

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. TASPEN (PERSERO) MAKASSAR DALAM  
PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BINA  
LINGKUNGAN DI KECAMATAN PATTALASSANG  
KABUPATEN GOWA**

***Communication Strategy PT. Taspen (PERSERO) Makassar in the Community  
Development Corporate Social Responsibility Program  
in Pattalassang District, Gowa Regency***

**Deasy Millenia Mulyadi**

[desymilenia772@gmail.com](mailto:desymilenia772@gmail.com)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Abdul Majid**

[abd.Majid@umi.ac.id](mailto:abd.Majid@umi.ac.id)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Ahdan**

[ahdan.s@umi.ac.id](mailto:ahdan.s@umi.ac.id)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the strategy of PT. Taspen (PERSERO) Makassar in determining & utilizing CSR programs for environmental development, namely in Patalassang District, Gowa Regency. This research method uses a descriptive qualitative approach, taking place at PT. Taspen (PERSERO) Makassar. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. Miles & Huberman's interactive model analysis technique is to collect, reduce data, present data, and draw conclusions. The results of the study that the communication strategy in determining the CSR program at PT. Taspen (PERSERO) Makassar using the POAC (Planning, Organizing, Actuating and Controlling) principles and looking at the resources available in the company, stakeholders (stakeholders) and seeing the needs of the community so that the budget issued is right on target. Communication strategy of PT. Taspen (PERSERO) Makassar in utilizing this CSR program, it can be seen that the 2 units ambulance assistance program distributed by PT. Taspen Makassar is able to provide great benefits to the community / improve the welfare of the people in Pattalassang so that the company has the opportunity to cooperate with other parties and improve social environmental sustainability with this CSR program, it can improve a positive image for the company*

**Keywords:** *Strategy, Communication, CSR, Community Development, PT. Taspen*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi PT. Taspen (PERSERO) Makassar dalam menetapkan & memanfaatkan program CSR untuk pembangunan lingkungan yaitu di Kecamatan Patalassang, Kabupaten Gowa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan mengambil tempat di PT. Taspen (PERSERO) Makassar. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis model interaktif Miles & Huberman adalah dengan mengumpulkan, mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Hasil Penelitian bahwa Strategi komunikasi dalam penentuan program CSR di PT. Taspen (PERSERO) Makassar dengan menggunakan prinsip POAC (Planning, Organizing, Actuating and Controlling)

serta melihat sumber daya yang ada di perusahaan, stakeholders (pemangku kepentingan) dan melihat kebutuhan masyarakat sehingga dapat dipastikan anggaran yang dikeluarkan tepat sasaran. Strategi komunikasi PT. Taspen (PERSERO) Makassar dalam pemanfaatan program CSR ini, terlihat bahwa program bantuan ambulans 2 unit yang disalurkan oleh PT. Taspen Makassar mampu memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat/meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Pattalassang sehingga perusahaan memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain serta meningkatkan kelestarian lingkungan hidup sosial dengan adanya program CSR ini, dapat meningkatkan citra positif bagi perusahaan

**Kata Kunci:** Strategi, Komunikasi, CSR, Bina Lingkungan, PT. Taspen

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pada awalnya tanggung jawab sosial dilakukan dengan sukarela untuk membangun citra positif dimata masyarakat. Namun sejak tahun 2007 ditetapkan perundang-undangan yang memuat kaidah implementasi tanggung jawab sosial yang terdapat pada undang-undang nomor 40 Tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan untuk memiliki usaha berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. CSR sudah diatur oleh pemerintah dalam UU nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 ayat 1 tentang corporate social responsibility (CSR) yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang bersangkutan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah tersebut merupakan regulasi Pemerintah mengenai Corporate Social Responsibility (CSR). Regulasi tersebut memuat tiga aspek persepsi. Pertama, anggapan bahwa CSR hanya merupakan kewajiban dari perusahaan. Kedua, ada juga anggapan bahwa adanya ekspektasi tersendiri dari masyarakat atau pemangku kepentingan mengenai pentingnya CSR sehingga jika ekspektasi tersebut terpenuhi maka perusahaan menganggap bahwa CSR sebagai suatu kelayakan karena memang sudah sewajarnya perusahaan tersebut memenuhi ekspektasi dari pemangku kepentingannya. Ketiga, ada juga perusahaan yang tidak mengikuti regulasi yang ada.

