Vol. 3 No. 3, Juli 2021 JRMDK Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi e-ISSN: 2656-8330

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. INDAH KIAT PULP & PAPER MELALUI PROGRAM BEASISWA PENDIDIKAN DI KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURA

[1]Fitri Ami Ramadhani, [2] Sudianto
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Email: fitriami644@gmail.com

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility adalah kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan instansi maupun organisasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara memaparkan peristiwa yang terjadi di lapangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Secara umum dapat disimpulkan bahwa dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program *Corporate Social Responsibility* PT.Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura, CSR memiliki tiga unsur Strategi komunikasi. Dari ketiga unsur strategi yang telah dilaksanakan oleh *Corporate Social Responsibility* PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura ini, sebagaimana dalam prakteknya di lapangan unsur strategi dijalankan dengan baik oleh bagian *Corporate Social Responsibility* PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang, dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program kegiatan CSR telah berjalan dengan cukup efektif dan telah sesuai dengan teori yang ada.

Kata kunci: ***Corporate Social Responsibility*** **(CSR), PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP), Pendidikan**

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a social activity carried out by the company as a form of concern and corporate social responsibility of agencies and organizations In this study, the researcher used a qualitative descriptive method by describing the events that occurred in the field. The data collection techniques in this study were interviews, observation and documentation. In general, it can be concluded that in its efforts to increase the success of the socialization of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura, CSR has three elements of communication strategy. Of the three strategic elements that have been implemented by the Corporate Social Responsibility of PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang in Tualang District, Siak Sri Indrapura Regency, as in practice in the field the elements of the strategy are carried out well by the Section Corporate Social Responsibility of PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk. Perawang, in its efforts to increase the success of the socialization of CSR program activities has been running quite effectively and has been in accordance with existing theory.

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

Pendahuluan

Sebuah survei yang dilakukan oleh *Acces Ommibus Survey* (1997) di Inggris membuktikan bahwa 86 % konsumen melihat citra positif sebuah perusahaan jika mereka melihat perusahaan tersebut benar-benar melakukan suatu untuk menjadikan dunia menjadi lebih baik. Sedangkan riset yang dilakukan di Indonesia (Sinar Harapan, 2006) atas 45 perusahaan menunjukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan citra perusahaaan (37,38%), hubungan baik dengan masyarakat (16,82%) dan mendukung operasional perusahaan (10,28%) (Analisa, Y., & Wahyudi, 2011).

Dari data tersebut dapat terlihat bahwa alasan suatu perusahaan ingin melakukan Pelaksanaan Komunikasi CSR, yaitu pertama adalah alasan sosial. Perusahaan melakukan CSR sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosial. Dengan adanya keinginan perusahaan dalam program *Corporate Social Responsibility*, perlu dikomunikasikan untuk mendapatkan pengertian bersama antara perusahaan dan publik. Komunikasi ditentukan berdasarkan visi, misi, lingkungan dan resiko perusahaan. Dalam menjalin komunikasi dua arah perlu adanya strategi *CSR* sebagai penghubung antara keinginan perusahaan dan kebutuhan publik. Oleh karena itu, perlu adanya Pelaksanaan Komunikasi *CSR* untuk menghasilkan proses komunikasi yang sukses.

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

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

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

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

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimiliki PT. Indah Kiat Pulp & Paper terbagi ke dalam lima bidang yaitu : Bidang pendidikan, yang mencakup program beasiswa peduli, program beasiswa karir, Indah School (IKS), Lomba kebersihan antar SD, kunjungan pelajar dan Job Training. Bidang Keagamaan, seperti peringatan hari besar Islam, penyembelihan hewan kurban, dan sunatan massal. Bidang Sosial Kemasyarakatan, antara lain pemberian sembako, pemberian sarana air bersih, bantuan korban bencana alam, pembangunan jalan dan perayaan HUT RI bersama warga. Bidang Kesehatan, seperti puskesmas keliling/pengobatan gratis, penyuluhan tentang bahaya narkoba & HIV/AIDS disekolah-sekolah SMP dan SMA. Bidang Kemitraan, yang termasuk didalamnya program pemberdayaan masyarakat, pemberian fasilitas usaha dagang, dan bongkar muat parkir.

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

Secara fisik yang telah dilakukan oleh perusahaan yaitu : Membentuk Yayasan Pendidikan Persada Indah (YPPI), berupa gedung TK, SD, SMP, dan SMK yang semua lokasinya berada pada perumahan Persada Indah Perawang. Kemudian juga dibangun Pusat Pengembangan Keterampilan Masyarakat (PPKM). Rumah Pintar dan Perpustakaan Abdul Wahid yang peresmiannya dilakukan oleh istri Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat. Program CSR lainnya juga mengeluarkan beasiswa untuk mahasiswa perguruan tinggi bagi IPK nya yang mencakup kriteria syarat dari perusahaan. Membagikan buku tulis, alat tulis, dan perlengkapan alat sekolah serta uang tunai bagi siswa-siswi yang bersekolah diperawang kec.Tualang kab. Siak dari juara 1-3 besar dan di lakukan selalu setiap tahunnya dan emang sudah rutinitas pihak IKPP dalam menjalankan program CSR nya dibidang pendidikan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ialah sebuah metode yang digunakan sebagai penelitian status kelompok manusia, sebuah objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran dan suatu peristiwa pada masa sekarang. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian desktiptif tidak hanya untuk menguji hipotesis tertentu, yang dimana hanya menggambarkan “apa adanya” dari suatu variabel, gejala atau keadaan. (Prastowo, 2016).

