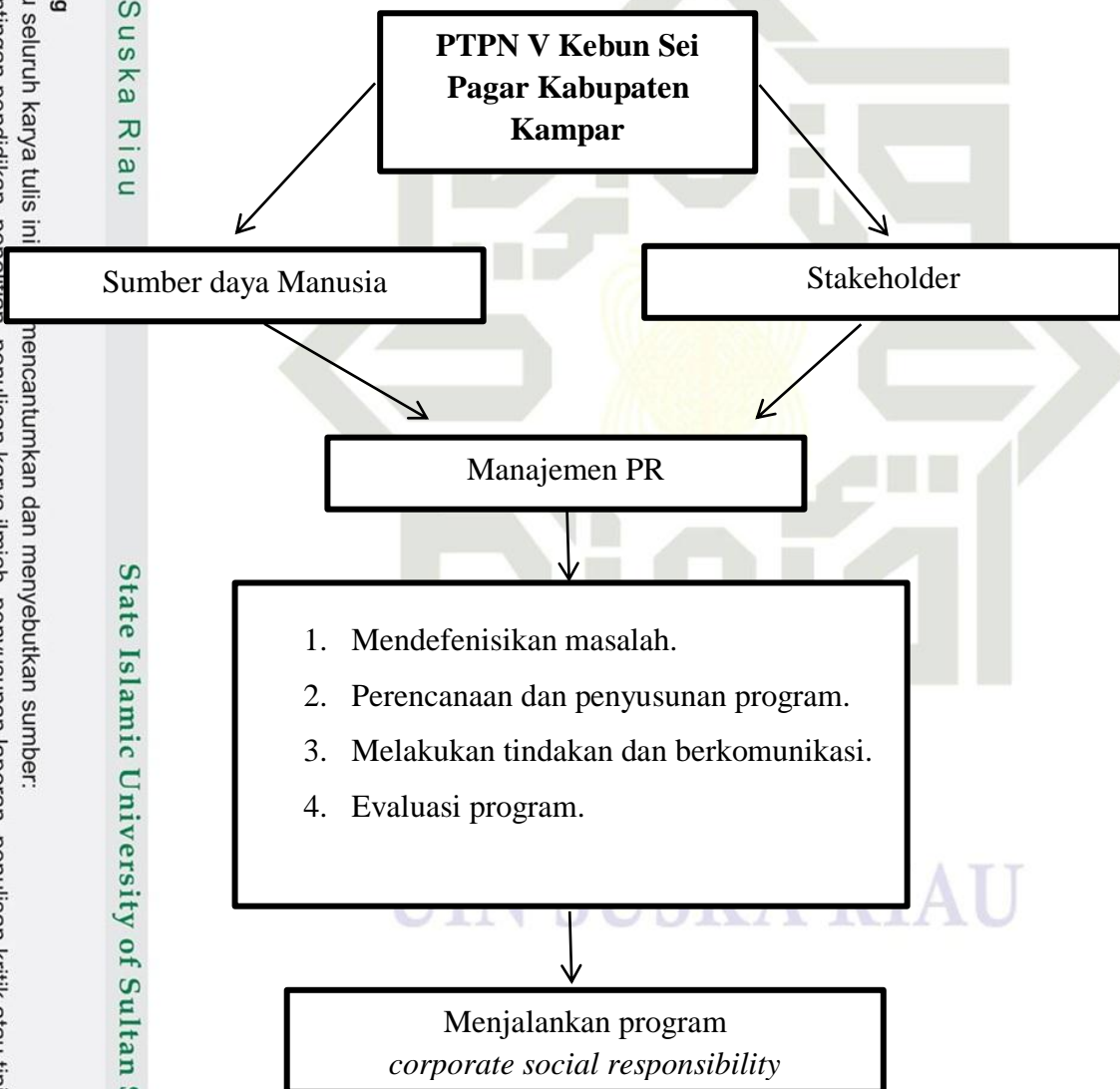
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

ukur dalam penelitian. Adapun indikator-indikator dalam penelitian ini terbagi atas beberapa bagian, yaitu:

1. Mendefenisikan masalah (*Defining the problem*)
2. Perencanaan dan Penyusunan program (*Planning and Programming*)
3. Aksi dan Komunikasi (*Action and Communications*)
4. Evaluasi (*Evaluating*)

**Gambar 2.1
 Kerangka Pikir**



Sumber: Olahan Penulis, 2023



2. Data Sekunder

Data sekunder data adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan⁴⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder penulis adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku dan website dari PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar.

