ABSTRAK

Ratih Rif'atul Husnia, B76213081. Model Komunikasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region* V Surabaya. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana proses komunikasi CSR PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya, dan (2) Bagaimana penggunaan media komunikasi dalam proses komunikasi CSR PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif karena peneliti berusaha mendeskripsikan bagaimana sebuah fenomena atau kenyataan mengenai bagaimana model komunikasi yang digunakan dalam CSR PT. Pertamina (Persero) melalui penggambaran fokus penelitian secara deskriptif dan holistik.

Dari data penelitian ini ditemukan bahwa (1) Model komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya menggunakan model komunikasi *Millenium Development*, dan (2) Proses penyampaian pesan dilakukan melalui *direct communication* atau komunikasi secara langsung dan didukung oleh dua media yaitu media konvensional dan media online. Dari dua media tersebut televisi adalah media yang paling efektif karena dapat menampilkan pesan berupa audio-visual.

Bertitik tolak dalam penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya adalah (1) Dari setiap program CSR di lapangan dan pada praktiknya tentu saja akan mengalami kendala dalam sosialisasi kepada masyarakat. Untuk itu penulis menyarankan diperlukan laporan strategi CSR yang digunakan oleh PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya di masing-masing program dan evaluasi setelah dilaksanakan programnya tersebut apakah sudah tepat sasaran atau belum dalam penyampaian pesan komunikasinya. (2) Dari segi publikasi, penulis menyaranakan untuk melakukan publikasi lebih banyak lagi kepada masyarakat mengenai kegiatan CSR dengan menggunakan berbagai elemen-elemen komunikasi yang ada secara konsisten dari setiap kegiatan CSR yang telah dilakukan.

Kata Kunci : CSR, Model Komunikasi, Media Komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id