Metode penelitian ini muncul karena terjadinya perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas/fenomena /gejala. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, dan penuh dengan makna. (Sugiyono, 2014). Adapun yang menjadi data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari suatu objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Dalam penelitian ini data primer yang diambil adalah wawancara dan juga observasi. (Ruslan, 2006).

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam segi bentuk yang sudah terjadi (tersdia) melalui pulikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai suatu atau informasi yang keluarkan diberbagai informasi, foto kliping dan lain-lain. Adapun pengertian dari kedua metode tersebut menurut, adalah sebagai berikut: Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara purposif yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasakan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Teknik ini sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas responden. Kriteria informan adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung pada sosialisasi kebijakan subsidi listrik tepat sasaran dan dipercaya (Sugiyono, 2009).

Informan kunci penelitian ini adalah Murseno sebagai informan kunci di bagian Bidang Pendidikan. Syaiful Yusri sebagai informan tambahan di bagian *Job Training* dan Magang, serta Ibu Erna sebagai informan tambahan yang bertugas di bagian turun lapangan mendampingi Murseno ke lapangan.

Teknik observasi dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kunjungan dan mengamati dan tterjun langsung ke lapangan pada obyek yang diteliti, yakni. Mengumpulkan data, mencatat semua yang berkaitan dengan suatu obyek penelitian. Mengaitkan dua hal yakni informasi (apa yang terjadi) dan konteks (hal-hal yang berkaitan disekitarnya). Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah berikut: Klarifikasi data, adalah mengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan. Reduksi data, adalah memeriksa kelengkapan data, proses pemilihan data, perhatian pada penyerdehanaan, mencari kembali data yang kurang serta mengkesampingkan data yang kurang relavan. Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengelolaan data, maka analisis data yang dilakukan didalam pembahasan penelitian ini yaitu pengelolaan data deskriptif kualitatif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, kalimat, kemudian data tersebut dianalisis dan memperoleh kesimpulan. Teknik ini menjelaskan dengan kalimat dan kemudian dianalisa dengan menggunakan asumsi dan kerangka pikir sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini, peneliti menyajikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang mesnjabarkan beberapa uraian dari data-data penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan hasil observasi dengan pembahasan utama pada hal yang mengenai Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam Bidang

Pendidikan. Dari sini peneliti akan memaparkan hasil analisis data yang terkait dengan fokus penelitian dan rumusan masalah yang ada.

Untuk mensosialisasikan kebijakan dan program kegiatan dari perusahaan, humas IKPP harus mampu memberikan informasi sebanyak mungkin bagi masyarakat Indonesia pada umumnya, dan masyarakat Perawang pada khususnya demi tersosialisasikannya program dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam Bidang Pendidikan. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang baik kepada masyarakat dalam mensosialisasikan kebijakan dan program kegiatan perusahaan tersebut.

Hasil penelitian dari data yang didapatkan pada wawancara yang dilakukan beberapa informan yang sesuai dengan karakteristik dan keterkaitan dengan penelitian. Informan yang dipilih adalah orang-orang yang mengetahui dan terlibat langsung terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Kab. Siak Sri Indrapura, maka peneliti memandang dan perlu mengambil secara garis besar atas apa saja indikator dan pernyataan yang mencakup tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Kab. Siak Sri Indrapura.

Perusahaan perlu mengirimkan pesan kepada lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal. Perusahaan harus sungguh-sungguh dalam usaha membentuk *image* yang positif, dalam hal ini penerimaan pesan merupakan faktor terpenting karena citra diukur dari penerima pesan. Pembentukan citra perusahaan diperlukan informasi yang lengkap. Setiap organisasi pasti mengerti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dalam masyarakat. Kepada masyarakat itulah organisasi senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Di Kec. Tualang Kab. Siak Sri Indrapura tidak hanya menyelenggarakan komunikasi dengan staff atau pegawainya saja untuk dapat memahami kebutuhan masyarakat terutama dalam bidang pendidikan. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Murseno dengan jabatan Bidang Pendidikan Beasiswa, yaitu:

> "Di tahun 2003 kita melaksanakan program pendidikan. sistemnya dengan merekrut dengan menggunakan media dengan cara try out khusus anak SMA seluruh orang kab. Siak dengan jurusan ipa. Dan kita mengambil sekita 40 org itu kita seleksi dengan wawancara, setelah itu hasil wawancara ada sekitar 30 kita melakukan study bimbingan belajar ke pekanbaru selama satu bulan, lalu kami menghandle sampai mereka mengikuti tes seleksi ke perguruan tinggi. Setelah itu lulus mereka seluruh Universitas Negeri lalu kami posisikan dalam satu tahun dengan anggaran Rp. 2.400.000, dengan catatan dengan ipk harus diatas 2,75. Nah kami meminta kepada mereka untuk melampirkan hasil nilai per semester mereka" (Murseno, wawancara 2021).

