

DAFTAR PUSTAKA

- **Buku**

Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.

Arifin, A. (2010). *Strategi Komunikasi*. Bandung: ARMICO.

Asy'ari, E., & Sumirat, S. (2004). *Corporate Social Responsibility Sebagai Model Sosial*. Semarang: Universitas Diponegoro

Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Cangara, H., & G.A. (2018). *Komunikasi Lingkungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies* (2nd ed.). London: Routledge.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Hadi, S.P. (2019) *Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan*. Semarang: Undip Press.

Hasibuan- Sedyono, C. (2008). *Etika Bisnis & CSR di Indonesia. Materi pada seminar Etika Bisnis*. Semarang 31 Juli 2008.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York: Institute for Religious and Social Studies.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2012). *Public Relations: The Profession and the Practice* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Sitti, M. M. (2023). *Komunikasi Strategis CSR dan Pengendalian Dampak Lingkungan*. Makassar: Universitas Hasanuddin Press.

Untung, H. B. Corporate Social Responsibility. Jakarta: Sinar Grafika/

West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

- **Jurnal / Artikel**

Azizah, N. (2021). Peran public relations dalam strategi komunikasi CSR perusahaan garmen. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 112–124.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338.

Pandean, A. (2020). Strategi komunikasi CSR PT Wijaya Karya Tbk dalam menjaga citra perusahaan melalui program

CSR Kampung Binaan Pamijahan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Putri, R. A., & Suharto, A. (2023). Dinamika partisipasi masyarakat dalam pengelolaan bank sampah di Kelurahan Sukamaju Baru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 7(1), 87–96.

Ramdani, N., Nugroho, A., & Wulandari, S. (2022). Dampak program CSR terhadap peningkatan kualitas lingkungan: Studi kasus di sektor pertambangan. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*.

Rini, D., Wulandari, A., & Hidayat, S. (2020). Edukasi lingkungan sebagai strategi pengurangan sampah plastik di Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi Lingkungan*, 5(2), 102–114.

Vicenovie, A. (2016). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*.

- **Dokumen Resmi / Laporan**

DLH Makassar. (2023). *Laporan Pengelolaan Sampah Kota Makassar*. Dinas Lingkungan Hidup Kota Makassar.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Judul Skripsi: Strategi Komunikasi PT Nusantara Infrastructure dalam program CSR Kampung Bersih Nusantara di Kelurahan Pannampu, Kota Makassar.

1. Informasi Umum Informan

Narasumber yang akan diwawancarai pada penelitian ini adalah:

- Achmad Syauki - Corporate Communication & CSR Supervisor mewakili Direktur PT. Nusantara Infrastructure.
- Hasna - Pengurus Bank sampah di Kampung Bersih Nusantara.
- Daeng Rauf - RT di Kelurahan Pannampu, Kota Makassar.

2. Daftar Pertanyaan Wawancara

a. Strategi Komunikasi PT. Nusantara Infrastructure dalam program CSR Kampung bersih Nusantara

- Bagaimanakah langkah awal pihak Perusahaan menyampaikan informasi mengenai program Kampung bersih Nusantara ini kepada masyarakat disini? (*Informative Strategy*)
- Apa alasan perusahaan memilih Kelurahan Panampu sebagai lokasi pertama pelaksanaan program CSR Kampung Bersih Nusantara? (*Informative strategy*)
- Selain berinteraksi secara langsung kepada masyarakat, penggunaan Media ataupun saluran komunikasi apa sajakah yang pihak Perusahaan gunakan untuk menyebarkan informasi? (*Informative Strategy*)
- Apakah pihak Perusahaan menerima tanggapan ataupun masukan dari masyarakat? Jika iya, bagaimana bentuk respon Perusahaan terhadap kritik atau kendala dari masyarakat? (*Response Strategy*)
- Apa sajakah jenis kegiatan yang dijalankan oleh pihak Perusahaan dalam kampung bersih Nusantara? Dan strategi apakah yang dilakukan Perusahaan agar masyarakat dilibatkan dalam perencanaan ataupun pelaksanaan programnya? (*Involvemen Strategy*)

- Bagaimana perusahaan mengukur keberhasilan yang dilakukan dalam program ini? (*effectiveness*)

b. Faktor Pendukung dan Penghambat Program CSR Kampung Bersih

- Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan program, baik yang bersifat internal maupun eksternal? (*Challenge*)
- Bagaimana perusahaan mengatasi hambatan tersebut agar program tetap berjalan? (*Response to challenge*)
- Apakah perusahaan melibatkan masyarakat dalam mencari solusi saat ada hambatan? Bisa diceritakan bentuk keterlibatan tersebut? (*Involvement Strategy*)
- Apa langkah atau strategi pengembangan selanjutnya yang direncanakan perusahaan agar program *Kampung Bersih Nusantara* dapat lebih berkelanjutan? (*Future Development*)
- Bagaimana perusahaan mengatasi tantangan ketika partisipasi masyarakat menurun?

LAMPIRAN 2 – DOKUMENTASI





