

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
PT. SEMEN GRESIK (PERSERO) Tbk
DALAM MEMPERTAHANKAN *CORPORATE IMAGE* MELALUI
PROGRAM CSR *GREEN BELT*

SKRIPSI



Oleh :

KEVIN WIMEIDA

NRP. 1423014105

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2018

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
PT. SEMEN GRESIK (PERSERO) Tbk
DALAM MEMPERTAHANKAN *CORPORATE IMAGE* MELALUI
PROGRAM CSR *GREEN BELT*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Oleh :

KEVIN WIMEIDA

NRP. 1423014105

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Kevin Wimeida

NRP : 1423014105

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. SEMEN GRESIK (PERSERO)
Tbk DALAM MEMPERTAHANKAN *CORPORATE IMAGE*
MELALUI PROGRAM CSR *GREEN BELT***

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 22 Januari 2018

Penulis



Kevin Wimeida

NRP. 1423014105

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
PT. SEMEN GRESIK (PERSERO) Tbk
DALAM MEMPERTAHANKAN *CORPORATE IMAGE* MELALUI
PROGRAM *CSR GREEN BELT***

Oleh:

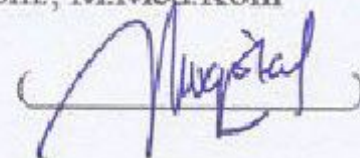
Kevin Wimeida

NRP.1423014105

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi

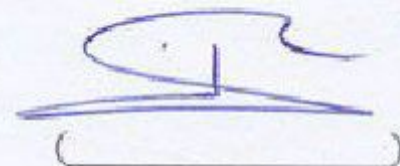
Pembimbing I : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIK. 142.15.0849



Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.,

NIK. 142.09.0647



Surabaya, 9 Januari 2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada : Sabtu, 13 Januari 2018

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.,

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji

1. Ketua : Noveina S. Dugis., S.Sos., MA.

NIK.142.11.0708

2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.,

NIK. 142.09.0647

3. Anggota : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom(

NIK.142.150849

4. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom

NIK.142.090634

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Kevin Wimeida

NRP : 1423014105

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. SEMEN GRESIK (PERSERO) Tbk DALAM MEMPERTAHANKAN *CORPORATE IMAGE* MELALUI PROGRAM CSR *GREEN BELT*.

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Januari 2018

Yang menyatakan,



Kevin Wimeida

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Let your life reflect the faith you have in God. Fear nothing and pray about everything. Be strong, trust God's word, and trust the process.”

- Germany Kent

“Setiap pengalaman yang tidak dinilai baik oleh dirinya sendiri ataupun orang lain akan tinggal menjadi sesobek kertas dari buku hidup yang tidak punya makna. Padahal setiap pengalaman tak lain daripada fondasi kehidupan”

- Pramoedya Ananta Toer

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dari awal pertengahan hingga akhir. Pelaksanaan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pelaksanaan Skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Yerry Budyanto Wiyono dan Meilianna Hilda, Orang Tua yang terus memberikan doa dan dukungan pada penulis selama menempuh pendidikan.
2. Hiandrasyah. The, Drs dan Marlintje Feriana Wirahmawan serta keluarga, Paman dan Bibi yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menempuh pendidikan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya dan Dosen Pembimbing II Skripsi, atas kesempatan yang telah diberikan dan bimbingan selama penyusunan Skripsi yang dilakukan.
4. Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku pembimbing I Skripsi, atas bimbingan selama penyusunan Skripsi yang dilakukan.
5. PT. Semen Gresik (Persero) Tbk
6. M. Sani Yuwono, selaku *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk
7. Edy Sulaiman selaku Humas hubungan internal
8. Ivan Setyabudi selaku Humas hubungan eksternal

9. Yeni Indah Lestari, S.Sos selaku staff Bureau of PR & Community Development yang menjadi pembimbing dan narasumber dalam penelitian yang dilakukan penulis di PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.
10. Arif Rully selaku staff *Community Development* yang menjadi Narasumber lain dalam penelitian yang dilakukan penulis di PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.
11. Riswanto selaku staff Diklat PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.
12. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat demi kelancaran pelaksanaan Skripsi ini.
13. Elena Trio Sucitra yang memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama pembuatan Skripsi.
14. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu demi kelancaran Skripsi.