4. Informan Penelitian

Informasi adalah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian maka informan dapat dikatakan sama dengan responden. Informan ini merupakan orang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti tentang Strategi Keterlibatan Stakeholder Dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar. Adapun informan yang penulis libatkan dalam penelitian ini yaitu SDM (Personalia) merupakan informan Kunci, Kepala Desa, Kadus (sebagai informan pendukung).

No.	Nama	Jabatan	Jenis Informan
1.	Edy Priyanto	Pimpinan SDM	Kunci
2.	M. Rifli	Staff	Pendukung
3.	Ajin Pruwanto	Kepala Desa	Pendukung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data lengkap, penulis membutuhkan berbagai teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ* (pengamatan dalam kejadian) situasi ilmiah,

Ibid



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan nama penulis 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.

sesuai dengan tujuan-tujuan empiris).⁴⁷ Observasi yang penulis lakukan ada dengan melihat bagaimana keterlibatan stakeholder dalam *corporate social responsibility* di PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar.

Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Inti dari metode wawancara ini bahwa di setiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara (yang terakhir ini tidak mesti ada).⁴⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.⁴⁹

6 Validitas Data

Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas semantis. Hal Validitas data dalam penelitian komunikasi lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti.⁵⁰ Data yang berkaitan dengan penelitian yang menggunakan berbagai sumber data, seperti: mengumpulkan data dari kelompok, lokasi, dan waktu yang berbeda-beda sesuai dengan fakta menarik dilarangan.

Pada penelitian ini uji validitas yang akan digunakan adalah triangulasi. Menurut Moleong, metode triangulasi merupakan proses

Jalaluddin Rahkmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004), 83.

Nazir, Moh, *Metode Penelitian*, (Bandung: Ghalia Indonesia), 1999), 234.

Rahmad Kriyanto, 2008, hlm 118

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007), 97.



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.

membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda⁵¹.

Sedangkan triangulasi dibagi atas empat model, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi situasi, triangulasi metode, triangulasi teori⁵². Dalam penelitian ini penulis menggunakan Triangulasi metode, yang mana Triangulasi ini adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Pelaksananya dapat juga dengan cara cek dan recek.

2.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti menggunakan model Miles dan Humbermen dalam buku “Metode Penelitian Kualitatif” yang meliputi⁵³:

1) Pengumpulan Data

Data yang didapat peneliti dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan di atas melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

2) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

3) Penyajian Data

Data-data yang diperoleh langsung dilapangan berupa hasil wawancara, dokumentasi dan penelusuran data *online* akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2004), 30.
 Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2004), 41.
 Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Remaja, 2002), 248.

4) Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hal yang paling penting dalam setiap penelitian dimana kesimpulan merupakan hasil dari apa yang peneliti cari dalam sebuah penelitian yang didasarkan pada penggabungan informasi yang disusun secara tepat dalam penyajian data.



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 IV GAMBARAN UMUM

4.1 Profil Instansi

Secara efektif Perusahaan mulai beroperasi sejak tahun 1996 dengan Kantor Pusat di Pekanbaru. Saat ini Kantor Pusat Perusahaan berkedudukan di Jl. Rambutan No. 43 Pekanbaru, dengan unit-unit usaha yang tersebar di berbagai Kabupaten di Provinsi Riau. PTPN V Propinsi Riau Sampai dengan saat ini terdapat 51 satuan unit kerja yang dikelola yang terdiri dari 1 Kantor Pusat, 2 Unit Bisnis Strategis, 25 unit Kebun Inti; 12 unit Pabrik Kelapa Sawit; 1 Unit Pabrik Kernel Oil; 3 Unit Pabrik Pengolahan Karet dan 3 Rumah Sakti. Perusahaan mengelola kebun dengan luas 161.617 Ha, terdiri dari 87.091 ha serta Kebun inti dan 74.526 ha kebun plasma. Kebun Inti/KKPA Sei Pagar adalah salah satu unit usaha perkebunan milik BUMN PT. Perkebunan Nusantar V yang berada di bawah Distrik Timur.

