

The Role of Government and External Relations Department of PT INALUM in Building Public Perception of Environmental Programs in Batu Bara Regency

(Peran Government and External Relations Department PT INALUM dalam Membangun Persepsi Publik terhadap Program Lingkungan di Kabupaten Batu Bara)



Sandra Vanya ^{a,1,*}, Muhammad Husni Ritonga ^{a,2}

^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan 20135, Indonesia

E-mail: ¹sandra0603221004@uinsu.ac.id; ²husniritonga@uinsu.ac.id;

*Corresponding Author.

E-mail address: sandra0603221004@uinsu.ac.id (S. Vanya).

Received: April 3, 2026 | Revised: April 12, 2026 | Accepted: April 17, 2026



Abstract: This study aims to analyze the role of the Government and External Relations Department of PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) in shaping public perception of the company's environmental programs in Batu Bara Regency. The presence of large-scale industrial companies often raises concerns regarding environmental impacts, making corporate communication an important factor in building public understanding and trust. This study employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed qualitatively through data organization, categorization, and theme identification. The findings show that the Government and External Relations Department acts as a communication bridge between the company and the community by delivering environmental programs through socialization activities, dialogue forums, and digital media. The department also facilitates two-way communication by accommodating community feedback and conveying it to management. These communication practices contribute to building public understanding and fostering positive perceptions toward environmental programs such as mangrove planting and environmental conservation. However, several challenges were identified, including unequal participation in communication activities, differences in stakeholder interests, and varying levels of public understanding, which may lead to information gaps within the community. Despite these challenges, the communication efforts carried out by the department are generally effective in enhancing public trust and minimizing potential conflict.

Keywords: corporate communication; government and external relations department; public perception; environmental programs; PT INALUM.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Government and External Relations Department PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara. Keberadaan perusahaan industri berskala besar seringkali menimbulkan perhatian masyarakat terkait dampak lingkungan, sehingga komunikasi perusahaan menjadi faktor penting dalam membangun pemahaman dan kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif melalui proses pengorganisasian data, pengkategorian informasi, serta penarikan tema. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Government and External Relations Department berperan sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat melalui kegiatan sosialisasi, forum dialog, serta pemanfaatan media digital. Selain itu, unit ini juga menjalankan komunikasi dua arah dengan menampung aspirasi masyarakat dan menyampaikannya kepada manajemen. Praktik komunikasi tersebut berkontribusi dalam membangun pemahaman serta persepsi positif masyarakat terhadap program lingkungan seperti penanaman mangrove dan kegiatan konservasi lingkungan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala seperti tidak



meratanya partisipasi masyarakat, perbedaan kepentingan stakeholder, serta variasi tingkat pemahaman masyarakat yang berpotensi menimbulkan kesenjangan informasi. Meskipun demikian, secara umum komunikasi yang dilakukan dinilai efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat serta meminimalkan potensi konflik.

Kata kunci: komunikasi perusahaan; departemen hubungan eksternal dan pemerintah; persepsi publik; program lingkungan; PT. INALUM.

Pendahuluan

Aktivitas industri berskala besar tidak dapat dipisahkan dari potensi dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Perusahaan yang beroperasi di sektor pengolahan sumber daya alam sering kali menghadapi berbagai isu lingkungan, seperti pencemaran, limbah industri, maupun perubahan kondisi sosial masyarakat. Apabila dampak tersebut tidak dikelola dengan baik, kondisi ini dapat menimbulkan keluhan, penolakan, bahkan konflik antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjalin komunikasi yang efektif dengan publik guna menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan (Broom & Sha, 2013).

Di Indonesia, perusahaan juga diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terbatas pada implementasi program, tetapi juga pada bagaimana program tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat. Komunikasi perusahaan menjadi aspek penting karena dapat memengaruhi cara masyarakat memahami, menilai, dan merespons aktivitas perusahaan (Nandini et al., 2024; Dewi & Dewi, 2024; Umbroh & Dwijayanthi, 2025).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa program corporate social responsibility (CSR) dapat berkontribusi dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat (Laksono, 2017; Simanjuntak & Sjaf, 2022). Selain itu, strategi komunikasi public relations memiliki peran penting dalam menjaga citra perusahaan di mata publik (Cahayani & Amalia, 2024; Anggraeni, 2022). Komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan juga dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan (Saifullizam et al., 2025). Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi organisasi juga berperan dalam meningkatkan kinerja dan efektivitas hubungan antara organisasi dan publiknya (Nandini et al., 2024).

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada implementasi program CSR dan strategi komunikasi secara umum, serta belum secara spesifik mengkaji peran unit Government and External Relations Department dalam konteks komunikasi program lingkungan perusahaan, khususnya pada perusahaan industri milik negara. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung menempatkan komunikasi perusahaan sebagai proses penyampaian informasi satu arah, sementara dinamika komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat dalam membentuk persepsi publik masih belum banyak dieksplorasi secara mendalam.

