

## **STRATEGI HUMAS PT PUPUK ISKANDAR MUDA DALAM MENJALANKAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**Rina Mauliza dan Ardiyanto Wardhana**

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: rina1800030418@webmail.uad.ac.id , ardiyanto.wardhana@comm,uad.ac.id

### **ABSTAK**

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk perusahaan berkontribusi kepada masyarakat. CSR pada praktik bisnisnya mengarah pada ketetapan hukum, nilai-nilai etis, dan nilai-nilai ekonomi. PT Pupuk Iskandar Muda merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan program CSR. Seiring dengan perjalanan beroperasinya, masyarakat banyak mendapatkan manfaat diantaranya peningkatan kesejahteraan atau pendapatan, terbukanya lapangan pekerjaan, dan terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Pada dasarnya program CSR tidak hanya sumbangan material namun program pemberdayaan masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengembangkan kualitas dan keterampilan yang dimilikinya. Program CSR didesain untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera, berkembang dan maju.

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi untuk mencari data kepada narasumber terkait. Data diuji dengan menggunakan triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda pada waktu berbeda. Penelitian dianalisis dengan model interaksi analisis Miles dan Huberman yakni pengumpulan data, reduksi data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi maka diperoleh pelaksanaan program CSR PT PIM melalui empat tahapan yaitu fact finding, planning, communication dan evaluation. Tahap fact finding dilaksanakan dengan memperoleh fakta lapangan berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan masyarakat setempat.. Tahap planning dilaksanakan dengan menyusun masalah yang diperoleh dalam fact finding, kemudian membuat perencanaan terperinci mulai dari jenis kegiatan, orang yang terlibat hingga anggaran yang diperoleh melalui proposal yang diajukan oleh masyarakat. Tahap communication dilaksanakan dengan bantuan media massa, komunikasi langsung dengan aparat desa agar masyarakat sekitar mengetahui program CSR yang akan dijalankan oleh PT PIM. Tahap Evaluation merupakan tahap akhir, berupa penilaian yang dilakukan masyarakat mengenai program CSR yang dijalankan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah program tersebut berhasil, berlanjut dan berkembang

**Kata Kunci :** Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan, Strategi, Humas, PT Pupuk Iskandar Muda.

### **ABSTRACT**

*Corporate social responsibility (CSR) is a form of companies contributing to society. CSR in its business practices leads to legal provisions, ethical values, and economic values. PT Pupuk Iskandar Muda is one of the companies that carry out CSR programs. Along with the journey of operation, the community gets many benefits including increased welfare or income, opening up employment opportunities, and fulfilling community needs. Basically CSR programs are not only material donations but also community empowerment programs. This is done so that the community can develop their quality and skills. The CSR program is designed to create a prosperous, developing and advanced society.*

*The research uses qualitative methods with a case study approach. Researchers used structured interviews, observation and documentation methods to find data from related sources. The data were tested by using data triangulation. Triangulation in credibility testing is the examination of data from different sources at different times. The research was analyzed using the Miles and Huberman analysis interaction model, namely data collection, data reduction and conclusion drawing and verification.*

*Based on the results of interviews, observations and documentation, the implementation of PT PIM's CSR program was obtained through four stages, namely fact finding, planning, communication and evaluation. The fact finding stage is carried out by obtaining field facts based on the results of observations and discussions with the local community. The planning stage is carried out by compiling the problems obtained in fact finding, then making detailed plans starting from the type of activity, the people involved to the budget obtained through the proposed proposal. by the community. The communication stage is carried out with the help of mass media, direct communication with village officials so that the surrounding community knows about the CSR program that will be run by PT PIM. The Evaluation stage is the final stage, in the form of an assessment by the community regarding the CSR program being implemented. Evaluation is carried out to find out whether the program is successful, continues and develops*  
*Keywords: Corporate Social Responsibility, Program, Public Relations, Strategy, PT Pupuk Iskandar Muda, .*

### **PENDAHULUAN**

Peran eksternal dan internal perusahaan menentukan keberhasilan suatu perusahaan, terutama yang bergerak dalam bidang bisnis dan industri. Perusahaan diharuskan untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat lingkungan perusahaan. Hubungan baik ini nantinya akan menjadi tolak ukur bagaimana perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Strategi dalam

mencapai hubungan baik sebenarnya didasarkan pada dukungan dari internal perusahaan. Dukungan internal perusahaan menjadi acuan untuk mendapatkan kepercayaan dalam lingkungan eksternal kepada perusahaan (Susanto, 2007).