Kebun Sei Pagar berlokasi di Desa Hang Tuah, Desa Pantai Raja, Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar, dengan luas Areal Konsensi 2.944,61 Ha . Secara geografis berada pada posisi 12 : 20 Lintang utara & 101 26''-101 26 Bujur Timur, dan terletak di ketinggian 7-30 m di atas permukaan laut. Pabrik Kelapa Sawit (PKS) Sei Pagar memiliki kapasitas 30 Ton/Jam yang mengolah bahan baku dari Kebun Inti (Kebun Sei Pagar), KKPA, plasma dan pihak ketiga, dengan luas areal 6,50 Ha (Inc dalam areal konsesi Kebun Sei Pagar). Mengelola KKPA (*Kredit Koperasi Primer Anggota*) seluas 2.968, 10 yaitu areal Tanaman Kelapa Sawit terdiri dari 5 KUD, berdiri di bangsan tahun 2001, 2003, & 2006 bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup petani/masyarakat di sekitar Kebun Inti/KKPA Sei Pagar

4.2 Visi dan Misi

1. Visi

Visi akan menjadi perusahaan perkebunan yang tangguh yang mampu tumbuh dan berkembang dalam persaingan global. Visi perusahaan telah mengalami 3 kali perubahan sesuai dengan kebutuhan

dalam rangka pengembangan perusahaan. Penjelasan secara detail visi perusahaan diuraikan dibawah ini :

a) Perusahaan perkebunan

Bisnis utama (cover Busines) perusahaan adalah industry perkebunan.

b) Tangguh

Tangguh dalam arti mempunyai kekuatan dalam persaingan dalam persaingan yang tajam

c) Tumbuh

Tumbuh atau berkembang dalam arti memperluas segmen pasar mengurangi potensi dan memperbesar skala ekonomi dan perusahaan juga akan melakukan kerjasama dengan perusahaan lain dalam industry yang sama.

d) Berkembang

Perusahaan akan mengembangkan bisnis yang selama ini disediakan perusahaan lain (pemasok atau pun distributor). Hal ini dapat dilakukan dengan mendirikan perusahaan – perusahaan kecil baru untuk memasok bahan dan barang setengah jadi untuk kebutuhan produk maupun jasa.

e) Persaingan global

Perusahaan akan terus berupaya agar dapat tumbuh berkembang dalam persaingan di era globalisasi perusahaan harus mempunyai kekuatan dalam hal produk kemampuan dasar keuangan dan manajemen.



- 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. Misi

© Hak Cipta dan Merek 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.

Misi mengelola agrobisnis kelapa sawit dan karet secara efisien bersama mitra untuk kepentingan stakeholder berwawasan lingkungan unggul dalam pengembangan sumber daya manusia dan teknologi. Penjelasan secara detail misi perusahaan diuraikan dibawah ini :

a. Agrobisnis

Adalah suatu kegiatan bisnis dalam industry perkebunan yang mencakup kegiatan di hulu dan hilir.

b. Kelapa sawit dan karet

Adalah jenis budidaya yang dikelola dan menjadi acuan bisnis (Cover Business)

c. Efisiensi

Adalah ukuran yang menunjukkan bagaimana baiknya sumber-sumber daya digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk dan jasa.

d. Mitra

Dalam melakukan kegiatannya perusahaan mengembangkan dan menjalankan prinsip kemitraan untuk tumbuh dan berkembang bersama (growth for equality).

e. Kepentingan pemegang saham

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan akan terus berupaya memperhatikan kepentingan stakeholder-nya.

f. Berwawasan lingkungan

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan kualitas

lingkungan hidup ditempat beroperasi dan meningkatkan kesadaran kepada seluruh jajarannya akan pentingnya pelestarian lingkungan.

g. Unggul

Perusahaan akan terus menerus meningkatkan daya saing melalui keunggulan SDM dan teknologi yang di miliki oleh perusahaan.

4.3 Logo dan Motto PTPN V (PT Perkebunan Nusantara V Sei Pagar)

Gambar 4.1 Logo PTPV V Sei Pagar



Logo PTPN V ini menggunakan logo yang menyerupai daun kelapa sawit berkembang dan melekuk halus tanpa ujung tajam. Logo ini telah diresmikan di Gedung Serba Guna Kantor Pusat PTPN V Jalan Rambutan No 43 Pekanbaru. Dan logo tersebut mempunyai makna di setiap warna daunnya, warna kuning/orange mempunyai arti berupa minyak mentah kelapa sawit, hijau mempunyai arti perkebunan ramah lingkungan. Sedangkan biru mempunyai arti perusahaan yang siap bersaing secara global dan menjadi wadah bagi semua elemen penting perusahaan. Logo ini telah disetujui dan ditanda tangani oleh Menteri BUMN Dahlan Iskan dengan Nomor : S-150/MBU/2013 Tanggal 7 Maret 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.



