

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BINA PERTIWI DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PROGRAM POSYANDU BINAAN
RAWATERATE JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

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

Oleh:

HUMAYRA ISMI KAMILA

2110862004

DOSEN PEMBIMBING:

Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

ikc Sdmo Skripsi
13/8/2025
pbb
Ac Pbb2
Semhgc
8/8-20

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BINA PERTIWI DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PROGRAM POSYANDU BINAAN
RAWATERATE JAKARTA TIMUR***

SKRIPSI

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

Oleh:

HUMAYRA ISMI KAMILA

2110862004

DOSEN PEMBIMBING:

Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom



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

PADANG

2025

ABSTRAK

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BINA PERTIWI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PROGRAM POSYANDU BINAAN RAWATERATE JAKARTA TIMUR

Oleh:

Humayra Ismi Kamila

2110862004

Dosen Pembimbing:

Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom

Penelitian ini membahas mengenai implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT Bina Pertiwi dalam pemberdayaan masyarakat melalui Posyandu Binaan di Rawaterate, Jakarta Timur. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses komunikasi dalam pelaksanaan program CSR serta menganalisis tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Pada penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi serta dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan perusahaan melalui kader posyandu mengacu pada model komunikasi two-way asymmetrical, di mana perusahaan menyampaikan pesan secara persuasif untuk membentuk pemahaman dan perilaku masyarakat, tetapi tetap menerima umpan balik sebagai dasar penyesuaian pendekatan. Proses komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan program ini terdiri atas tahapan perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi. Komunikasi bersifat terbuka dan bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan posyandu, meskipun belum terdapat forum evaluasi formal dari masyarakat. Hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan program lebih banyak bersumber dari rendahnya kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan posyandu, meskipun berbagai upaya telah dilakukan oleh kader dalam menjangkau dan memfasilitasi masyarakat.

Kata Kunci: CSR, partisipasi, pemberdayaan masyarakat, posyandu, *two-way asymmetrical communication*.

ABSTRACT

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BINA PERTIWI DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PROGRAM POSYANDU BINAAN RAWATERATE JAKARTA TIMUR

By:

Humayra Ismi Kamila

2110862004

Supervisors:

Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom

This study explores the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs carried out by PT Bina Pertiwi in empowering communities through its supported *posyandu* (integrated health service posts) in Rawaterate, East Jakarta. The primary aim of this research is to describe the communication process in the implementation of the CSR program and to analyze the challenges and obstacles encountered. This study employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using descriptive qualitative techniques. The findings reveal that the communication process employed by the company, executed through *posyandu* cadres, reflects the *two-way asymmetrical* communication model, wherein messages are delivered persuasively to shape public understanding and behavior, while feedback from the community is used to adjust communication strategies. Communication remains open and is aimed at increasing community participation in *posyandu* services, although there is no formal forum for public evaluation. The main obstacle in implementing the program lies in the low level of awareness and willingness among community members to participate actively, despite the cadres' various efforts to reach out and facilitate their involvement.

Keywords: CSR, community empowerment, participation, *posyandu*, two-way asymmetrical communication.