CSR atau *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu strategi menjalin hubungan baik dan bentuk kontribusi kepada masyarakat. Kontribusi ini juga sebagai bentuk

tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat di lingkungan perusahaan. CSR sendiri memiliki beberapa nama lain yaitu *Corporate Responsibility*, *Corporate Ethics*, *Corporate Accountibility*, *Corporate Citizenship* dan sebutan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan lebih dikenal di Indonesia. Praktik CSR sendiri mengacu pada ketetapan hukum, nilai-nilai etis dan nilai-nilai ekonomi. Inti dari etika bisnis adalah CSR, dimana perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban legal dan ekonomis kepada *stakeholders* atau pemegang saham, tetapi juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain seperti masyarakat. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa perusahaan tidak bisa beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa kerjasama bantuan dari berbagai pihak (Gunawan, 2007).

PT Pupuk Iskandar Muda merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan program CSR. PT Pupuk Iskandar Muda atau PT PIM yang merupakan anak perusahaan PT Pupuk Indonesia ini sudah beroperasi sejak tahun 1982. Perusahaan yang menjadi pelopor pabrik pupuk urea pertama di Indonesia ini dibangun oleh PT Rekayasa Industri sebagai kontraktor nasional

yang pertama melaksanakan proyek berskala besar. PT PIM pada tanggal 24 Februari 1982 resmi didirikan berdasarkan akta notaris Soeleman Ardjasmita, SH. No. 54. Lhokseumawe-Aceh Utara ditetapkan sebagai lokasi pembangunan pabrik PT PIM karena memiliki faktor ketersediaan cadangan gas bumi sebagai sumber bahan baku, fasilitas *water intake* dan adanya sarana pelabuhan sebagai tempat bongkar muat peralatan pabrik, serta letaknya yang strategis menjangkai negara tujuan ekspor (PT PIM, 2015).

Sepanjang perjalanan perjalanannya, masyarakat banyak merasakan manfaat diantaranya, terpenuhinya kebutuhan masyarakat, mendorong masyarakat berpikir maju, peningkatan kesejahteraan, terbukanya lapangan kerja, penghematan devisa negara, dan terbukanya bidang usaha lain diluar perusahaan (Irwandar, 2014). Tidak hanya itu bantuan sosial dan dana kegiatan CSR banyak dialokasikan untuk masyarakat lingkungan perusahaan. Kegiatan CSR yang dijalankan tidak hanya berupa sumbangan dana berbentuk hibah namun juga program yang memberdayakan masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mandiri, berkembang, terampil,

berkualitas, sejahtera dan jauh dari kemiskinan. (Nursahid, 2006). Hal ini sejalan dengan penelitian Agustien (2010) yang mengatakan bahwa program CSR berperan dalam pemberdayaan masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan jika dilakukan dengan efektif. Selain itu, penelitian Wahyuningrum juga memaparkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan antara kegiatan CSR di bidang ekonomi, sosial dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan

Efektifnya program bantuan dana dan program CSR PT PIM ternyata belum sepenuhnya meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar.

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis peristiwa, aktivitas sosial, fenomena, persepsi dan pemikiran manusia yang dapat menjadi bahan pengembangan konsep teori (Djunaidi, 2012:25). Pendekatan studi kasus merupakan

Berdasarkan Buku Indikator Kesejahteraan Masyarakat Provinsi Aceh tahun 2015, angka kemiskinan di Kabupaten Aceh Utara masih tinggi. Data BPS menunjukkan pada tahun 2015 persentase penduduk miskin di Aceh Utara sebesar 20,34 lebih tinggi dibandingkan persentase penduduk miskin Aceh Utara tahun 2013 yaitu 17,60 BPS Aceh, 2015). Hal ini tentu menjadi tugas baru PT PIM untuk membantu pemberdayaan masyarakat dan mengurangi persentase angka kemiskinan. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT Pupuk Iskandar Muda dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility*.

pendekatan secara intensif terperinci dan mendalam tentang suatu fenomena baik perorangan maupun kelompok untuk pengetahuan yang mendalam (Hadari, 2007).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada hasil ini penulis akan mengemukakan tentang strategi public relations PT Pupuk Iskandar Muda dalam pelaksanaan kegiatan corporate social responsibility. Mengupas strategi ini

peneliti lakukan melalui metode deskriptif dengan penggunaan pendekatan kualitatif sebagai cara untuk menganalisa dan membahas data yang diperoleh. Dalam hal ini strategi yang digunakan oleh Public Relations di titik beratkan pada proses pembuatan strategi tersebut yang dianalisis melalui empat tahapan public relation yakni fact finding, planning, communicating, dan evaluating. Keempat hal tersebut dilakukan oleh divisi yang telah menjalankan fungsi Public Relations di PT Pupuk Iskandar Muda) dan divisi ini penulis telah melakukan wawancara secara mendalam pada kepala Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/PKBL atau biasa disebut CSR/Corporate Social Responsibility dan staf Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan serta masyarakat.

