

STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF (MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN UMK PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) DI WILAYAH JAKARTA)

FACHREZZY AULYA ADDIWANI

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti pada program Pengembangan UMK PT Pelabuhan Indonesia (Persero) sebagai salah satu aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) perusahaan. Untuk mempertahankan kelangsungan aktivitas bisnisnya, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) membutuhkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat dan *stakeholders*. Upaya yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia (Persero) adalah dengan melaksanakan aktivitas TJSL yang sudah diatur dalam UU No 40 tahun 2007. Dalam melakukan aktivitas TJSL, strategi komunikasi berperan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat dan *stakeholders* bahwa aktivitas TJSL merupakan upaya untuk meningkatkan citra positif perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berbentuk data primer dan data sekunder. Sumber data yang didapatkan diperoleh melalui kegiatan wawancara, studi literatur, dan studi dokumentasi. Proses data penelitian menggunakan tiga langkah analisis data yaitu, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan dan dengan bantuan triangulasi sumber untuk menguji informasi yang telah diterima dari berbagai sumber.

Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori *stakeholders* dan didukung dengan konsep Carroll's CSR Pyramid yang terdiri dari empat jenis tanggung jawab perusahaan, yakni *Economics, Legal, Ethical, dan Philanthropic*.

Temuan dari penelitian ini menuturkan pelaksanaan program Pengembangan UMK, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) terbagi menjadi tiga program yang melatih UMK Binaan Pelindo untuk dapat bersaing secara nasional maupun internasional. Selain itu, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) juga menerapkan beberapa strategi komunikasi, seperti keikutsertaan pameran, *branding* pada kemasan UMK, dan juga pembuatan *press release*. Pelaksanaan program Pengembangan UMK ini termasuk pada *Community Development* atau program yang berkelanjutan di masyarakat. Selain itu, pelaksanaan Program Pengembangan UMK di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) juga bertujuan untuk memperoleh nilai *Creating Shared Value* atau CSV. Berdasarkan strategi dan hasil yang sudah dicapai dari pelaksanaan program ini, pelaksanaan program Pengembangan UMK juga dapat meningkatkan citra PT Pelabuhan Indonesia (Persero) di mata masyarakat dan *stakeholders*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Pengembangan UMK.

**COMMUNICATION STRATEGY OF PT PELABUHAN
INDONESIA (PERSERO) SOCIAL AND ENVIRONMENTAL
RESPONSIBILITY PROGRAM IN IMPROVING POSITIVE
IMAGE
(THROUGH SME DEVELOPMENT PROGRAM OF PT
PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) IN JAKARTA AREA)**

FACHREZZY AULYA ADDIWANI

ABSTRACT

This research examines the PT Pelabuhan Indonesia (Persero) SME Development program as one of the company's social and environmental responsibility (CSR) activities. To maintain the continuity of its business activities, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) requires support and trust from the community and stakeholders. The efforts made by PT Pelabuhan Indonesia (Persero) are to carry out CSR activities that have been regulated in Law No. 40 of 2007. In carrying out CSR activities, a communication strategy plays a role in communicating to the community and stakeholders that CSR activities are an effort to improve the company's positive image.

This research uses qualitative methods with descriptive research types. The data collected in this research is in the form of primary data and secondary data. The data sources obtained were obtained through interview activities, literature studies, and documentation studies. The research data process uses three steps of data analysis, namely, data reduction, data presentation, and verification or conclusions and with the help of source triangulation to test information that has been received from various sources.

In this study, the theory used is stakeholder theory and is supported by Carroll's CSR Pyramid concept which consists of four types of corporate responsibility, namely Economics, Legal, Ethical, and Philanthropic.

The findings of this study said that the implementation of the SME Development program, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) is divided into three programs that train Pelindo-assisted SMEs to be able to compete nationally and internationally. In addition, PT Pelabuhan Indonesia (Persero) also implements several communication strategies, such as exhibition participation, branding on SME packaging, and also making press releases. The implementation of the SME Development program is included in Community Development or a sustainable program in the community. In addition, the implementation of the SME Development Program at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) also aims to obtain Creating Shared Value or CSV value. Based on the strategies and results that have been achieved from the implementation of this program, the implementation of the SME Development program can also improve the image of PT Pelabuhan Indonesia (Persero) in the eyes of the community and stakeholders.

Keywords: *Communication Strategy, Social and Environmental Responsibility, MSE Development.*