Setiap organisasi dalam instansi atau perusahaan pasti mengerti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dalam masyarakat mengenai program bantuan atau beasiswa salah satunya dalam bidang pendidikan yang menjadi program unggulan, karena sesuai dengan anggaran yang didapatkan. Ditambahkan oleh Erna dengan jabatan Bagian Kelapangan Informan Tambahan, mengatakan bahwa:

> "*Anggaran memang pada saat ini perusahaan mengaanggaran dana sebesar Rp 200 juta dengan kategori 85 orang. Untuk penerima besiswa apabila ipk nya turun maka beasiswa di cabut dengan alasannya mereka tidak serius dengan pendidikannya. Pada umumnya mahasiswa yang paling banyak menerima beasiswa bidang pendidikan yaitu orang Kec. Tualang*".(Erna, wawancara, 2021)

Kepada masyarakat itulah salah satu program dalam organisasi senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal maupun eksternal. Oleh karena itu, pihak *Corporate* Social *Responsibility* (CSR) IKPP tidak hanya menyelenggarakan komunikasi dengan staf atau pegawainya saja untuk dapat memahami kebutuhan masyarakat. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Murseno dengan jabatan Bidang Pendidikan Beasiswa, yaitu:

> "Program CSR ini diperuntukkan untuk masyarakat, kami tidak melihat status orang tua mereka, tapi tetap karywan perusahaan tidak boleh menerima bantuan bidang pendidikan. Pada tahun 2015 baru dinamakan CSR. Karena tuntutan dari pemerintah menyarankan untuk membuat tanggungjawab lingkungan dimana perusahaan itu beberapa. Nah kami mengambil salah satu bidang pendidikan" (Murseno, wawancara, 2021).

Untuk mengetahui informasi atau pesan yang dibutuhkan masyarakat, maka dari perwakilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura selalu mengadakan atau menyebarluaskan informasi mengenai bantuan atau program beasiswa pendidikan ini. Hasil dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, terlihat bahwasanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang memiliki team untuk kelapangan seperti gambar di bawah ini :

Sumber : Dokumen IKPP 2021

Gambar 1
Team CSR PT. IKPP Tbk.Perawang

Dari gambar 1 menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang memiliki team untuk kelapangan. Dimana bertujuan untuk melakukan survei kepada calon penerima bantuan pendidikan apakah mereka layak atau tidaknya mendapatkan bantuan tersebut. Menurut peneliti, Pemberitahuannya pesan sudah cukup baik dilihat dari usaha *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura dalam menyampaikan

informasinya seperti itu sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang Dalam Bidang Pendidikan di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura sangat terbuka kepada masyarakat atau mahaisiswa, sehingga masyarakatpun bisa turut andil dalam memberikan saran dan kebutuhan apa saja yang sebenarnya mereka butuhkan sehingga progam-program yang sedang dan akan dijalankan pun bisa sesuai dengan apa yang diharapkan. Program atau kegiatan harus benar-benar terealisasi ke masyarakat agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Tidak hanya itu, diharapkan juga agar dapat merencanakan program kegiatan yang lebih supaya adanya peningkatan hasil usaha masyarakat dan juga dapat mengendalikan perekonomian.

Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan masyarakat salah satunya dalam bidang pendidikan, maka pihak dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam Bidang Pendidikan di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura selalu mengadakan atau menyebarluaskan informasi yang diharapkan dapat terjadi secara timbal balik, baik itu melalui komentar pembaca pada situs resmi, ataupun koran serta juga menerima secara langsung masyarakat yang datang ke tempat. Ditambahkan oleh Erna dengan jabatan Bagian Kelapangan Informan Tambahan, mengatakan bahwa:

> "Kita melaksanakan CSR ada beberapa program, program itu larinya ke pemberdayaan masyarakat yaitu pengembangan UMKM, Secara kesanambungan itu seperti pertanian. Kemaren polanya kita merubah dengan cara merekrut dengan penerima calon manfaat dengan sistem mahasiswa yang lulus di universits dengan membantu kategori tidak mampu. Nah, dengan cara kita membentuk team dan melakukan survei kelapangan dengan catatan mereka sudah memasukkan permohonan. Lalu kita langsung kelapangan mencari alamat tempat tinggalnya, melihat situasi dan kondisi calon penerima beasiswa. Tahun 2020 ini kami tidak merekrut karena situasi memang tidak memungkinkan untuk turun kelapangan karena ada covid-19. Dan kami atas nama CSR tidak melarang bagi penerima beasiswa untu mencari beasiswa lain". (Hasil wawancara dengan Bagian Kelapangan, Corporate Social Responsibility (Erna, Wawancara, 2021)