Meskipun masih multi tafsir dan mengundang perdebatan serius. Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib bertanggung jawab terhadap masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan. CSR yang semestinya di ranah sukarela, sekarang digiring ke ranah wajib. Menyikapi hal ini, perusahaan tentu harus menerjemahkan CSR dalam kerangka logis untuk memberikan manfaat bagi pembangunan berkelanjutan perusahaan, stakeholder. Meski berdasarkan latar belakang pada penelitian diatas maka dari itu Peneliti tertarik dengan judul “ **Strategi Komunikasi PT. Taspen (PERSERO) Makassar Dalam Program Corporate social responsibility Bina Lingkungan di Kecamatan Patalassang Kabupaten Gowa**”

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi penentuan program CSR bina lingkungan pada PT. TASPEN (PERSERO)?
2. Bagaimana strategi pemanfaatannya program CSR bina lingkungan Di Kecamatan Patalassang?

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana penentuan program CSR bina lingkungan pada PT. TASPEN(PERSERO).
2. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatannya program CSR bina lingkungan Di Kecamatan Patalassang

## **Tinjauan Pustaka**

### **Strategi Komunikasi**

Dalam buku “Perencanaan & Strategi Komunikasi” menurut Hafied Cangara menjelaskan bahwa kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagaiseni perang para jenderal (The Art of General), atau sesuatu rancangan yang terbaik untukmemenangkan rancangan (Cangara, 2013:61).

### **Corporate Social Responsibility**

Michael Hopkins, menyatakan CSR berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap stakeholders baik yang berada didalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan, secara etis atau bertanggung jawab dengan memperlakukan stakeholders dengan cara yang bisa diterimanya.(Azheri, 2012:26). Arti lain dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar perusahaan berada. Contoh dari bentuk tanggung jawab itu dapat bermacam- macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum serta sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

### **Bina Lingkungan**

Bina Lingkungan merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh PT TASPEN (PERSERO) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berupa pemberian bantuan maupun penyuluhan dalam peran aktifnya untuk membantu Pemerintah, pengentasan kemiskinan, dan memajukan kehidupan masyarakat wilayah operasi bisnisnya.

Program kemitraan merupakan program yang memiliki fokus kerja dalam mengembangkan aspek pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemberian pinjaman dana kemitraan untuk modal kerja dan investasi serta bantuan pembinaan berupa bantuan pelatihan manajemen usaha, bantuan pemasaran (promosi/ pameran), dan lain-lain. Program ini bertujuan meningkatkan kompetensi usaha mikro dan kecil sehingga mampu menjadi usaha yang unggul dan mandiri serta mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja baru. Melalui program kemitraan ini, TASPEN juga dapat berpartisipasi secara aktif dalam membantu Pemerintah mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan pengembangan dan pemberdayaan potensi masyarakat.

### **Teori Stakeholder (Freeman 1984)**

Menilai adanya hubungan antara perusahaan dan kelompok yang berbeda selain pemegang saham, bahwa para pemangku kepentingan dapat atau hampir selalu mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. Sutedi (2012: 39) teori stakeholder adalah ide tentang bagaimana suatu bisnis benar-benar bekerja, untuk setiap bisnis yang akan sukses harus menciptakan nilai bagi pelanggan, karyawan, masyarakat, dan pemilik modal.

### **Teori Konstruksi Sosial (Peter L. Berger dan Thomas Luckman (1966))**

Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

### **Teori Citra (Frank Jefkins )**

Citra merupakan suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya. Menurut Frank Jefkins, citra adalah sebuah kesan, gambaran atau impresi yang tepat sesuai dengan kenyataannya (real) mengenai suatu kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan

## **METODOLOGI**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis yang bersifat nonkuantitatif, seperti penggunaan instrument wawancara mendalam dan pengamatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif. yang berfokus pada non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dan Waktu Penelitian Lokasi Penelitian ini dilaksanakan Di.PT. TASPEN (PERSERO) Makassar dan Di.Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa dan waktu Penelitian ini dilakukan kurang lebih 2 bulan pada bulan Mei-Juni.

