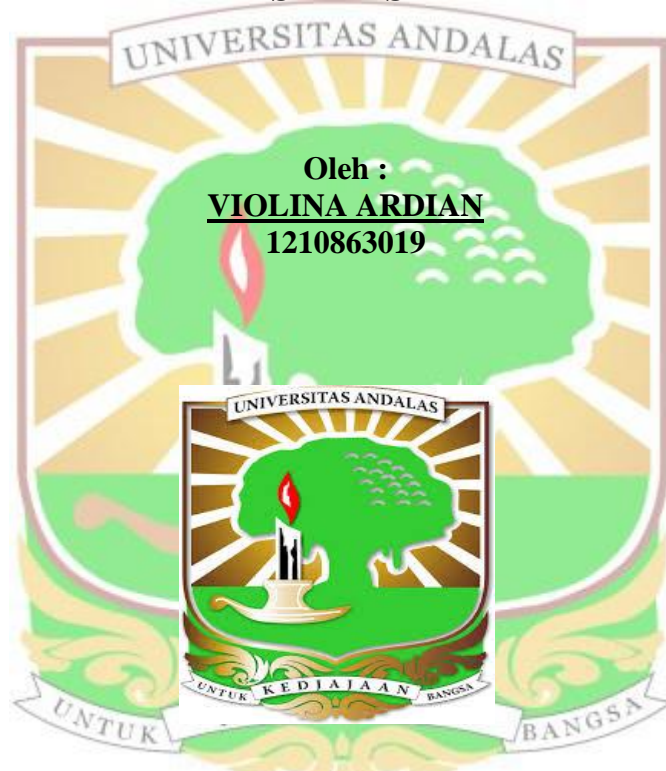


**STRATEGI KOMUNIKASI PELAKSANA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PT. SEMEN PADANG  
DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN ANAK NAGARI LUBUK  
KILANGAN**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**VIOLINA ARDIAN**  
1210863019

**Pembimbing:**  
**Dr. Ernita Arif, M.Si**  
**Yesi Puspita, S.Sos, M.Si**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2017**

## ABSTRAK

Strategi Komunikasi Pelaksana *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang dalam Upaya Pemberdayaan Anak Nagari Lubuk Kilangan

Oleh :

Violina Ardian  
1210863019

Pembimbing :

Dr. Ernita Arif, M. Si  
Yesi Puspita, M.Si

Penelitian ini membahas mengenai aktivitas *Public Relations* dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. PT Semen Padang sebagai salah satu perusahaan tertua telah mengaplikasikan program CSR sejak 1987 yang ditujukan untuk masyarakat sekitar dan lingkungan. Namun pada implementasinya CSR PT. Semen Padang belum sepenuhnya mampu menjalankan program CSR nya kepada masyarakat sekitar, khususnya anak nagari Lubuk Kilangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Semen Padang dalam upaya pemberdayaan anak nagari sebagai program CSR yang digagasnya. Serta mengetahui hambatan atau kendala program CSR PT. Semen Padang terkait pemberdayaan anak nagari. Penelitian ini menggunakan model komunikasi multilangkah untuk membedah permasalahan dalam penelitian ini. Ada 3 komponen utama dalam model ini yaitu *sender* yang merupakan komunikator pengirim pesan. Pesan adalah program CSR yang dikemas, *channel* adalah media perantara, dimana channel pada model komunikasi multilangkah ini memiliki perpanjangan tangan sebagai pemimpin opini dan pembentuk opini yang meneruskan pesan kepada komunikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biro CSR sebagai pelaksana dan berperan sebagai sender (komunikator pertama), kemudian merancang program-program CSR dan bekerja sama dengan forum nagari sebagai *community relations* nya sekaligus menjadi strategi komunikasi oleh biro CSR. Pada pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat belum maksimal, biro CSR dan forum nagari mengalami hambatan antara lain kurangnya sosialisasi langsung maupun sosialisasi lewat media, rumitnya pengajuan proposal dari forum ke biro CSR, serta hubungan yang kurang harmonis antara anak nagari Lubuk Kilangan dengan perusahaan.

**Kata kunci :** *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Community Relations, Anak Nagari.*

## ABSTRACT

The Communication Strategy of PT. Semen Padang Corporate Social Responsibility (CSR) in Anak Nagari Lubuk Kilangan Empowerment Effort

By :

Violina Ardian  
1210863019

Supervisor :

Dr. Ernita Arif, M. Si  
Yesi Puspita, M.Si

This research is about Public Relations activity in implementation program of the Corporate Social Responsibility (CSR). Semen Padang company as one of the oldest company already implement this CSR program since 1987 that ittendend to the society and environment. Unfortunately, the CSR program of Semen Padang haven't implement to all society, especially to anak nagari Lubuk Kilangan. The purpose of this research is to find out and describe the communication strategy which implement by Semen Padang company in empowerment effort of Anak Nagari as its CSR program. It is also used for knowing the problem of Semen Padang company in implementing this CSR program. This research is using multi-step communication method for describing the problem. There are three main component in this model which is the sender as the communicator message. The message is the packaged of CSR program, the channel is the mediator, where the channel in this multi-step communication method has another function as the leader and framer of opinion that will proceed the message to the communicant. The result of this research shows that the CSR bureau as the implementer and the sender (the first communicator) plans all the CSR program and do cooperation with Nagari forum as its community relations and being a communication strategy by CSR bureau. In implementing the society empowerment programs haven't effective, the CSR bureau and Nagari forum is faced some problems such as lack of direct and media socialisation, the complicated proposal submission from forum to CSR bureau, and the poor relation between anak nagari Lubuk Kilangan with the company.

**Key words :** *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Community Relations, Anak Nagari.*