Terkait dengan apa yang dipaparkan terhadap isi pesan dan biasanya diterapkan melalui pertanyaan-pertanyaan yang bersifat representasi. Misalnya, berapa jumlah anggaran yang diberikan, bagaimana kriteria penerimaan calon bantuan bidang pendidikan, dan lain sebagainya. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Selain itu dalam kehidupan sehari- hari, komunikasi yang baik sangat penting untuk berinteraksi antar personal maupun antar masyarakat agar terjadi keserasian dan mencegah konflik dalam lingkungan masyarakat. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan social, budaya, pendidikan, dan politik sudah disadari oleh para cendikiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum masehi. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Murseno dengan jabatan Bidang Pendidikan Beasiswa, yaitu:

> "Dananya berasal dari anggaran ke perusahaan ke pusat yaitu ke Jakarta, dengan cara akhir tahun kita sudah melakukan anggaran untuk program tahun selanjutnya dengan kriteria yang sesuai dengan dilapangan. Makanya dengan bukti dana pendidikan sampai sekarang belum terhennti. Kalau bidang

> pendidikan dengan dananya sekitar 20% khususnya dana bantuan pendidikan. Selain itu ada program untuk mahasiswa atau siswa magang atau PKL dengan dananya 60% untuk 150 orang setiap tahun"(Murseno, Wawancara, 2021)

Dalam melaksanakan suatu program atau kegitan maka akan melibatkan berbagai kelompok yang memang tidak bisa dipisahkan karena mereka saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Sebagai penyalur maka berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik. Setiap kali ada program kerja baru maka akan dirapatkan terlebih dahulu. Apabila sudah ada hasil akhir maka seorang pimpinan akan memberikan kewenangan dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarkat luas hal ini diharapkan agar program yang telah dibuat bisa terealisasikan dengan baik. Hal ini juga dipertegas oleh Erna:

> *"Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP ini memiliki banyak bidang yang sudah memiliki tugasnya masing-masing, semua informasi mengenai kegiatan kami bisa dilihat pada website yang sudah kami siapkan semuanya kami share disana. di website tersebut langsung keluar informasi apa saja yang dibutuhkan, yang mau ditanya juga bisa bahkan kalau mau bisa langsung datang kesini. Bukan hanya itu saja, kami juga bersosialisasi melalui iklan di TV, radio, koran, spanduk dan juga event-event tertentu" (Erna, Wawancara, 2021).

Berdasarkan beberapa keterangan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa, isi pesan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan telah berjalan dengan baik karena pihak yang bersangkutan telah melakukan beberapa tahapan untuk melakukan program bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan. Untuk mensosialisasikan suatu program, maka CSR harus memiliki sarana pendukung dalam menyebarluaskan informasi mengenai perusahaan yang dinaunginya. CSR harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi, maka dari itu CSR di zaman sekarang ini harus mengikuti perkembangan dimana sekarang ini zamannya teknologi dan informasi sehingga seorang humas pun harus menguasai hal tersebut. Ditambahkan oleh Syaiful Yusrib dengan jabatan Bagian Job Tarining, mengatakan bahwa:

> "Didalam dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) IKPP di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura ini kita menggunakan team selaku CSR untuk melihat situasi dan kondisi orangtua calon penerima bantuan pendidikan, tidak hanya itu kita juga melibatkan para karyawan sebagai penanggungjawab untuk memberikan bantuan bidang pendidikan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) IKPP" (Syaiful, Wawancara, 2021)

Dalam setiap bentuk komunikasi selalu ada seseorang atau sesuatu yang memainkan peran dalam melakukan komunikasi. Strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam organisasi/perusahaan yang berperan sebagai sarana komunikasi internal maupun eksternal perusahaan. Mereka berupaya untuk memberikan informasi tentang segala kegiatan, kebijakan, dan prosedur dan sekali gus untuk membangun atau mempertahankan citra positif perusahaan tersebut.

Sebagaimana yang ditegaskan oleh Murseno dengan jabatan Bidang Pendidikan Beasiswa, yaitu:

> "Peran yang kami gunakan dalam mensosialisasikan Program kegiatan IKPP Tbk. Perawang di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan informasi karena seperti yang kita tahu bahwa sekarang ini menyebarluaskan informasi melalui media sangat cepat sekali sehingga kita harus selalu tahu informasi-informasi terbaru terutama tentang instansinya. Kami juga menyebarluaskan informasi secara langsung kepada masyarakat degan mengadakan seminar-seminar maupun pelatihan yang melibatkan masyarakat secara langsung" (Murseno, Wawancara, 2021)

Hasil pengamatan yang dilakukan dilakukan peneliti terlihat bahwasanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang memiliki team untuk kelapangan melakukan kegiatan dengan masyarakat yaitu melaksanakan sosialisasi agar masyarakat atau calon mahasiswa mengetahui tentang bantuan beasiswa pendidikan, seperti gambar di bawah ini:

