



**PEMANFAATAN KEGIATAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DIFABLEPRENEUR SEBAGAI MEDIA
UNTUK MEMBANGUN REPUTASI BISNIS PERTAMINA**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Sastra 1
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Oleh :

Shabrina Farahzatu Ghassania

14030116140081

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021



**PEMANFAATAN KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DIFABLEPRENEUR SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMBANGUN
REPUTASI BISNIS PERTAMINA**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Sastra 1
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Oleh :

Shabrina Farahzatu Ghassania

14030116140081

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shabrina Farahzatu Ghassania

NIM : 14030116140081

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun dengan judul:

PEMANFAATAN KEGIATAN CSR DIFABLEPRENEUR SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMBANGUN REPUTASI BISNIS PERTAMINA

adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 22 Februari 2021

Pembuat Pernyataan,



Shabrina Farahzatu Ghassania

NIM. 14030116140081

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Kegiatan CSR Difablepreneur sebagai Media
untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina

Nama Penyusun : Shabrina Farahzatu Ghassania

NIM : 14030116140081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 22 Februari 2021

Wakil Dekan I



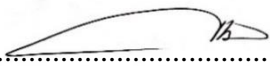
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin

NIP. 19690822 199403 1 003



Dosen Pembimbing:

1. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si

(..........)

Dosen Penguji Skripsi:

1. Drs. Juyo NS Gono, M.Si

(..........)

2. Dr. Yanuar Luqman

(..........)

3. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si

(..........)

HALAMAN MOTTO

**“People don’t care about what you say, they care about what you build.” –
Mark Zuckerberg**

“Don’t rush anything. When the time is right, it will happen.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. S.Rouli Manalu, S.Sos, MCommSt. Ph.D selaku Kepala Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
4. Agus Naryoso, S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih banyak atas bimbingan, waktu, nasihat, dan semangat yang terus diberikan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Joyo NS Gono, M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas masukan dan arahan yang diberikan kepada penulis.
6. Dr. Yanuar Luqman selaku dosen penguji. Terima kasih atas masukan dan arahan yang diberikan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu dan dukungan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Ibu Anna Yudhiastuti, Mb Marthia Mulia Asri, Mas Wawan, Ibu Sri Suwarni, Mb Nur Ayu, Ibu Yayuk Tuti Supriyanti, dan Mb Aning Karindra, terimakasih telah bersedia menjadi narasumber dan membantu penulis dalam menyusun skripsi.
9. Papa, Mama, Mas Ega, Mb Intan, Mas Malik, Mb Shelma, Mas Fadly, Mb Ayu, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana.
10. Faris Raditya Munir sebagai partner dalam segala hal, terimakasih karena selalu membantu, memberi semangat & doa dan menjadi tempat berkeluh kesah untuk penulis selama ini.

11. Sessy, Bella, Nimas, Alma, Bulan, Karin, Tasya, Deta, dan Mega yang telah menjadi sahabat yang selalu mensupport satu sama lain dan telah menemani selama masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan ini.
12. Difa, Arif, Fathdio, Dimas, Utik, Mb Gita, Vika, Alish, Cece, Mutia, Salma, Syahna, Fadli, Vito, Nadya, Ichsan, Renin, Reri, Anna telah menjadi teman dan selalu memberikan semangat kepada penulis selama ini.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang sudah berjuang bersama. Semoga kita semua bisa bertemu lagi.
14. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

ABSTRAK

Judul : Pemanfaatan Kegiatan CSR Difablepreneur sebagai Media untuk
Membangun Reputasi Bisnis Pertamina
Nama : Shabrina Farahzatu Ghassania
NIM : 14030116140081

Penelitian ini berdasarkan tentang permasalahan terhadap banyaknya pandangan masyarakat desa Tawang Sari yang kurang baik terhadap kaum difabel, dimana para difabel masih sering dianggap sebelah mata oleh banyak orang. Tak hanya itu, sebagian besar keluarga disana menganggap orang disabilitas / difabel menjadi suatu aib yang harus disembunyikan bahkan dari keluarganya sekalipun. PT. Pertamina TBBM Boyolali sendiri ingin menjadikan desa binaannya tersebut menjadi suatu desa yang inklusi, hal ini dapat didukung melalui suatu kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan program pemberdayaan masyarakat khusus penyandang disabilitas yang diberi nama CSR Difablepreneur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana aktivitas program Difablepreneur yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina TBBM Boyolali melalui CSR, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merujuk pada paradigma konstruktivisme dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indepth interview, observasi dan studi pustaka. Dan teori yang digunakan dalam penelitian ini teori legitimasi (legitimacy theory) oleh *Gary O'Donovan*, teori kelembagaan (institutional theory), teori pemangku kepentingan (stakeholder theory), teori sistem umum (general system theory) oleh *Ludwig von Bertalanffy*, dan teori interaksi simbolik oleh *George Herbert Mead*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dalam menjalankan aktivitas program CSR Difablepreneur terdapat 5 komponen didalamnya yaitu building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance, protecting the environment. Dari kelima komponen tersebut, mampu menghasilkan reputasi yang baik bagi Pertamina. Reputasi tersebut terbentuk dari persepsi yang kuat stakeholder pada performa dan kinerja perusahaan. Sehingga memberikan peluang bagi perusahaan untuk dapat memperoleh pengakuan positif dari masyarakat. Selain itu, dengan adanya kegiatan CSR Difablepreneur juga mampu mempengaruhi sikap publik. Dimana hal tersebut dibangun dari informasi yang didapat melalui media massa atau saluran komunikasi yang lain. Informasi tersebut akan membangun kesadaran bahwa Pertamina mempunyai kepedulian yang tinggi pada aspek sosial dan kualitas ekonomi masyarakat lokal. Sikap yang baik mengurangi resiko munculnya opini publik negatif, menekan potensi protes, sabotase bahkan sikap anarkisme publik, sehingga tujuan dari perusahaan tercapai.

