



Judul Skripsi:

**ANALISIS ISI PESAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT  
PERTAMINA (Persero) (Analisis Isi Kualitatif pada Media Sosial  
Instagram @pertamina)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Nafisha Febi Rizkya

NIM : 1910411171



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dijadikan rujukan telah dinyatakan benar.

Nama : Nafisha Febi Rizkya

NIM : 1910411171

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Oktober 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique identification number '73951AKX717678640' is printed at the bottom of the stamp.

Nafisha Febi Rizkya

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nafisha Febi Rizkya  
NIM : 1910411171  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS ISI PESAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA (Persero) (Analisis Isi Kualitatif pada Media Sosial Instagram @pertamina)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : di Jakarta

Pada tanggal : 29 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



Nafisha Febi Rizkya

## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Nafisha Febi Rizkya  
NIM : 1910411171  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Analisis Isi Pesan dan Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) (Analisis Isi Kualitatif pada Media Sosial Instagram @pertamina)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Uljanatunnisa, S.Sos., MA)

Penguji 1

(Dr. S. Bakti Istiyanto, S.Sos, M.Si)

Penguji 2

(Windhiadi Yoga S., S.I.Kom, M.Si)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

(Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 9 Januari 2024

**ANALISIS ISI PESAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT Pertamina (Persero) (ANALISIS ISI KUALITATIF PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @pertamina)**

**NAFISHA FEBI RIZKYA**

**ABSTRAK**

Kesadaran terhadap kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah mengalami peningkatan di kalangan perusahaan baik lokal hingga multinasional. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis isi pesan serta strategi komunikasi CSR yang digunakan oleh PT Pertamina (Persero) berdasarkan pada konsep *triple bottom line CSR* dan *stakeholder strategy theory*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif. Data primer diperoleh melalui observasi dan dokumentasi pada konten unggahan dalam akun instagram @pertamina periode Januari - Juni 2022, kemudian data sekunder diperoleh dari referensi dari jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu lainnya yang relevan. Peneliti memanfaatkan tiga tahapan menurut Strauss dan Corbin yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* dalam menganalisis data. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa PT Pertamina (Persero) mengomunikasikan pesan CSR sesuai dengan prinsip *triple bottom line* yang didominasi oleh unggahan dimensi *planet* (lingkungan) yang dikemas dalam konten dengan format gambar serta video. Konten komunikasi CSR yang dibagikan oleh Pertamina berfokus pada penerapan strategi informasi *stakeholder*.

**Kata kunci:** Analisis Isi Kualitatif, CSR, Instagram, Komunikasi CSR, Media Sosial

**MESSAGE CONTENT ANALYSIS AND CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) COMMUNICATION STRATEGY OF PT Pertamina  
(Persero) (QUALITATIVE CONTENT ANALYSIS ON SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM @pertamina)**

**NAFISHA FEBI RIZKYA**

**ABSTRACT**

*Awareness of Corporate Social Responsibility (CSR) obligations in Indonesia has increased among both local and multinational companies. This research focused on analyzing the content of messages and CSR communication strategies used by PT Pertamina (Persero) based on the concept of triple bottom line and stakeholder strategy theory. This study used a qualitative descriptive approach with a qualitative content analysis method. Primary data was collected through observation and documentation of the content uploaded in the @pertamina Instagram account for the period January - June 2022, then secondary data was collected from references from journals, articles, and other relevant prior research. Researchers use the three stages of Strauss and Corbin's namely open coding, axial coding, and selective coding to analyze data. The results obtained in this study show that PT Pertamina (Persero) communicates CSR messages following the triple bottom line principle, that is dominated by the upload of planet dimensions (environment) packaged in content with image and video format. The CSR communication content shared by Pertamina focuses on the implementation of stakeholder information strategies.*

**Keywords:** *Qualitative Content Analysis, CSR, Instagram, CSR Communication, Social Media*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt atas segala rahmat dan karuniaNya. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Isi Pesan dan Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) (Analisis Isi Kualitatif pada Media Sosial Instagram @pertamina)”.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang turut membantu berlangsungnya penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. S. Bekti Istiyanto S.Sos, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Azwar, S.S., M.si selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan seluruh dosen beserta staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA. selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dengan membimbing, memberikan saran, serta masukan pada penelitian ini.
4. Kedua orang tua tercinta beserta keluarga yang telah mendoakan dan memberikan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini.
5. Teman-teman penulis yakni Damarati Rahma, Fakhira Putri Andini, Intania Hananto, Moniq Tesalonika, Sabelina Yulifia, dan yang lainnya yang telah membantu selama perkuliahan berlangsung, saling mengingatkan dan memberikan motivasi kepada penulis.