4.4 Struktur Organisasi

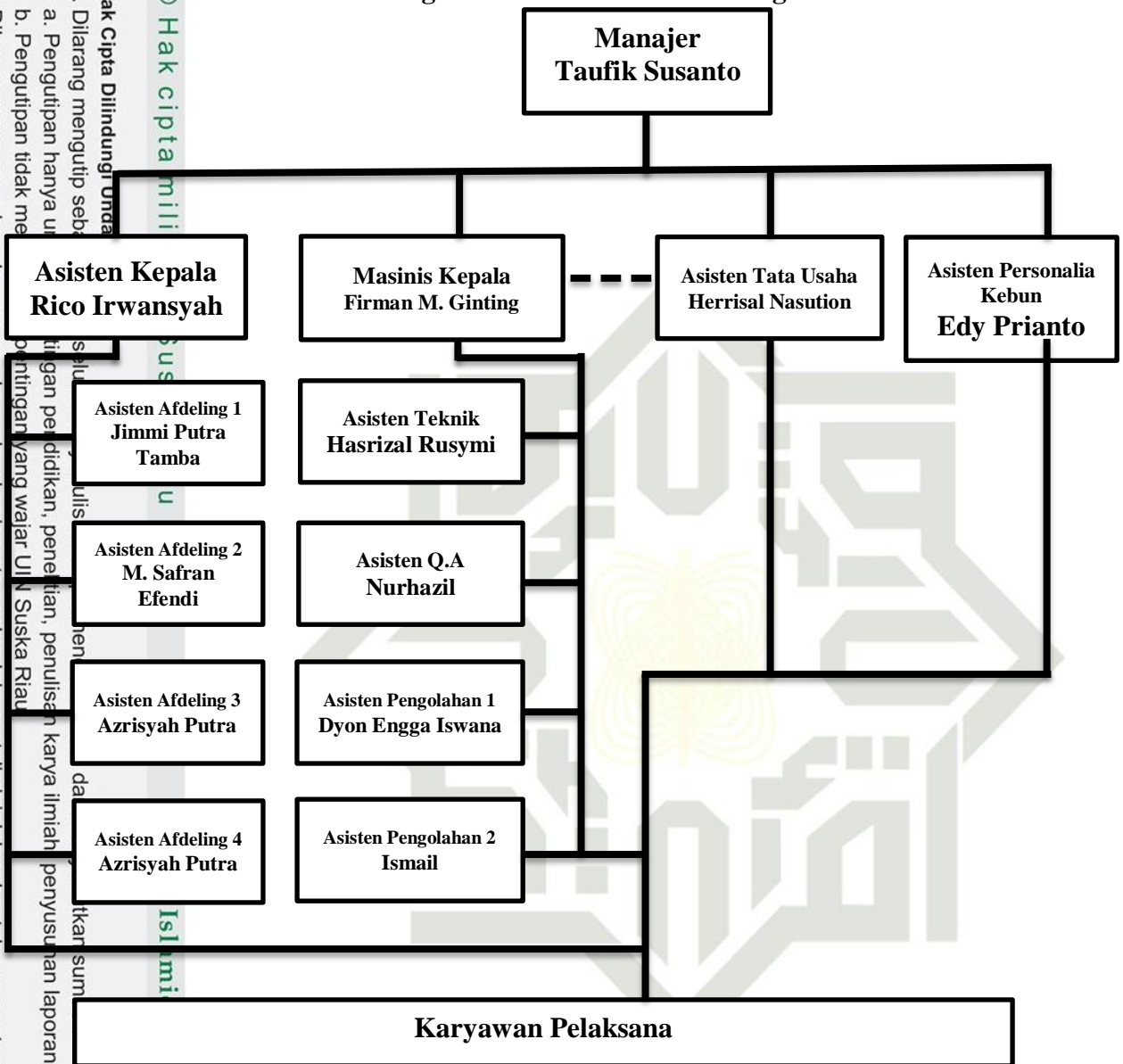
Struktur organisasi merupakan gambaran tentang kerangka dan susunan perwujudan dari hubungan diantara fungsi, bagian posisi maupun orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, kewajiban dan tanggung jawab bagi masing-masing anggota organisasi. Dengan terciptanya struktur organisasi yang baik akan terciptanya suatu kerjasama yang harmonis antara sesama anggota organisasi sehingga tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya akan tercapai sesuai harapan masing-masing anggota perusahaan.