### **Informan**

Informan Penelitian Pegawai Taspen yaitu bapak Ruslam selaku Human Capital staff memiliki tugas mengorganisir PKBL ( Program Kemitraan Bina Lingkungan), Pegawai Taspen yaitu ibu Bella Octavia selaku Account Officer memiliki tugas hubungan eksternal perusahaan, Pegawai puskesmas Pattalassang selaku asisten apoteker yakni ibu Fetti Fajrianti Syamsuddin, A.Md.Farm, Warga Pattalassang yakni bapak Sikki sebagai wiraswasta, Warga Pattalassang yakni ibu Syamsiah sebagai ibu rumah tangga.

### **Jenis dan Sumber Data**

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama . sumber data ini berupa responden atau subjek riset dari hasil wawancara dan observasi.
- b. Data sekunder Merupakan data yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer.

### **Teknik Pengumpulan Data**

- a. Observasi atau pengamatan secara langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan.
- b. Wawancara adalah *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) atau suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi dengan topik penulisan.
- c. Dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal- hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, jurnal, majalah, agenda dan sebagainya. Dapat dipahami lagi bahwa metode dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau foto yang ada dan tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, surat kabar, buku, dan sebagainya.

### **Teknik Analisis Data**

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,
- b. Penyajian Data (*Data Display*) Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan.
- c. Penarikan Kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan yang juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama kurang lebih dua bulan sejak bulan Mei hingga Juni pada kelima informan dari pegawai PT. Taspen dan masyarakat patalassang, dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi langsung serta melakukan wawancara langsung terhadap informan. Berikut hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari para informan.

### **1. Strategi Penentuan Program CSR Bina Lingkungan PT. Taspen (PERSERO) Makassar**

Strategi penentuan dalam program CSR bina lingkungan ini melihat sumber daya yang ada di perusahaan serta melihat stakeholder dan kebutuhan masyarakat. Salah satu Tahap pertama, dimulai dengan upaya melihat dan menilai kebutuhan masyarakat dengan cara mengidentifikasi masalah yang terjadi dan mencari solusi yang tepat. Tahap kedua, perlu dibuat rencana aksi beserta anggaran, jadwal, indikator evaluasi, dan sumber daya yang diperlukan bagi perusahaan. Tahap ketiga, melakukan monitoring kegiatan melalui kunjungan langsung atau

melalui survey. Tahap keempat, melakukan evaluasi secara regular dan melakukan pelaporan untuk dijadikan panduan strategi dan pengembangan program selanjutnya. Evaluasi dilakukan pula dengan membandingkan hasil evaluasi dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan.

Dalam menentukan program diperlukan analisis swot sehingga perencanaan/planning yang maksimal tentu upaya yang dilakukan oleh PT. Taspem sudah sangat matang agar nantinya program yang dijalankan benar-benar bermanfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan harapan.

### **Analisis Swot Program PT. Taspem (PERSERO) Makassar**

analisis swot bahwa kekuatan (Strengths) program CSR yang berkelanjutan dan memberikan masyarakat dapat berkembang melalui program yang disalurkan, kedua kelemahan (Weakness) Program CSR bina lingkungan ini belum melakukan sosialisasi tetapi program kemitraan sudah melakukan sosialisasi langsung terhadap masyarakat dan Tim CSR masih kekurangan SDM, ketiga peluang (Opportunities) berkat program TJSL Taspem meraih 2 penghargaan pada tahun 2022 yakni penghargaan TOP CSR Awards dan Top Leader On CSR Commitment, keempat ancaman (Threats) Program yang bersifat sementara.

Berdasarkan informasi diatas dapat dipahami bahwa penentuan program CSR yang dilakukan dengan melihat sumber daya perusahaan serta stakeholder dan melihat kebutuhan masyarakat serta mengevaluasi sebelum/sesudah program itu dijalankan. Sehingga program ini benar bermanfaat bagi masyarakat serta menimbulkan antusias bagi masyarakat dan persepsi positif bagi masyarakat terhadap PT. Taspem (PERSERO) Makassar.