Padahal, dalam praktiknya, komunikasi yang melibatkan interaksi dan umpan balik dari masyarakat memiliki peran penting dalam membangun pemahaman dan kepercayaan publik terhadap program perusahaan. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi organisasi yang menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara organisasi dan publik (Grunig & Hunt, 1984; Broom & Sha, 2013), serta pendekatan stakeholder yang menempatkan masyarakat sebagai pihak yang memiliki kepentingan dalam aktivitas perusahaan (Freeman, 1984).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada peran Government and External Relations Department PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara. PT INALUM merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di sektor industri pengolahan aluminium dan beroperasi di wilayah yang berdekatan dengan masyarakat. Aktivitas perusahaan ini berpotensi menimbulkan dampak lingkungan, sehingga membutuhkan pengelolaan komunikasi yang efektif untuk menjaga hubungan dengan masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, PT INALUM menjalankan berbagai program lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, seperti penanaman mangrove, kegiatan konservasi lingkungan, serta program pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan. Program-program tersebut tidak hanya bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan (Limijaya, 2014; Elkington, 2001).

Government and External Relations Department memiliki peran strategis sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat dalam menyampaikan informasi mengenai program-program tersebut. Unit ini tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjalin komunikasi dengan masyarakat serta menampung aspirasi yang berkembang di lingkungan sekitar perusahaan. Melalui proses komunikasi tersebut, diharapkan dapat terbentuk pemahaman serta persepsi yang positif dari masyarakat terhadap program lingkungan perusahaan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Government and External Relations Department PT INALUM dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis peran Government and External Relations Department PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pemahaman fenomena sosial berdasarkan pengalaman dan sudut pandang informan dalam kondisi yang alami (Fadli, 2021).

Penelitian ini dilakukan di PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) yang berlokasi di Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Subjek penelitian adalah pihak Government and External Relations Department PT INALUM yang memiliki peran dalam mengelola komunikasi perusahaan dengan masyarakat terkait program lingkungan perusahaan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan tingkat keterlibatan serta pengetahuan informan terkait program lingkungan perusahaan dan proses komunikasi perusahaan dengan masyarakat (Ardiansyah et al., 2023; Munawaroh et al., 2023).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan mengenai peran Government and External Relations Department dalam proses komunikasi perusahaan. Observasi dilakukan untuk memahami situasi dan kondisi yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi perusahaan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa dokumen dan informasi terkait program lingkungan perusahaan (Sulung & Muspawi, 2024; Wijaya et al., 2025).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif melalui proses pengorganisasian data, pengelompokan informasi, serta penarikan tema untuk memahami peran Government and External Relations Department dalam proses komunikasi perusahaan dengan masyarakat terkait program lingkungan perusahaan (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024).

Hasil

Peran Government and External Relations Department dalam Membangun Persepsi Publik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Government and External Relations Department PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) memiliki peran penting dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara. Peran tersebut terlihat dari fungsi utamanya sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan

masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, Government and External Relations Department tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga mengoordinasikan komunikasi antara perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, masyarakat, dan pihak eksternal lainnya. Hal ini tercermin dari pernyataan informan sebagai berikut:

“Government and External Relation Department memiliki peran penting dalam pengelolaan lingkungan sebagai penghubung antara perusahaan dan para pemangku kepentingan...”
(Wawancara, 26 Februari 2026).

Peran tersebut diwujudkan melalui berbagai aktivitas komunikasi, seperti kegiatan sosialisasi program lingkungan, forum dialog dengan masyarakat, serta penyampaian informasi melalui media digital perusahaan. Melalui kegiatan tersebut, perusahaan berupaya menyampaikan informasi terkait program lingkungan secara langsung kepada masyarakat.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Government and External Relations Department menjalankan komunikasi dua arah dengan masyarakat. Unit ini menampung aspirasi dan masukan dari masyarakat yang kemudian disampaikan kepada pihak manajemen perusahaan. Proses ini menunjukkan adanya interaksi yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi antara perusahaan dan masyarakat.

Program lingkungan yang dikomunikasikan kepada masyarakat meliputi kegiatan penanaman mangrove, konservasi lingkungan, serta program pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan. Penyampaian informasi mengenai program tersebut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap aktivitas perusahaan.

Tabel 1. Ringkasan Peran dan Aktivitas Komunikasi

No	Aspek	Temuan
1	Peran utama	Penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat
2	Fungsi komunikasi	Penyampaian informasi dan penampungan aspirasi
3	Bentuk kegiatan	Sosialisasi, forum dialog, media digital
4	Jenis program	Penanaman mangrove, konservasi, pemberdayaan masyarakat
5	Pola komunikasi	Komunikasi dua arah antara perusahaan dan masyarakat

Kendala dalam Membangun Persepsi Publik

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam menjalankan fungsi komunikasinya, Government and External Relations Department menghadapi beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah tidak meratanya partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan perusahaan.