Struktur organisasi di PT. Perkebunan Nusantara V Sei Pagar adalah struktur organisasi garis dan staf. Pimpinan tertinggi dipegang oleh seorang Manager yang bertanggung jawab langsung kepada Direksi. Dalam tugasnya manager dibantu oleh staf-stafnya yaitu Asisten Teknik, Asisten Pengolahan, Asisten Administrasi Pabrik, Asisten Pengendalian Mutu dan Perwira Pengaman yang masing-masing dibantu oleh Karyawan Pelaksana dibawahnya.

Struktur organisasi PT. Perkebunan Nusantara V Kebun Sei pagar dapat dilihat pada gambar berikut:

- © Hak cipta dan hak milik 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.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Kebun & Pks Sei Pagar



4.5 Fungsi Jabatan

Manajemen PKS Sei Pagar menerapkan Sistem Manajemen Perkebunan yang terintegrasi untuk Sistem Manajemen Mutu, Lingkungan dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan merujuk kepada Standard Sistem Manajemen versi terakhir yaitu ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 dan SMK3 PP No.50 Tahun 2012. Manajemen telah menetapkan, mendokumentasikan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin dari penerbit.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak boleh menimbulkan kerugian yang wajar untuk penerbit.
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

UIN Suska Riau

menerapkan, memelihara dan memperbaiki Sistem Manajemen Terintegrasi ini secara berkelanjutan.

4.1 Kebijakan K3

Kebijakan K3 PKS Sei Pagar ditetapkan dengan merujuk kepada Kebijakan PTPN V yang ditetapkan oleh Direksi PT Perkebunan Nusantara V. Kebijakan ini disusun dengan telah mempertimbangkan kondisi K3 saat ini dan melalui proses konsultasi antara Manajemen dengan wakil pekerja.

4.2 Panitia Pembina Keselamatan dan Kesehatan Kerja (P2K3)

Organisasi P2K3 adalah organisasi bidang K3 yang bersifat wajib sesuai dengan Permenaker No.04 Tahun 1987. Organisasi P2K3 terdiri dari:

- a. Ketua yang dijabat oleh Manager,
- b. Sekretaris, adalah seorang Ahli K3 Umum, dan
- c. Anggota, merupakan wakil pekerja dari setiap bagian.

Manajemen telah menetapkan Sasaran K3 pada fungsi yang relevan dengan mempertimbangkan risiko, peraturan perundang-undangan dan persyaratan yang terkait, sumber daya yang dimiliki (sumber daya manusia, infrastruktur, keuangan) dan pandangan dari pihak-pihak yang terkait.

Sasaran K3 yang ditetapkan adalah konsisten dengan kebijakan organisasi, terukur dan dapat dicapai dalam periode waktu yang ditentukan.

4.3 Program Untuk Mencapai Sasaran Mutu, Lingkungan dan K3

Untuk mencapai Sasaran K3 yang ditetapkan, Manajemen telah menentukan:

- a. Apa yang akan dilakukan
- b. Sumber daya apa yang diperlukan
- c. Siapa yang bertanggung jawab,
- d. Kapan selesainya, dan
- e. Bagaimana hasil akan dievaluasi.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan terkait Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

1. Mendefinisikan masalah (*Defining the problem*)

Dalam melakukan definisi masalah PTPN V Sei Pagar melakukannya dengan dua cara yaitu Observasi dan wawancara. Untuk menjalankan observasi dan wawancara dalam mengumpulkan informasi terkait program CSR apa yang akan dibuat membuat tim riset sebagai penanggung jawab dalam mengumpulkan data-data tersebut.

2. Perencanaan dan Program (*Planning and Programming*)

Dalam perencanaan dan program ini ada dua langkah yang dilakukan HRD PTPN V Sei Pagar yaitu Pertama, Menetapkan program, Kedua, menjalin kerjasama dengan orang-orang yang memiliki pengaruh dalam program yang dirancang.

3. Aksi dan Komunikasi (*Action and Communication*)

Komunikasi yang digunakan PTPN V Sei Pagar dalam melaksanakan program CSR nya yaitu komunikasi interpersonal ataupun komunikasi kepada pihak yang memiliki pengaruh terhadap program yang dijalankan. Komunikasi ini dipilih dengan alasan agar potensi dari *miss communications* antara perusahaan dengan stakeholder kecil atau sedikit.