Semoga Skripsi yang penulis buat mengenai *Strategi Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dalam mempertahankan *Corporate Image* melalui program CSR *Green Belt* dapat menambah pengetahuan dan informasi mengenai ilmu komunikasi yang bermanfaat khususnya di bidang *public relations*.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| Surat Pernyataan Originalitas | iii |
| Halaman Persetujuan | iv |
| Lembar Pengesahan | v |
| Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah | vi |
| Halaman Persembahan | vii |
| Kata Pengantar | viii |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Tabel | xiii |
| Daftar Bagan | xiv |
| Daftar Gambar | xv |
| Daftar Lampiran | xvii |
| Abstrak | xix |
| Abstrac | xx |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| I.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| I.2. Rumusan Masalah | 12 |
| I.3. Tujuan Penelitian | 12 |
| I.4. Batasan Masalah | 13 |
| I.5. Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS | |
| II.1. Strategi <i>Public Relations</i> | 14 |
| II.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> | 19 |
| II.3. <i>Public Relations, Corporate Social Responsibility</i> <i>dan Corporate Image</i> | 21 |
| II.4. Studi Kasus | 24 |

BAB III. METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 27 |
| III.2. Metode | 27 |
| III.3. Subjek dan Objek Penelitian | 28 |
| III.4. Unit Analisis | 28 |
| III.5. Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| III.6. Teknik Analisis Data | 30 |
| III.7. Triangulasi Data | 32 |

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| IV.1. Gambaran Subjek Penelitian | 34 |
| IV.1.1. Sejarah PT. Semen Gresik (Persero) Tbk | 34 |
| IV.1.2. Visi dan Misi Perusahaan | 37 |
| IV.1.3. Nilai -Nilai Budaya Perusahaan | 38 |
| IV.1.4. Logo Perusahaan | 41 |
| IV.1.5 . Struktur Organisasi Beraue of PR & CD PT. Semen Gresik (Persero) Tbk Tuban | 42 |
| IV.1.6. Visi Misi dan Tujuan Strategis CSR Semen Gresik | 43 |
| IV.1.7. Green Belt | 44 |
| IV.2. Profil Narasumber | 47 |
| IV.3. Hasil dan Temuan dari Strategi Public Relations PT Semen Gresik dalam Mempertahankan Citra terkait Isu Lingkungan melalui Program CSR Green Belt | 51 |
| IV.3.1 Kasus Karanglo dan Strategi <i>Public Relations</i> | 57 |
| IV.3.2 <i>Social Mapping</i> sebagai Dasar Perencanaan <i>Community Development</i> dalam Program CSR <i>Green Belt</i> | 65 |