Kata Kunci : Aktivitas CSR, Difabel, Komunikasi Korporat, Reputasi Bisnis

ABSTRACT

Judul : Utilization of CSR Activities as Media to Build Business
Reputation (Case Study: CSR Difablepreneur Pertamina)
Nama : Shabrina Farahzatu Ghassania
NIM : 14030116140081

This research is based on the problem of the many unfavorable views of the people of Tawang Sari village towards people with disabilities, where people with disabilities are still often underestimated by many people. Not only that, most families there consider people with disabilities to be a disgrace that must be hidden even from their families. PT. Pertamina TBBM Boyolali wants to turn the village under its guidance into an inclusive village, this can be supported through a Corporate Social Responsibility (CSR) activity with a special community empowerment program for people with disabilities called CSR Difablepreneur. The purpose of this study was to determine how the Difablepreneur program activities carried out by PT. Pertamina TBBM Boyolali through CSR, using qualitative research methods. This research refers to the constructivism paradigm with a case study approach. The data collection techniques used in this study were in-depth interviews, observation and literature study. And the theory used in this research is legitimacy theory by *Gary O'Donovan*, institutional theory, stakeholder theory, general system theory by *Ludwig von Bertalanffy*, and symbolic interaction theory by *George Herbert Mead*.

Based on the results of this study, in carrying out the CSR Difablepreneur program activities there are 5 components in it, namely building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance, protecting the environment. Of the five components, Pertamina is able to generate a good reputation. This reputation is formed from the strong perceptions of stakeholders on company performance and performance. Thus providing opportunities for companies to be able to get positive recognition from the community. In addition, the CSR Difablepreneur activities can also influence public attitudes. Where it is built from information obtained through mass media or other communication channels. This information will build awareness that Pertamina has a high level of concern for the social and economic quality of local communities. A good attitude reduces the risk of the emergence of negative public opinion, suppresses the potential for protest, sabotage and even an attitude of public anti-terrorism, so that the company's goals are achieved.

Keywords: CSR Activities, Disabilities, Corporate Communication, Business Reputation

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Kegiatan CSR Difablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina.”** Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Skripsi yang telah disusun ini terdiri dari lima bab. Bab pertama berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, definisi konseptual, definisi operasional dan metode penelitian. Bab kedua berisi tentang gambaran umum mengenai PT. Pertamina beserta jenis tanggung jawab lingkungan sosial (TJLS). Bab ketiga berisi hasil temuan yang didapat. Bab keempat berisi hasil analisis dari hasil temuan yang didapatkan. Bab kelima kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Dari hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana dalam menambah kajian di bidang akademik, sebagai saran dalam menjalankan kegiatan CSR yang juga dapat sebagai media untuk membangun reputasi bisnis suatu perusahaan.

Semarang, 22 Februari 2021

Penulis,

Shabrina Farahzatu Ghassania

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Signifikansi Penelitian	10
1.4.1 Signifikansi Teoritis	10
1.4.2 Signifikansi Sosial	11
1.4.3 Signifikansi Praktis	11
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	11
1.5.2 State of The Art.....	13
1.5.3 Teori Penelitian	16
1.5.4 Komunikasi Korporat.....	29
1.5.5 Corporate Social Responsibility	32
1.6 Operasionalisasi Konsep.....	40
1.7 Metodologi Penelitian	41
1.7.1 Desain Penelitian	41
1.7.2 Subjek Penelitian	42
1.7.3 Jenis Data.....	42
1.7.4 Sumber Data.....	43

1.7.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
1.7.6	Teknik Analisis Data.....	45
1.7.7	Kualitas Data.....	46
BAB II		47
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI MEDIA		47
MEMBANGUN REPUTASI BISNIS PERTAMINA		47
2.1	Gambaran Umum PT. Pertamina (Persero) MOR IV	47
2.2	Tugas Fungsi Comm & CSR PT. Pertamina MOR IV	49
2.3	CSR dalam Pertamina	53
2.3.1	CSR Difablepreneur.....	66
2.3.2	CSR Pertamina Menurut ISO 26000.....	71
2.4	Manfaat CSR.....	77
2.5	Aktivitas CSR Pertamina	78
2.6	Model CSR Pertamina.....	80
2.7	Jenis CSR.....	82
2.8	Bentuk Kegiatan CSR.....	85
2.9	Tahapan CSR.....	89
BAB III		91
TEMUAN PENELITIAN		91
PEMANFAATAN KEGIATAN CSR DIFABLEPRENEUR		91
SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMBANGUN REPUTASI BISNIS		91
PERTAMINA		91
3.1	Identitas Informan	92
3.2	Building Human Capital	93
3.3	Strengthening Economies	101
3.4	Assesing Social Cohesion	103
3.5	Encouraging Good Governance.....	107
3.6	Protecting the Environment.....	112
BAB IV		113
ANALISIS PEMANFAATAN KEGIATAN CSR DIFABLEPRENEUR		113
SEBAGAI MEDIA UNTUK MEMBANGUN REPUTASI BISNIS		113
PERTAMINA		113
	Bagan Pemanfaatan Kegiatan CSR Difablepreneur	131

sebagai media untuk membangun reputasi bisnis Pertamina	131
BAB V	133
PENUTUP	133
5.1 Simpulan	133
5.2 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	140
INTERVIEW GUIDE	141
TRANSKRIP WAWANCARA.....	152
FOTO KEGIATAN.....	178