Sumber : Dokumen IKPP Tbk.Perawang, 2021

Gambar 2
Team CSR IKPP Tbk. Perawang

Dari gambar 2 menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang memiliki team untuk kelapangan melakukan kegiatan dengan masyarakat yaitu melaksanakan sosialisasi agar masyarakat atau calon mahasiswa mengetahui tentang bantuan beasiswa pendidikan. agar terciptanya hubungan yang lancar kepada calon penerima bantuan pendidikan tentunya perlu strategi komunikasi tentunya tercapainya tujuan yang dimaksud. Syaiful Yusrib dengan jabatan Bagian Job Tarining, mengatakan bahwa :

> "Langkah-langkah yang bisa kami lakukan dalam mesosialisasikan program kegiatan agar bisa terwujud dan terus berlanjut yaitu kami sebarkan informasi

> melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik, kami buat iklan-iklan yang menarik serta tak lupa kami berikan kolom komentar dan saran agar bisa komunikasi timbal balik sehingga kami tau apa-apa yang masih kurang dalam programnya. Dibalik langkah ini pasti ada manfaat serta tujuan yang tersampaikan" (Syaiful, Wawancara, 2021).

Dari penjelasan diatas komunikan dari pihak internal maupun eksternal juga terlibat dalam bidang pendidikan ini, mereka juga berperan sebagai media secara langsung sehingga adanya komunikasi dua arah untuk tercapainya tujuan yang dimaksud. Kegiatan yang tak kalah penting yang dilakukan oleh CSR adalah selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Karena seperti yang kita tahu bahwa jembatan penghubung antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Kab.Siak Sri Indrapura dengan khalayak sasaran, yaitu masyarakat Kab. Siak. Ditambahkan oleh Syaiful Yusrib dengan jabatan Bagian Job Training, mengatakan bahwa:

> "Mekanisme dengan cara melaporkan hasil dari rekrutmen untuk setiap bulannya. Jadi, setiap menerima bantuan kami membuat laporan supaya akurat dengan anggran yang diberikan dengan melampirkan biaya yang dianggarkan, dan berapa orang yang menerima bantuan serta tanda terima bantuan. Paling lama kami menunggu sekitar 3 sampai 4 bulan anggran itu bisa dicairkan".(Syaiful, Wawancara, 2021)

Corporate Social Responsibility (CSR) IKPP di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura ini bertujuan Kami membantu mahasiswa mahasiswi yang benar-benar membutuhkan, seperti saat ini melihat keadaan situasi dan kondisi orangtua calon penerima bantuan bidang pendidikan yang sulit dengan faktor ekonomi. Berdasarkan beberapa keterangan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa, usaha dalam memberikan bantuan bidang pendidikan ini sudah melibatkan pihak yang bersangkutan sehingga tujuan dalam membantu pun tercapai dilihat dari faktor usaha dan faktor situasi dan kondisi orangtua calon penerima bantuan. Sehingga strategi komunikasi yang digunakan telah menjelaskan siapa saja yang berhak menerima bantuan bidang pendidikan yang diberikan oleh perusahaan.

Selanjutnya mengenai efek yang merupakan suatu dampak yang terjadi dalam proses penyampaian pesan-pesan tersebut. Dapat berakibat positif maupun negatif tergantung dari tanggapan, persepsi dan opini tergantung dari hasil komunikasi yang terjadi kepada pihak penerima setelah menerima pesan. Melakukan komunikasi karena ada tujuan yang ingin dicapai. Efek yang ditimbulkan melalui hubungan komunikasi antara Humas PT. IKPP dengan masyarakat penerima bantuan CSR, dengan bentuk menerima bantuan dan mendukung atau malah menolak bantuan tersebut. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Murseno dengan jabatan Bidang Pendidikan Beasiswa, yaitu:

> "Respon dari masyarakat terhadap bantuan pendidikan sangat baik terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura. Saat ini Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan destinasi program yang bersifat positif dikalangan masyarakat. Dengan adanya kegiatan program bantuan bidang pendidikan masyarakat yang kami berikan sangat efektif sekali serta kami juga

bisa menjaga hubungan yang baik terhadap sesama"(Murseno, Wawancara, 2021).

Komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur. Sumber *(source)*, pesan (*massage*), dan sasaran (*destination*). Sumber boleh jadi seseorang individu (berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat) atau suatu organisasi komunikasi (seperti sebuah surat kabar, penerbit, stasiun televisi, atau studio film). Pesan dapat berbentuk tinta pada kertas, gelombang suara di udara, impuls dalam arus listrik, lambaian tangan, bendera di udara, atau setiap tanda yang dapat ditafsirkan. Sasarannya mungkin seorang individu yang mendengarkan, menonton atau membaca; atau anggota suatu kelompok, seperti kelompok diskusi, khalayak pendengar ceramah, kumpulan penonton sepakbola, atau anggota khalayak media massa.