| | |
|--|-----|
| IV.3.3 Proses Planning program CSR Green Belt..... | 67 |
| IV.3.4 Proses Communicating Pelaksanaan CSR Green Belt | 68 |
| IV.3.5 Tahap Evaluation dengan Kuesioner Pengukuran Efektivitas Green Belt..... | 70 |
| IV.3.6 Strategi Public Relations dalam Peran sebagai Komunikator untuk membangun Citra Positif melalui CSR Green Belt..... | 74 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| V.1 Kesimpulan | 113 |
| V.2 Saran | 114 |
| V.2.1 Saran Praktis..... | 114 |
| V.2.2 Saran Akademis | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 116 |
| LAMPIRAN | 120 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel II.1 Social Mapping | 16 |
| Tabel IV.1 Tabel Transformasi Semen Gresik..... | 35 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|--|----|
| Bagan IV.1 Struktur Organisasi PT. Semen Gresik (Persero) Tbk..... | 42 |
| Bagan IV.2 Struktur of Tuban Public Relations..... | 43 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I.1 Kasus Pabrik Semen Indonesia Rembang, CNN | 3 |
| Gambar I.2 Berita kematian warga Karanglo yang diberitakan Kompas TV..... | 4 |
| Gambar I.3 Banner di depan Perusahaan Semen Gresik Tuban..... | 8 |
| Gambar II.1 Tripple Bottom Line, konsep 3P (Profit, Planet, People)..... | 20 |
| Gambar II.2 Konsep 3P CSR Semen Gresik..... | 20 |
| Gambar II.3 Model komunikasi dalam public relations..... | 22 |
| Gambar III.1 Model Miles Huberman | 30 |
| Gambar IV.1 Budaya Korporasi CHAMPS PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk..... | 38 |
| Gambar IV.2 Logo Semen Gresik..... | 41 |
| Gambar IV.3 X Banner Green Belt..... | 45 |
| Gambar IV.4 Banner Green Belt di depan halaman perusahaan | 46 |
| Gambar IV.5 Kerangka pengelolaan CSR..... | 51 |
| Gambar IV.6 Konsep 3P CSR Semen Gresik..... | 52 |
| Gambar IV.7 Empat Jenis CSR Semen Gresik, Semen Indonesia | 54 |
| Gambar IV. 8 Kasus Rembang di tabloid Gapura..... | 60 |
| Gambar IV.9 Debu hasil produksi pabrik..... | 61 |
| Gambar IV. 10 Klarifikasi yang dimuat Kompas..... | 62 |
| Gambar IV. 11 Berita kejelasan kasus Karanglo..... | 62 |
| Gambar IV. 12 Berita kejelasan kasus Karanglo..... | 63 |
| Gambar IV.13 Social Mapping | 66 |
| Gambar IV.14 Sosialisasi kepada petani..... | 68 |
| Gambar IV.15 Area Green Belt dari observasi peneliti..... | 72 |
| Gambar IV.16 Informasi Green Belt di Annual Report | |

| | |
|---|-----|
| dan Laporan Berkelanjutan 2016 | 80 |
| Gambar IV.17 Green Belt di majalah Sinergi | |
| Edisi 17 April-Juni 2017..... | 83 |
| Gambar IV.18 Green Belt di tabloid Gapura..... | 83 |
| Gambar IV.19 Green Belt di majalah Formasi Edisi IX 2017 | 84 |
| Gambar IV.20 Program acara dialog interaktif 2016 | 86 |
| Gambar IV.21 Placemen di Radar Bojonegro..... | 88 |
| Gambar IV.22 Website PT. Semen Gresik (Persero) Tbk..... | 90 |
| Gambar IV.23 Publikasi Green Belt melalui Twitter Semen Gresik..... | 92 |
| Gambar IV. 24 Publikasi Green Belt di Facebook Semen Gresik..... | 92 |
| Gambar IV.25 Publikasi Green Belt di Instagram Semen Gresik..... | 93 |
| Gambar IV.26 Publikasi Green Belt di Youtube | 94 |
| Gambar IV.27 Berita di Harian Bhirawa 24 November 2016..... | 96 |
| Gambar IV. 28 Lomba Green Industry Photohunt 2017..... | 96 |
| Gambar IV.29 Launching CSR unggulan 2017 | 97 |
| Gambar IV.30 Lomba petani Green Belt 2017 | 98 |
| Gambar IV.31 Press Release lomba Photohunt..... | 102 |
| Gambar IV.32 Model komunikasi dalam public relations | 104 |
| Gambar IV.33 Media Monitoring Public Relations | |
| PT. Semen Gresik (Persero) Tbk..... | 107 |
| Gambar IV.34 Pemberitaan Kalimantan Bisnis.com | 109 |
| Gambar IV.35 Pemberitaan di Banten antaranews.com..... | 109 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| 1. Pertanyaan Wawancara Mochammad Sani Yuwono Manager Humas | 120 |
| 2. Pertanyaan Wawancara Mochammad Sani Yuwono Manager Humas | 121 |
| 3. Pertanyaan Wawancara Ivan Setyabudi Humas hubungan eksterna | 123 |
| 4. Pertanyaan Wawancara Edy Sulaiman Humas hubungan interna | 124 |
| 5. Pertanyaan Wawancara Arif rully staf Community Development | 125 |
| 6. Pertanyaan Wawancara Supriyono Staf Dinas Pertanian Tuban | 126 |
| 7. Pertanyaan Wawancara Yeni Indah Lestari staf Beraue of PR & Comdev | 126 |
| 8. Pertanyaan Wawancara Hasanah Warga Desa Tlogowaru | 127 |
| 9. Pertanyaan Wawancara Lasmuri Warga Desa Karanglo | 128 |
| 10. Panduan Wawancara | 129 |
| 11. Panduan Observasi | 130 |
| 12. Panduan Dokumentasi | 130 |
| 13. Hasil Wawancara Mochammad Sani Yuwono Manager Humas | 137 |
| 14. Hasil Wawancara Mochammad Sani Yuwono Manager Humas | 155 |
| 15. Hasil Wawancara Ivan Setyabudi Humas Hubungan Eksternal | 176 |
| 16. Hasil Wawancara Edy Sulaiman Humas Hubungan Internal | 190 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 17. | Hasil Wawancara Arif Rullyantoro Staf <i>Community Development</i> | 197 |
| 18. | Hasil Wawancara Supriyono Staf Dinas Pertanian Tuban | 201 |
| 19. | Hasil Wawancara Yeni Indah Lestari Beraue of PR & Comdev | 209 |
| 20. | Hasil Wawancara Hasanah Warga Desa Tlowowaru | 220 |
| 21. | Hasil Wawancara Lasmuri Warga Desa Karanglo | 223 |
| 22. | Matrix Tahap Pelaksanaan Strategi <i>Public Relations</i> | 226 |
| 23. | Studi Produktivitas Pertanian <i>Green Belt</i> 2017 | 252 |