Wawancara yang dilaksanakan mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber mengenai keempat proses kerja Public Relations mengenai strategi yakni pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan fact finding, planning, communicating, evaluating. Peneliti melakukan wawancara dengan ketiga informan di PT Pupuk Iskandar Muda, pada hari yang berlainan dengan menyesuaikan waktu yang tersedia dari

para informan dengan maksud agar tidak mengganggu jam kerja dari para informan. Setelah para informan mengijinkan untuk wawancara, peneliti pun mulai melakukan wawancara mendalam dengan ketiga informan.

Untuk menjabarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti melaksanakan wawancara secara mendalam dengan tiga narasumber yang memahami mengenai kegiatan CSR PT PIM. Setelah wawancara peneliti mendapatkan intisari dari setiap jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada para narasumber. Pernyataan yang disampaikan oleh narasumber berupa poin-poin penting berupa data dan fakta yang telah diringkas untuk memperjelas dalam penjabaran poin dalam pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Fact finding yaitu proses pencarian dan pengumpulan fakta dan data lapangan sebelum proses CSR dilaksanakan oleh perusahaan. Dalam hal ini PKBL sebelum membentuk program CSR harus mengetahui terlebih dahulu kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan, siapa saja kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program dan bagaimana keadaan

masyarakat berdasarkan hasil survei lapangan. Data dan fakta mengenai masyarakat ini diperoleh berdasarkan hasil diskusi dengan aparat desa dan karang taruna pemuda setempat. Tahapan Planning adalah rangkaian penyusunan program berdasarkan saran dan aspirasi setelah disesuaikan dengan kebutuhan dan latar belakang masyarakat di lingkungan perusahaan. PKBL selaku pelaksana program CSR melakukan penyusunan daftar masalah yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Daftar masalah dan kebutuhan masyarakat digunakan untuk mengatasi dan sekaligus menentukan kelompok masyarakat yang akan menjalani program tersebut. Kegiatan perencanaan ini merupakan salah satu tahap yang menentukan keberhasilan program CSR yang dilaksanakan. *Communication* dilaksanakan ketika proses perencanaan telah selesai dengan matang berdasarkan hasil pemikiran dan data lapangan.

Tahap selanjutnya yaitu program dikomunikasikan atau dilaksanakan secara operasionalnya. Tahap ini menuntut kinerja humas dengan sangat baik dalam pengkomunikasian program agar tidak terjadi kesalahpahaman. Komunikasi yang dilaksanakan

berlangsung dua arah yang memiliki tujuan membangun serta menjaga citra reputasi perusahaan di mata publik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah menganalisa dan memonitoring bagaimana program CSR telah berjalan dan apakah tujuan dari program telah tercapai dengan baik. Evaluasi menghasilkan penilaian terhadap program yang telah dijalankan, apakah bisa dilanjutkan atau tidak bisa dilanjutkan nantinya dan tentunya dengan melakukan perbaikan serta penyempurnaan.

Dalam tahap pembahasan ini, peneliti akan menjelaskan hasil dari analisis penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk pembahasan. Komitmen PT Pupuk Iskanda Muda dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dengan program CSR yang dijalankan didasari oleh aturan pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau TJSL. Program yang komitmen dalam pengembangan masyarakat ini dikemas dengan orientasi meningkatkan taraf hidup masyarakat dan kepedulian lingkungan. PT PIM melakukan komitmen ini secara kontinu dan

konsisten membantu masyarakat di lingkungan perusahaan. Tujuan dari pelaksanaan program CSR tentu saja untuk membantu kehidupan masyarakat dan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan PKBL dalam pelaksanaan CSR yang memberdayakan ekonomi masyarakat dibagi menjadi 3 wilayah di sekitar perusahaan. Wilayah 1 atau Ring1 adalah Desa Tambon Baroh, Paloh Gadeng, Madat, Tambon Baroh, Blang Naleung Mameh, Blang Me dan Keude Krueng Gekueh. Wilayah 1 atau Ring 2 adalah Desa Ulee Pula, Paloh Lada, Paloh Igeueh, Ulee Reuleng dan Pulo Bungkom. Wilayah 3 atau Ring 3 yaitu desa di sepanjang aliran pipa air baku PT Pupuk Iskandar Muda (PIM, 2015). Setelah anggaran program CSR ditetapkan maka PKBL mulai merencanakan program CSR yang akan dilaksanakan. Tahap perencanaan dilakukan dengan pelaksanaan survei sosial yang berfungsi agar program sesuai sasaran, tidak ada penyelewengan dan memberikan dampak positif. Proses survei sendiri melibatkan aparat desa yang sangat mengetahui latar belakang dan kebutuhan dari masyarakat di desanya.