Hasil pengamatan yang dilakukan dilakukan peneliti terlihat bahwasanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang memiliki respon tentang kegiatan dengan masyarakat yaitu adanya efek dari masyarakat terutama orangtua calon mahasiswa tentang bantuan beasiswa pendidikan, seperti gambar di bawah ini:

Sumber : Dokumen IKPP 2021

Gambar 3
Team CSR PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Perawang

Dari penjelasan gambar 3 diatas tentang salah satu bentuk kunjungan ke Corporate *Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang Di Kec.Tualang secara langsung dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi lisan yang di lakukan oleh team *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang bisa bermanfaat juga dalam proses sosial dalam memberikan bantuan pendidikan serta apa saja yang ada di *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang. Kegiatan yang tak kalah penting yang dilakukan oleh team maupun karyawan adalah selalu menjaga hubungan baik dengan pihak internal maupun eksternal. Hubungan yang baik akan sangat membatu team maupun karyawan dalam menyalurkan bantuan pendidikan serta apa saja yang ada di *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP. *Feedback* dari kerjasama ini akan menimbulkan saling ketergantungan sehingga saling

menguntungkan bagia kedua belah pihak. Ditambahkan oleh Erna dengan jabatan Bagian Kelapangan Informan tambahan, mengatakan bahwa:

> "Tanggapan dari masyarakat terhadap terhadap bantuan bidang pendidikan yang dilakukan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura sangat bagus merupakan salah satu unggulan yang ada di Kabupaten Siak sehingga sangat efektif dan tetap barlanjut sampai sekarang. Evaluasinya dengan hasil bimbingan dengan melihat kondisi orangtua dan tidak melakukan lagi dengan ujian. Harapannya untuk kedepannya bisa lebih lagi dari 85 orang ini menerima bantuan, mudah-mudahan anggaran kedepannya ditingkatkan supaya bisa membantu mahasiswa mahasiswi yang pintar namun tidak mampu dengan biaya"(Erna, Wawancara, 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat terhadap terhadap bantuan bidang pendidikan yang dilakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang sangat baik, bahkan dari kegiatan pun sangat efektif sekali. Jadi, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas atau karyawan *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang melakukan sangat baik dalam melaksanakan untuk kegiatan di internal maupun diluar instansi, seperti memberikan bantuan beasiswa pendidikan dan untuk membuka tempat praktek lapangan bagi mahasiswa atau siswa yang sedang melakukan proses magang Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa strategi komunikasi yang digunakan humas maupun karyawan sangat efektif dan tetap menjalankan kegiatan internal dan eksternal dengan tujuan tertentu, tentunya untuk tetap membina hubungan baik antara karyawan dan karyawan, hingga karyawan dengan publiknya.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, kemudian data tersebut telah dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk pernyataan atau kalimat untuk menjelaskan subtansi permasalahan sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP. Melalui serangkaian pengumpulan data dari wawancara kepada pihak terkait juga pengamatan secara langsung di lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP maka, penulis menjabarkan strategi komunikasi dengan teori SOR Unsur-unsur dalam model ini yaitu Pesan (*stimulus*, S), Komunikan (*organism*, O), dan Efek (*respon*, R) yang ditimbulkan.

Pesan (*Stimulus*)

Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu makna, simbol yang digunakan untuk msenyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Pesan verbal contohnya adalah tulisan atau omongan, sedangkan pesan nonverbal dilakukan melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh; contohnya kedipan, lambaian tangan, dan anggukan kepala. Selain itu, pesan dapat juga disampaikan lewat musik, lukisan, tarian, patung dan sebagainya. Pesan adalah apa yang dikirimkan sumber untuk penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal ataupun nonverbal yang mewakili perasaan,

nilai, gagasan atau maksud dari sumber. Pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa didapat dan diterima oleh banyak orang, dan tidak ditujukan kepada beberapa pihak tertentu saja. Karena itu, pesan dalam komunikasi massa disebut sebagai pesan milik publik atau umum.

Hasil wawancara dengan responden masyarakat, dari sisi pesan atau informasi yang disampaikan oleh sumber/komunikator merupakan pesan yang mudah untuk dimengerti oleh komunikan/ penerima. Hal ini terlihat dengan telah tercipta persamaan makna dan pengertian diantara Team CSR dengan masyarakat. Team CSR sebagai komunikator sudah melakukan pertukaran pesan akan mempertimbangkan pesan yang diterimanya tersebut berguna bagi masyarakat. Pesan yang berguna tersebut dijadikan referensi dalam menjalankan berbagai kegiatan yang dibantu oleh Team CSR. Sebagaimana Sperber dan Wilson menyatakan bahwa ada lima hal yang terkait dengan mutu pesan yang dapat dipertimbangkan oleh penerima yaitu (1) pesan sesuai atau relevan dengan kebutuhan penerima, relevan dengan konteks dan budaya yang berlaku bagi pengguna, (2) ada kebaruan/*novelty* dalam materi pesan tersebut, (3) dapat dipercaya, (4) mudah dimengerti, dan (5) dapat memecahkan permasalahan pengguna. Kemudian, sebaiknya masyarakat dilibatkan dalam perencanaan program (Sumaryo : 2009).