ABSTRAK

Kevin Wimeida NRP.1423014105. Strategi *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dalam mempertahankan *corporate image* melalui program CSR *Green Belt*.

Program *corporate social responsibility Green Belt* sebagai strategi *public relations* dalam mempertahankan *corporate image*, dilakukan oleh divisi *beraue of public relations & community development* dimana bagian *public relations* sebagai komunikator dalam publikasi *corporate social responsibility Green Belt* dan bagian *community development* sebagai pelaksana *corporate social responsibility Green Belt*. Penelitian ini menjabarkan bagaimana strategi *public relations* dalam divisi *beraue of public relations & community development* yang dilakukan untuk mempertahankan *corporate image* dengan program CSR *Green Belt*. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan menggunakan metode studi kasus.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bagian *public relations* sebagai komunikator dalam mempublikasikan program CSR *Green Belt* melalui perencanaan media dan *media relations*, telah berhasil dilihat dari pemberitaan positif yang ada dan tidak ditemukan berita negatif mengenai isu lingkungan sepanjang 2017. Dalam pelaksanaan bagian *community development* telah berhasil meningkatkan perekonomian petani *Green Belt* dan berhasil melakukan penghijauan sebagai tujuan akhir program tersebut.

Kata Kunci : Strategi *Public Relations*, *Corporate Social Responsibility*, Studi Kasus

ABSTRACT

Kevin Wimeida NRP. 1423014105. The Public Relations strategy of PT. Semen Gresik (Persero) Tbk in maintaining corporate image through the CSR program Green Belt.

Corporate social responsibility program of the Green Belt as a public relations strategy in maintaining corporate image, done by the Division beraue of public relations & community development where the public relations as a Communicator in corporate social responsibility publication Green Belt and community development as part of implementing corporate social responsibility Green Belt. This research outlines how public relations strategy in the Division of public relations beraue & community development undertaken to maintain corporate image with the CSR program Green Belt. The research approach used a qualitative approach, researchers are types of descriptive research, and using the case study method.

From the results of this research show the public relations as communicators in publicizing CSR programs Green Belt through media planning and media relations, have successfully seen from positive news coverage and news not found regarding the negative environmental issues along the 2017. In the implementation of community development section has managed to boost the economy of the Green Belt and farmers manage to do greening as the ultimate goal of the program.

Keywords: Public Relations Strategy, Corporate Social Responsibility, Case Studies