Pemahaman perusahaan mengartikan bahwa proses pelaksanaan, pengaturan visi misi, pelaksanaan, hingga penerapan program CSR merupakan tanggung jawab perusahaan sebagai pelaksana. Berbeda dengan pemahaman masyarakat bahwa perusahaan harus melibatkan masyarakat terutama dalam perencanaan program agar tujuan dari program tersebut tercapai dalam hal mensejahterakan masyarakat. Tidak hanya itu keterlibatan masyarakat juga mempengaruhi reputasi dan citra perusahaan sebagai bentuk investasi sosial jangka panjang perusahaan. Namun faktanya masyarakat hanya terlibat dalam proses evaluasi program yang rutin dilakukan di akhir tahun dengan pembagian kuesioner kepada masyarakat dan mengolah data kuesioner tersebut untuk melihat apakah program tersebut berjalan dengan baik.

Dari segi fact finding yang dimaksud adalah bagaimana PT PIM dalam hal ini mampu secara peka melihat fakta yang tidak sesuai dengan harapan apa yang ditemukan di lapangan, kemudian menarik kesimpulan dari fakta yang ditemukan tersebut, sehingga humas juga mampu

menyimpulkan tentang apa saja fakta yang harus dikategorikan urgen dan fakta yang dikategorikan sampingan, sehingga fakta yang ditemukan seperti yang terkait dengan pelaksanaan lomba menulis artikel ini dapat di asumsikan sebagai fakta yang harus dibuat solusinya, karena menyangkut nilai dari tujuan PT PIM yang tidak tersampaikan. Dalam bahasa Inggris, fact artinya adalah fakta dan finding artinya adalah menemukan, sehingga jelas disini bahwa kegiatan yang dilakukan oleh PKBL dalam fact finding adalah kegiatan yang di sengaja, karena kata menemukan adalah kata kerja yang sengaja dilakukan, dengan kata lain, dalam praktek pengumpulan saran dan kritik serta bertanya langsung kepada masyarakat tentang apa yang kurang juga merupakan praktek langsung dari sebuah kegiatan fact finding.

Planning, agar dapat menghindari kegagalan dalam melaksanakan tugasnya seorang humas harus memiliki perencanaan yang baik. Tahapan perencanaan dan penyusunan merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan public. Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat

keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi. Taktik dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab “kita telah mempelajari situasi berdasarkan apa, apa yang harus diubah atau dilakukan”. Pada tahap ini diawali dengan menentukan sasaran yang ada pada perusahaan. Perencanaan program ini biasanya terdiri dari hal-hal seperti tujuan, pilihan yang tersedia, fasilitas dan keuntungan yang akan dialami, konsekuensinya, keputusan dan strategi atau politik yang akan digunakan. Melalui tahap ini PR dapat merencanakan program yang menarik perhatian publik.

Tahap ketiga adalah mengimplementasikan program komunikasi yang di desain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan program. Tahapan komunikasi tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan. Bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan sebenarnya tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan public relations. Kegiatan komunikasi dapat berbentuk lisan, tertulis, visual atau dengan menggunakan lambang-lambang

tertentu (Rachmadi, 1996).

Setelah ketiga tahap tersebut selesai, munculah evaluation yakni seperti yang diungkapkan oleh Cultip and Center dimana tahap ini adalah tahap penilaian dari semua aktivitas yang sudah dibuat ataupun dilakukan, sehingga apapun yang sudah PKBL PT PIM rancang dan lakukan dapat dilihat tingkat pencapaian keberhasilannya pada tahap evaluasi ini. Dengan tujuan masyarakat mengerti dan dapat memahami apa yang sudah disampaikan pada saat kegiatan berlangsung. Seperti Menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam (Effendy, 2007), *Techniques for Effective Communications*, menyatakan bahwa tujuan sentral komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. To secure understanding,
- b. To establish acceptance,
- c. To motivate action. (Effendy, 2007)

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan dalam pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Pelaksanaan program CSR PT PIM melalui empat tahapan yaitu fact finding, planning, communication

dan evaluation. Setiap tahapan dilaksanakan dengan proses meeting dan melibatkan staf PKBL.

