

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PROGRAM ANAK STUNTING PT. SEMEN PADANG (PASS)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

ANGELI SYAHPUTRI

2110863008



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PROGRAM ANAK STUNTING PT. SEMEN PADANG (PASS)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

ANGELI SYAHPUTRI

2110863008



DOSEN PEMBIMBING:

Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si

Diego, M.I.Kom., M.Sos

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PROGRAM ANAK STUNTING PT. SEMEN PADANG (PASS)

Oleh:

Angeli Syahputri
2110863008

Dosen Pembimbing:
Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si
Diego, M.I.Kom., M.Sos

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Semen Padang dalam perencanaan dan pelaksanaan Program Anak Stunting Semen Padang (PASS), sekaligus mendeskripsikan faktor yang mendukung dan menghambat proses perencanaan serta implementasi program tersebut. Berdasarkan hasil pemetaan program PASS tahun 2024, tercatat sebanyak 139 baduta baduta mengalami stunting di tiga kecamatan yang menjadi fokus penelitian, angka tersebut masih dikategorikan cukup tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan landasan paradigma post-positivisme. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai pihak yang terlibat, seperti tim CSR, tenaga kesehatan di puskesmas, kader posyandu, serta penerima manfaat program. Hasil studi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan telah mencerminkan praktik komunikasi dalam CSR dan selaras dengan tahapan model perencanaan komunikasi yang dikemukakan oleh Philip Lesly (1972). Strategi ini mencakup analisis awal, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, penyusunan pesan, pemilihan media yang tepat, serta pelibatan pemangku kepentingan, kegiatan komunikasi, *feedback*, dan kegiatan evaluasi. Meskipun demikian, dampak nyata terhadap penurunan angka stunting masih terbatas dan belum sepenuhnya sesuai ekspektasi pelaksana program. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh komunikasi yang efektif, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal seperti aspek sosial ekonomi, pola pikir masyarakat. Temuan ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai penerapan strategi komunikasi CSR dalam konteks kesehatan masyarakat, khususnya isu stunting.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Stunting, PT. Semen Padang, Philip Lesly

ABSTRACT
**COMMUNICATION STRATEGY OF THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY(CSR) PROGRAM FOR CHILD STUNTING
REDUCTION BY PT. SEMEN PADANG (PASS)**

By:
Angeli Syahputri
2110863008

Supervisors:
Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si
Diego, M.I.Kom, M. Sos

This study aims to describe the communication strategy implemented by the Corporate Social Responsibility (CSR) division of PT Semen Padang in the execution of the Semen Padang Child Stunting Program (PASS), while also identifying the supporting and inhibiting factors in the planning and implementation processes. Based on the 2024 mapping of the PASS program, a total of 139 toddlers were recorded as stunted across the three sub-districts that served as the research focus—an amount still considered relatively high. This research employed a descriptive qualitative approach within a post-positivist paradigm. Data were collected through interviews, observations, and documentation from various stakeholders, including CSR team members, healthcare workers at public health centers, posyandu (integrated health post) cadres, and program beneficiaries. The findings indicate that the communication strategy reflects CSR communication practices and aligns with the stages of Philip Lesly's (1972) communication planning model. These stages include initial analysis, policy formulation, implementation planning, message development, appropriate media selection, stakeholder engagement, communication activities, feedback, and evaluation. However, the tangible impact on reducing stunting rates remains limited and has not fully met the program implementers' expectations. This suggests that the success of the program depends not only on effective communication but also on external factors such as socioeconomic conditions and community mindset. These findings provide comprehensive insights into the application of CSR communication strategies in public health contexts, particularly in addressing the issue of stunting.

Keywords: *Communication Strategy, CSR. Stunting, PT. Semen Padang, Philip Lesly*