Pesan yang disampaikan seorang humas atau karyawan *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang adalah dalam bentuk bantuan bidang pendidikann, berapa jumlah anggaran yang diberikan, bagaimana kriteria penerimaan calon bantuan bidang pendidikan, dan lain sebagainya, maka pihak yang bersangkutan untuk biksa mengetahui informasi atau pesan yang dibutuhkan masyarakat, maka dari perwakilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang yang diharapkan dapat terjadi timbal balik, baik itu melalui menerima secara langsung masyarakat yang datang ke tempat dan juga komentar pembaca pada situs resmi *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang.

Berdasarkan beberapa keterangan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa, isi pesan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura telah berjalan dengan baik karena pihak yang bersangkutan telah memberikan informasi dimana sekarang ini zamannya teknologi sehingga seorang Humas atau orang yang dipertanggungjawabkan harus menguasi hal tersebut sehingga tujuan dan keinginan dari pihak *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura kepada masyarakat tercapai.

Komunikan (*Organism*)

Komunikan atau *receiver* (penerima pesan) ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber (komunikator). *Reciver* juga bisa disebut dengan istilah khalayak, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience, decoder* atau komunikan. Berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh penerima pesan. Penerima pesan dalam komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung agar proses

komunikasi bisa berlangsung dengan baik dan pesan komunikasi bisa tersampaikan. Penerima pesan mempunyai karakteristik fisik dan psikologis yang membuat *receiver* itu unik. Karakteristik fisik dan psikologis penerima pesan akan mempengaruhi penerimaan, interpretasi dan evaluasi pesan-pesan. Karakteristik penerima pesan tersebut ialah karakteristik demografis, psikologis, dan karakteristik perilaku *receiver (*Sendjaya, 2008).

Komunikator sering juga disebut dengan sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Komunikasi merupakan keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana dapat kita lihat komunikasi dapat terjadi dalam setiap gerak langkah manusia. Dalam proses komunikasi terdapat proses penyandian (*encoding*) yakni sumber mengubah pikiran atau perasaan kedalam seperangkat simbol verbal/nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan.

Berdasarkan analisa peneliti dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura melalui beberapa bagian dimulai dari Top Management melalui rapat kepada Humas, karyawan dan melalui media kepada masyarakat. Seperti inilah proses terjadinya antara komunikator dalam menyampaikan informasi dan bantuan bidang pendidikan kepada mahasiswa.

Dari hasil penelitian dilapangan, penulis mendapatkan informasi bahwa dalam upayanya mempersuasi publik untuk menerima bantuan bidang pendidikan, bagian CSR melakukan beberapa tahapan pemetaan, yaitu sebagai berikut: (a) Pemetaan target audiens (mahasiswa). Audiens yang menjadi sasaran sesuai dengan prioritas masalah dan sasaran yang telah ditetapkan dikelompokkan untuk mendapat gambaran spesifik mengenai mereka. (b) Penentuan pesan *(message).* Berdasarkan analisis situasi dan sasaran tadi, kemudian ditetapkan kunci dari pesan yang akan disampaikan kepada publik. Kunci pesan harus mampu menjadi landasan bagi pesan-pesan turunannya. Artinya, kunci pesan harus pendek, sederhana, tetapi tetap mampu menunjukkan apa yang ingin publik pahami mengenai kebijakan bantuan bidang pendidikan melalui program CSR yang akan dilakukan. (c) Pemetaan media. Dapat dilakukan dengan mengelompokkan media berdasarkan jenis atau tingka digunakannya. Seperti media cetak (*brosur, flyer, poster*), media tatap muka (seminar), media luar ruang (baliho, spanduk, umbul-umbul) dan media lainnya. (d) Pemetaan tokoh masyarakat *(opinion leaders).* Pemetaan ini dibutuhkan agar komunikasi yang dilakukan efektif dan menjangkau masyarakat sedalam-dalamnya. Jika *opinion leaders* telah dapat diedukasi dan dipersuasi, hampir pasti publik yang merujuk *opinion leaders* lebih berpengaruh dibandingkan media massa. Sebagai contoh, untuk mengedukasi publik mengenai program bantuan bidang pendidikan dan tempat tinggal agar dapat menjadi corong instansi untuk mengedukasi dan mempersuasi publik.

Program bantuan bidang pendidikan ini akan berjalan dengan baik apabila terjadi pengertian antara CSR dan masyarakat. Hal ini akan menjadi bagian dari agenda khalayak dimanaCSR merupakan wadah yang memiliki fungsi dan corong

bagi instansi guna meningkatkan Citra Perusahaan di Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura.

CSR atau karyawan dipercaya oleh Top Management IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura sebagai pakar atau orang yang berkompeten dibidang ini. CSR dianggap memiliki otoritas dalam persoalan dan solusinya. Pemimpin manajemen atau organisasi menyerahkan tanggung jawab atas program bantuan bidang pendidikan oleh oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura.