Jakarta, 12 Desember 2023

Penulis

Nafisha Febi Rizkya

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	i
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Praktis .....	9
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1. Konsep dan Teori Penelitian.....	11
2.1.1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	11
2.1.2. <i>Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	14
2.1.3. <i>Instagram sebagai Media Komunikasi Corporate Social Responsibility</i> 17	
2.1.4. <i>Model Komunikasi Harold Lasswell</i> .....	20
2.1.5. <i>Stakeholder Strategy Theory</i> .....	22
2.2. Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1. Objek Penelitian .....	26
3.2. Jenis Penelitian .....	27



3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4	Sumber Data .....	33
3.5	Teknik Analisis Data .....	33
3.6	Tabel Rencana Waktu.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Frekuensi Unggahan Komunikasi CSR PT Pertamina (Persero) di Akun Instagram @pertamina .....	38
4.2.2	Komponen Pesan Komunikasi CSR PT Pertamina (Persero) .....	41
4.2.1.1	Isi Pesan Komunikasi CSR PT Pertamina (Persero) di Akun Instagram @pertamina .....	41
4.2.1.2	Bentuk Pesan Komunikasi CSR pada Akun Instagram @pertamina .....	74
4.2.1.3	Efek Pesan Komunikasi CSR pada Akun Instagram @pertamina .....	77
4.2.3	Strategi Komunikasi CSR Pertamina di Akun Instagram @pertamina... ..	85
4.3	Pembahasan Penelitian .....	92
4.3.1	Frekuensi Unggahan Komunikasi CSR PT Pertamina (Persero) di Akun Instagram @pertamina .....	92
4.3.2	Komponen Pesan Komunikasi CSR PT Pertamina (Persero) di Akun Instagram @pertamina .....	93
4.3.3	Strategi Komunikasi CSR Pertamina di Akun Instagram @pertamina... ..	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>100</b>
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	101
5.2.1	Saran Praktis.....	101
5.2.2	Saran Teoritis .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Unit Analisis dan Pencatatan Penelitian .....	31
Tabel 2 Perencanaan Waktu Penelitian.....	35
Tabel 3 Frekuensi Unggahan Komunikasi CSR .....	39
Tabel 4 Unit Analisis Planet pada Konsep Triple Bottom Line.....	48
Tabel 5 Unit Analisis People pada Konsep Triple Bottom Line.....	63
Tabel 6 Unit Analisis Profit pada Konsep Triple Bottom Line .....	72
Tabel 7 Bentuk Komunikasi CSR pada Instagram @pertamina.....	77
Tabel 8 Analisis terhadap Komentar pada akun Instagram @pertamina.....	78
Tabel 9 Analisis terhadap Komentar pada akun Instagram @pertamina.....	81
Tabel 10 Analisis terhadap Komentar pada akun Instagram @pertamina.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep <i>Triple Bottom Line</i> .....	13
Gambar 2 Model Komunikasi Harold Lasswell .....	21
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4 Instagram <i>Official</i> Pertamina (Persero).....	27
Gambar 5 Logo Pertamina .....	36
Gambar 6 Unggahan konten @pertamina pada 24 Maret.....	40
Gambar 7 Unggahan konten @pertamina pada 25 Maret.....	40
Gambar 8 Unggahan Program <i>Green Energy</i> Pertamina.....	44
Gambar 9 <i>Green Energy Station</i> Pertamina.....	45
Gambar 10 <i>Green Energy Station</i> Pertamina.....	45
Gambar 11 <i>Green Energy Station</i> Pertamina.....	45
Gambar 12 Unggahan pada Hari Lingkungan Hidup .....	46
Gambar 13 Upaya Pelestarian Keanekaragaman Hayati oleh Pertamina .....	47
Gambar 14 Unggahan terkait Bantuan yang Diberikan Pertamina kepada Warga di Bengkalis .....	57
Gambar 15 Pertamina berkolaborasi dengan Kementerian BUMN membantu UMKM di Bali saat pandemi.....	58
Gambar 16 Mitra Binaan Pertamina pada Event MotoGP Mandalika 2022.....	58
Gambar 17 Pertamina Membangun Rumah Sakit Otak dan Jantung Untuk Masyarakat di Indonesia Bagian Timur.....	59
Gambar 18 Pertamina Mengadakan Kegiatan Vaksin Booster COVID-19 .....	59
Gambar 19 Bantuan Pertamina kepada Korban Gempa di Sumatera Barat.....	60
Gambar 20 Program Pertamina Berbagi kepada Yatim dan Dhuafa .....	60
Gambar 21 Program Bantuan Mudik Gratis oleh Pertamina .....	61
Gambar 22 Unggahan Pertamina pada Peringatan Hari Perempuan Internasional Maret 2022 .....	62
Gambar 23 Program Desa Energi Berdikari Pertamina .....	68
Gambar 24 Unggahan Dokumentasi Pertamina dalam Diskusi <i>Task Force Energy, Sustainability, and Climate B20</i> .....	69
Gambar 25 Unggahan Dokumentasi Kehadiran Pertamina dalam <i>Virtual Business Meeting</i> mewakili Task Force ESC B20.....	69
Gambar 26 Unggahan Perjanjian Kerja Sama Pertamina dengan Chevron .....	70
Gambar 27 Perjanjian Kerja Sama Pertamina dengan Exxon Mobil .....	71
Gambar 28 Unggahan <i>Carousel</i> pada Instagram @pertamina.....	75
Gambar 29 Unggahan <i>Carousel</i> pada Instagram @pertamina.....	76
Gambar 30 Unggahan Pertamina yang Menggunakan Strategi Informasi <i>Stakeholder</i> ....	88
Gambar 31 Unggahan Pertamina yang Menggunakan Strategi Informasi <i>Stakeholder</i> ....	88
Gambar 32 Unggahan Pertamina yang Menggunakan Strategi Informasi <i>Stakeholder</i> ....	89
Gambar 33 Unggahan Pertamina yang Menggunakan <i>Stakeholder Response Strategy</i> ...	90
Gambar 34 Unggahan Pertamina yang Menggunakan <i>Stakeholder Involvement Strategy</i>	91

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Koding.....	106
Lampiran 2 Riwayat Hidup.....	120
Lampiran 3 Sertifikat Nilai TOEFL.....	121