Keterkaitan antara rumusan masalah dengan teori stakeholders yaitu untuk menentukan program CSR melihat sumber daya perusahaan serta melihat para pemangku kepentingan (Stakeholder). Hal ini juga di dukung oleh teori stakeholder Freeman (1984) berpendapat bahwa menilai adanya hubungan antara perusahaan dan kelompok yang berbeda selain pemegang saham, bahwa para pemangku kepentingan dapat atau hampir selalu mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan

## **2. Strategi Pemanfaatan Program CSR Bina Lingkungan PT. Taspem (PERSERO) Makassar**

Strategi pemanfaatan program CSR bina lingkungan merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Dengan adanya program ini masyarakat sangat terbantu bukan hanya untuk jangka waktu yang pendek saja melainkan jangka waktu panjang.

Strategi pemanfaatan program CSR bina lingkungan PT. Taspem (PERSERO) Makassar ialah Corporate Social Responsibility (CSR) bukan hanya memberikan manfaat bagi masyarakat atau lingkungan, lebih dari itu, tanggung jawab itu merupakan sebuah bentuk timbal balik yang dibutuhkan oleh perusahaan itu sendiri. Dengan memberikan dampak positif kepada masyarakat, lingkungan, dan stakeholder, akan menciptakan sustainability atau keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang, yang tentunya memiliki nilai lain dari keuntungan atau profitabilitas.

Salah satu indikator keberhasilan program CSR PT. Taspem adalah masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Dalam penelitian ini dan bila perusahaan melakukan kegiatan yang positif dan bermanfaat untuk banyak pihak, perusahaan tersebut akan mendapatkan *feed back* yang positif pula. Selain itu berdampak positif pada masyarakat yaitu dapat membantu masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada intinya manfaat CSR bagi masyarakat ialah meningkatkan citra positif pada PT. Taspem dan berkesempatan kerja sama perusahaan dengan pihak lain serta meningkatkan kelestarian lingkungan hidup dan sosial.

Program CSR bina lingkungan PT. Taspen ini ialah program bantuan 2 unit ambulance dan diharapkan dapat membantu masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Sehingga perusahaan dapat citra yang baik bagi masyarakat disana. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pemanfaatan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Taspen sudah mensejahterakan masyarakat dan program yang dijalankan sudah berjalan dengan yang lancar sehingga membawa dampak positif bagi citra perusahaan.

Berdasarkan informasi diatas dapat dipahami bahwa pemanfaatan program CSR PT. Taspen ini sangat berguna bagi masyarakat dan program yang dijalankan oleh PT. Taspen berupa bantuan 2 unit ambulance dan diharapkan dapat menjalin hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat sehingga membuat citra positif bagi perusahaan.

Keterkaitan antara rumusan masalah dengan Teori Konstruksi Sosial dan Teori Citra yaitu untuk mengetahui pemanfaatan program CSR salah satu indikator keberhasilan program CSR adalah masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Hal ini juga didukung oleh Teori Konstruksi Sosial dimana mengkonstruksi atau membangun sosial masyarakat yang dimana dalam membangun masyarakat salah satu diantaranya adalah bina lingkungan sehingga dapat meningkatkan citra pada perusahaan bukan hanya itu saja Keterkaitan konsep dialektika pertama, eksternalisasi dengan pemanfaatan program CSR ini bahwa ditahapan ini masyarakat menanggapi adanya program CSR ini kedua, objektivitas kepercayaan masyarakat terhadap program CSR yang nyata dari PT. Taspen (PERSERO) Makassar ketiga, tahapan dimana masyarakat percaya dengan adanya program CSR ini akan memberikan manfaat bagi orang-orang yang membutuhkan. Teori Citra dalam manfaat CSR ini salah satu yang paling penting ialah perusahaan mampu membuat citra positif pada masyarakat. Dalam hal ini masyarakat merespon atas program CSR yang diberikan sehingga citra ini bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan seseorang, tugas perusahaan dalam membentuk citranya adalah mengidentifikasi citra seperti apa yang dibentuk dimata publik atau masyarakatnya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

**Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Komunikasi PT. Taspen (PERSERO) Makassar Dalam Program Corporate Social Responsibility Bina Lingkungan di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa ini sudah berjalan dengan baik**