2. Tahap fact finding dilaksanakan dengan memperoleh fakta lapangan berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan masyarakat setempat. Fact finding dilakukan untuk mengetahui latar belakang dan meriset masalah masyarakat untuk membentuk program CSR.
3. Tahap planning dilaksanakan dengan menyusun masalah yang diperoleh dalam fact finding, kemudian membuat perencanaan terperinci mulai dari jenis kegiatan, orang yang terlibat hingga anggaran yang diperoleh melalui proposal yang diajukan oleh masyarakat.
4. Tahap communication dilaksanakan dengan bantuan media massa, komunikasi langsung dengan aparatur desa agar masyarakat sekitar mengetahui program CSR yang akan dijalankan oleh PT PIM.
5. Tahap Evaluation merupakan tahap akhir, berupa penilaian yang dilakukan masyarakat

mengenai program CSR yang dijalankan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah program tersebut berhasil, berlanjut dan berkembang

Dari hasil penelitian maka ada beberapa hal yang diberikan peneliti sebagai saran kepada PT PIM untuk peningkatan pelaksanaan program CSR, yaitu :

1. Pelaksanaan program CSR PT PIM sebaiknya melalui empat tahapan yaitu fact finding, planning, communication dan evaluation secara terperinci dan setiap tahapan dilaksanakan sebaiknya melibatkan staf, aparaturnya desa, dinas dan pemerintah.
2. Tahap fact finding sebaiknya dilaksanakan tidak hanya dengan memperoleh fakta lapangan namun juga memonitoring media massa berupa pemberitaan mengenai masyarakat dan perusahaan
3. Tahap planning sebaiknya dilaksanakan dengan menyusun masalah yang lebih dibutuhkan mengingat banyaknya masyarakat yang mengirimkan proposal untuk kegiatan CSR

ataupun untuk memperoleh bantuan.

4. Tahap communication sebaiknya dilaksanakan tidak hanya dengan komunikasi langsung dengan aparaturnya desa tetapi melalui media sosial agar masyarakat sekitar mengetahui program CSR yang akan dijalankan oleh PT PIM.
5. Tahap Evaluation sebaiknya tidak hanya untuk mengetahui apakah program tersebut berhasil, berlanjut dan berkembang, namun juga mengetahui apakah program tersebut dapat dilanjutkan atau tidak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, Subhan. (2014). *Identifikasi Program Corporate Social Responsibility Di Pangkalan Brandan Terhadap Rencana Pendirian Pabrik Sodium Ligno Sulfanat*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Agustien, Miranda. (2010). *Program Corporate Sosial Responsibility Dan Kesejahteraan Masyarakat*. Skripsi (S1). Universitas Sumatera Utara.
- Ambadar, Jackie. (2008). *CSR Dalam Praktik Di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo. Jurnal Simbolika, Volume 2, Nomor 1/ April 2016
- Anwas, Oos M. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Utara. 2015. *Statistik Daerah Kecamatan Dewantara 2015*. Lhoksukon: BPS Kab. Aceh Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Utara. (2015). *Kecamatan Dewantara Dalam Angka 2015*. Lhoksukon: BPS Kab. Aceh Utara.
- Demartoto, Argyo dan Utami, Trisni. (2005). *Kajian Mengenai Dampak Pembangunan Pariwisata Pedesaan Terhadap Pemberdayaan Potensi Sosial Budaya Masyarakat Di Desa Kepuhsari Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri*. Laporan Penelitian. Universitas Sebelas Maret.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra
- Aditya Bakti. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Irwandar. (2014). *CSR: Strategi Bisnis Mencapai Target Pembangunan Berkelanjutan*. Lhokseumawe: Center For Media and Cross-Cultural Studies.
- Kartasasmita, G. (1996). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Nursahid, Fajar. (2006). *Tanggung Jawab Sosial BUMN*. Depok: PIRAMEDIA.
- PT Pupuk Iskandar Muda. (2015). *Annual Report 2019*. Aceh Utara
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang *Perseroan Terbatas*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756. Jakarta: Sekretariat Negara.

- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (1994). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka. Soewadji, Jusuf. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susanto, A. B. (2009). *Reputation - Driven: Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyuningrum, Yuniarti., Noor, Irwan. dan Wachid, Abdul. (2014). *Pengaruh Program Coporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Administrasi Publik. Volume 1 No. 5. Hal 109-115.