4. Evaluasi (*Evaluation*)

Dalam pengevaluasian ada dua cara yang dilakukan oleh PTPN V Sei Pagar, Pertama dengan melakukan diskusi dengan pihak internal perusahaan yang mana orang-orang yang terlibat adalah orang-orang yang memiliki pengaruh besar dalam menjalankan program, seperti manager dan staff . Kedua, dengan melakukan diskusi dengan stakeholder seperti kepala desa, Pengurus Masjid dan kepala sekolah.



6.2 Saran

1. Untuk SDM PTPN V Sei Pagar agar selalu meningkatkan kinerja dalam menjalankan program-program CSR agar bisa berjalan dengan efektif dan efisien sehingga keharmonisasian antara instansi dengan komunitas bisa selalu terjalin dengan baik.
2. Humas harus selalu menginovasi strategi dalam menjalankan program CSR baik itu dari segi programnya ataupun perencanaannya.
3. Kepada peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk dapat mengembangkan cakupan permasalahan yang baru dan berpengaruh yang belum terungkap dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin memanfaatkan sumber daya yang ada, tetapi penulis yakin masih banyak kesalahan dan kekurangan yang luput dari perhatian penulis. Untuk itu, bagi penulis yang berminat melakukan penelitian lanjutan agar dapat melakukannya dengan lebih objektif dan lebih sempurna. Agar penelitian ini dapat terungkap dengan lebih jelas.

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.



Sumber Lain-lain

1. Bunga Nayenggita¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³, *Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia (jurnal unpad juli 2019)*
2. Sulita, Rahayu dan Yudi, *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility PT Indah Kita Pulp and Paper Serang*, (Universitas Jambi: 2010)
3. Penerapannya pada Perusahaan di Indonesia, (Pustaka Pelajar Yogyakarta: 2012)
4. Rahmadani¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³ *Fungsi Corporate Social Responsibility Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (Jurnal unpad vol 8)*
5. Rahmadani¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³ *Fungsi Corporate Social Responsibility Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (Jurnal unpad vol 8)*
6. Yudi Saprudin Darwis¹, Risna Resnawaty², Dessy Hassanah³ *Peran Pemerintah Dalam Kolaborasi Stakholders Pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) (jurnal unpad April 2019)*
7. Mufid Salim, *Tahapan Community Relations dalam Kegiatan CSR Konservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap Kegiatan CSR PT. Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Mulia)*, Jurnal Komunikasi Profetik Vol 7 No. 1 April 2014.
8. Sherly Dwi Fedora dan Risca Fleureta Hudiyono, *Analisi Pemangku Kepentingan (Stakeholder) pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) dan Kesekretariatan PT. Semen Padang*, Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Vol 02 Nomor 01 2019
9. Suhanda M. Putri, *Schema CSR*, Kompas, 4 Agustus 2007. Dalam Hendrik Budi Hartung, *Corporate Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)
10. Nur Arifudin, *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam prespektif Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Ummul, Desember 2008 Vol 04 No. 02

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.

Gambar 5.1
Penyerahan bantuan dana untuk pembangunan Masjid Nur Hidayah Kampung Pinang



Gambar 5.2
Penyerahan 1 unit computer ke SD 008 Desa Hangtuah



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.

Gambar 5.3 Bantuan dana untuk Turnamen Sepak Bola di desa Gobah



Gambar 5.4 Penyerahan Bantuan Beras



- Hak Cipta
1. Dilarang untuk menyalin, menduplikasi, atau menyalin kembali 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.



BIODATA PENULIS

Rio Witono lahir di Desa Hangtuh pada tanggal 15 Januari 1997 merupakan anak dari pasangan Ayahanda Poniran Susianto dan Ibunda Enung Suliawati. Pada tahun 2011 menamatkan sekolah Dasar pada SDN 008 Hangtuh dan melanjutkan pendidikan SMPN 1 Perhentian Raja dan lulus pada Tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan ke SMA N 1 Perhentian Raja dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan S-1 Fakultas Dakwah jurusan Ilmu Komunikasi. Karya tulisnya berjudul “**Strategi PTPN V Kebun Sei Pagar Kabupaten Kampar Bersama Dengan Stakeholder Dalam Melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR).**”