Strategi komunikasi penentuan program CSR bina lingkungan pada PT. Taspen (PERSERO) Makassar dengan menggunakan prinsip POAC (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling) serta melihat sumber daya yang ada di perusahaan, pemangku kepentingan dan melihat kebutuhan masyarakat sehingga dapat dipastikan bahwa anggaran yang dikeluarkan dengan tepat sasaran. Berdasarkan analisis swot bahwa kekuatan (Strengths) program CSR yang berkelanjutan dan memberikan masyarakat dapat berkembang melalui program yang disalurkan, kedua kelemahan (Weakness) Program CSR bina lingkungan ini belum melakukan sosialisasi tetapi program kemitraan sudah melakukan sosialisasi langsung terhadap masyarakat dan Tim CSR masih kekurangan SDM, ketiga peluang (Opportunities) berkat program TJSL Taspen meraih 2 penghargaan pada tahun 2022 yakni penghargaan TOP CSR Awards dan Top Leader On CSR Commitment , keempat ancaman (Threats) Program yang bersifat sementara.

Strategi komunikasi PT. Taspen (PERSERO) Makassar dalam pemanfaatan program CSR ini dapat diketahui bahwa program bantuan ambulance 2 unit yang disalurkan oleh PT. Taspen Makassar mampu memberikan manfaat besar bagi masyarakat/meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Pattalassang sehingga perusahaan berkesempatan kerja sama dengan pihak lain serta meningkatkan kelestarian lingkungan hidup sosial dengan adanya program csr ini dapat meningkatkan citra positif bagi perusahaan.

## REFERENSI

### Buku

- Arifin, Anwar 1984 “Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas (Bandung: Armico)
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa, Konstruksi dan makna realitas sosial iklan televisi dalam masyarakat kapitalistik*. Yogyakarta:Jendela
- Berger, Peter. 1991. *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*. Jakarta:LP3ES
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Jalaludin, Rakhmat.1992. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rahman M. Nudzilal, Asep E., Emir Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penerbit Swadaya.

### Jurnal dan Skripsi

- Budiarti, Meilanny & Raharjo Tri Santoso “Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan,” *Jurnal Social Work*, Vol 1,2014 hal 13-29
- Cakri, Kirana L. 2017. “*Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Program Pemberdayaan Masyarakat (Community Development) Di Wilayah Ring I PT. Pertamina EP Asset 2 Limau Field*.” Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Palembang
- Larasati, Azzahra & Rini. “Strategi Corporate Social Responsibility Industri Pertambangan Batubara Di Kalimantan Pada Masa Pandemi Covid 19,” (Juli,2020), hal 1-7
- Nainggolan, Prastica A. “Strategi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Riau Andalan Pulp And Paper Di Kabupaten Pelalawan,” *Jurnal Jom Fisip*, Vol 2 (1) (Februari,2015), hal 1-10
- Ngangi, Charles. *Konstruksi Social Dalam Realitas Sosial*. Karya Ilmiah Volume 7 Mei 2011
- Nurdiansyah Dian Hakip, Sudrajat Dedi “Peranan Program CSR Perbankan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Karawang” *Jurnal Manajerial*, Vol 2 no. 2 Januari 2017. Hal 17
- Oktina, Sari, Sunardi, Hanifah & Sanjaya. “Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero),” *Jurnal Kompetensi*, Vol 14 (2) (Oktober,2020), hal 184-202
- Pilaradiwangshah, Binar. “Penerapan Corporate Strategi Social Responsibility (CSR) Sebagai Strategi Bisnis Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (Kantor Wilayah BRI Malang),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 4 (2), 2015. hal 1-8

- Rahmadhani, Alifa R.” Pengertian Masyarakat Menurut Para Ahli Serta Ciri & Unsurnya.” <https://tirto.id/pengertian-masyarakat-menurut-para-ahli-serta-ciri-unsur-unsurnya-gbbv> (akses 19 Januari 2022).
- Sjafirah, Dida & Pratiwi “ *Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota Bandung,*” Jurnal Kajian Komunikasi, Vol 6, 2018 hal 78-90
- Sulistianingsih, Astari. 2015.”*Strategi Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Study Deskriptif Terhadap PT. Taman Wisata Candi Brobudur, Magelang, Jawa Tengah)*”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Stacia Evelyn. 2015 “ Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Di Sektor Pertambangan”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petea, Surabaya.
- Tambunan, Arif A. 2020.”*Strategi Komunikasi CSR PT. Milano Marbau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Marbau Kabupaten Labuhan Batu Utara.*” Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah, Medan.
- Triyanto, Dwi. 2013.”*Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI).*” Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.