Dari sisi komunikan, hasil wawancara dengan responden terlihat bahwa penerima/komunikan dalam hal ini masyarakat sudah menerima pesan dari komunikator dengan baik. Penerima pesan dalam komunikasi ini berupa individu, kelompok dari masyarakat. Komunikator sudah mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung, sehingga proses komunikasi bisa berlangsung dengan baik dan pesan komunikasi bisa tersampaikan. Team CSR sebagai komunikator sudah mempelajari karakteristik fisik dan psikologis masyarakat. Sehingga penerimaan, interpretasi dan evaluasi pesan-pesan bisa dilaksanakan dengan baik.

Berdasarkan penelitian dilapangan, penulis dapat menyimpulkan bahwa, usaha komunikan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura ini sudah melibatkan pihak yang bersangkutan sehingga tujuan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang serta jajarannya. Sehingga strategi komunikasi yang digunakan telah menjelaskan siapa saja yang bersangkutan dalam melakukan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang.

Efek (*Respons*)

Efek adalah suatu dampak yang terjadi dalam proses penyampaian pesan-pesan tersebut. Dapat berakibat positif maupun negatif tergantung dari tanggapan, persepsi dan opini tergantung dari hasil komunikasi yang terjadi kepada pihak penerima setelah menerima pesan. Melakukan komunikasi karena ada tujuan yang ingin dicapai. Lasswell tidak menekankan pada komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi namun pada efek media massa. Tema penting yang dikaji dalam efek diantaranya adalah apakah memiliki efek terhadap khalayak serta bagaimana mempengaruhi khalayak sasaran. Kajian tentang efek telah melahirkan berbagai teori efek diantaranya adalah teori jarum hipodermik, teori agenda setting, teori spiral keheningan, teori uses and gratifications, analisis framing dan lain-lain.

Berdasarkan analisa penulis setiap kegiatan yang dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura memiliki efek atau respon sesuai dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam memberikan bantuan bidang pendidikan kepada Mahasiswa atau mahasiswi telah melakukan sangat baik dalam kegiatan di internal maupun diluar instansi, seperti memberikan bantuan beasiswa

pendidikan dan untuk membuka tempat praktek lapangan bagi mahasiswa atau siswa yang sedang melakukan proses magang Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa strategi komunikasi yang digunakan humas maupun karyawan sangat efektif dan tetap menjalankan kegiatan internal dan eksternal dengan tujuan tertentu, tentunya untuk tetap membina hubungan baik antara karyawan dan karyawan, hingga karyawan dengan publiknya.

Jadi hasil penelitian ini bahwa dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP, CSR memiliki tiga unsur Strategi komunikasi. Dari ketiga unsur strategi yang telah dilaksanakan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk.Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura ini, sebagaimana dalam prakteknya di lapangan unsur strategi dijalankan dengan baik oleh bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam upayanya meningkatkan kesuksesan sosialisasi program kegiatan CSR telah berjalan dengan cukup efektif dan telah sesuai dengan teori yang ada.

Simpulan

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

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

Selanjutnya usaha komunikan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura ini sudah melibatkan pihak yang bersangkutan sehingga tujuan dalam memberikan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP Tbk. Perawang serta jajarannya. Sehingga strategi komunikasi yang digunakan telah menjelaskan siapa saja yang bersangkutan dalam melakukan bantuan bidang pendidikan pun tercapai dilihat dari kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk. Perawang Di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura memiliki efek atau respon sesuai dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) IKPP dalam memberikan bantuan bidang pendidikan kepada Mahasiswa atau mahasiswi telah melakukan sangat baik dalam kegiatan di internal maupun diluar instansi, seperti memberikan bantuan beasiswa

pendidikan dan untuk membuka tempat praktek lapangan bagi mahasiswa atau siswa yang sedang melakukan proses magang Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa strategi komunikasi yang digunakan humas maupun karyawan sangat efektif dan tetap menjalankan kegiatan internal dan eksternal dengan tujuan tertentu, tentunya untuk tetap membina hubungan baik antara karyawan dan karyawan, hingga karyawan dengan publiknya.

Referensi

Arikunto, Suharsimi. (2005). *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta:Bina Usaha.

Sperber D, Wilson D. (1986). *Relevance: communications and cognition*. (Cambridge (US): Harvard University Press.

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

Erna, (2021). Wawancara Bagian Kelapangan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pt.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, pada tanggal 04 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura

Indahkiat (2014). Dokumen PT.Indah Kiat Pulp & Paper. Pekanbaru : PT. Indah Kiat Pulp & Paper

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

Moleong, Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta

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

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung: Alfabeta.

Sumaryo. (2009). Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat: Kasus di Provinsi Lampung. [disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

Sendjaya, SD. (2008) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta (ID): Universitas Terbuka.

Suharsim, Ari Kunto. (2008). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik

Murseno, (2021). Wawancara Bidang Pendidikan Beasiswa, *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, pada tanggal 03 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab. Siak Sri Indrapura

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

Yusrib, Syaiful. (2021). Wawancara dengan Bagian Job Training, *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indah Kiat Pulp & Paper (Ikpp) Tbk.Perawang, pada tanggal 05 Februari 2021 di Kec.Tualang Kab.Siak Sri Indrapura