Hal ini menyebabkan tidak semua masyarakat memperoleh informasi yang sama terkait program lingkungan perusahaan. Sebagaimana disampaikan oleh informan:

“Tidak semua masyarakat dapat mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilakukan perusahaan... sehingga sebagian masyarakat kurang memahami informasi yang telah disampaikan.”

Selain itu, terdapat perbedaan kepentingan antar stakeholder yang turut memengaruhi efektivitas komunikasi. Perbedaan ini dapat memunculkan variasi persepsi di masyarakat terhadap program yang dijalankan perusahaan.

Tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu lingkungan juga beragam. Sebagian masyarakat memperoleh informasi dari sumber informal, yang berpotensi menimbulkan pemahaman yang kurang tepat terhadap aktivitas perusahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi dalam proses komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Tabel 2. Kendala dalam Proses Komunikasi

No	Kendala	Dampak
1	Partisipasi masyarakat tidak merata	Informasi tidak diterima secara menyeluruh
2	Perbedaan kepentingan stakeholder	Variasi persepsi masyarakat

No	Kendala	Dampak
3	Perbedaan tingkat pemahaman	Potensi kesalahpahaman
4	Keterbatasan jangkauan komunikasi	Kesenjangan informasi di masyarakat

Dampak Komunikasi terhadap Persepsi Publik

Meskipun terdapat berbagai kendala, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan Government and External Relations Department secara umum mampu membangun persepsi publik yang positif terhadap program lingkungan perusahaan.

Hal ini terlihat dari meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap program lingkungan serta minimnya konflik yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat terkait isu lingkungan. Selain itu, adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan lingkungan menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan telah mendorong partisipasi masyarakat.

Tabel 3. Dampak Komunikasi

No	Dampak	Indikator
1	Peningkatan pemahaman	Masyarakat mengetahui program lingkungan
2	Persepsi positif	Minimnya konflik terkait isu lingkungan
3	Peningkatan kepercayaan	Hubungan perusahaan-masyarakat kondusif
4	Partisipasi masyarakat	Keterlibatan dalam program lingkungan

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Government and External Relations Department PT INALUM berperan sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat dalam menyampaikan program lingkungan. Peran ini tercermin melalui aktivitas sosialisasi, forum dialog, serta penyampaian informasi melalui media digital. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan tidak hanya bersifat satu arah, tetapi melibatkan interaksi antara perusahaan dan masyarakat.

Kondisi tersebut sejalan dengan konsep *two-way communication* dalam public relations yang menekankan pentingnya komunikasi timbal balik antara organisasi dan publik (Grunig & Hunt, 1984). Dalam penelitian ini, komunikasi dua arah terlihat dari adanya proses penampungan aspirasi masyarakat yang kemudian disampaikan kepada pihak manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa Government and External Relations Department tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi.

Selain itu, peran Government and External Relations Department sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat menunjukkan adanya fungsi *boundary spanning* dalam komunikasi organisasi. Peran ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi antara lingkungan internal perusahaan dan lingkungan eksternal, khususnya masyarakat (Broom & Sha, 2013). Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa fungsi tersebut dijalankan melalui koordinasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan berkontribusi dalam membangun pemahaman dan persepsi positif masyarakat terhadap program lingkungan perusahaan. Program seperti penanaman mangrove dan kegiatan konservasi lingkungan yang dikomunikasikan secara langsung kepada masyarakat membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap aktivitas perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan (Anggraeni, 2022; Cahayani & Amalia, 2024).

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya kendala dalam proses komunikasi, yaitu tidak meratanya partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosialisasi. Kondisi ini menyebabkan tidak semua masyarakat memperoleh informasi yang sama, sehingga

berpotensi menimbulkan perbedaan pemahaman terhadap program lingkungan perusahaan. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi dalam proses komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Dalam perspektif komunikasi organisasi, kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan keterbatasan jangkauan komunikasi yang memengaruhi efektivitas penyampaian informasi kepada publik (Nandini et al., 2024). Selain itu, perbedaan kepentingan antar stakeholder juga menjadi faktor yang memengaruhi proses komunikasi, karena setiap pihak memiliki sudut pandang yang berbeda terhadap program yang dijalankan perusahaan.

Variasi tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu lingkungan juga memengaruhi pembentukan persepsi publik. Sebagian masyarakat memperoleh informasi dari sumber yang tidak langsung, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang kurang tepat. Hal ini sejalan dengan konsep persepsi yang menyatakan bahwa pemahaman individu terhadap suatu informasi dipengaruhi oleh pengalaman dan sumber informasi yang dimiliki (Tewal et al., 2017).

Meskipun terdapat berbagai kendala, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan Government and External Relations Department secara umum mampu membangun hubungan yang kondusif antara perusahaan dan masyarakat. Hal ini terlihat dari minimnya konflik yang terjadi serta adanya keterlibatan masyarakat dalam program lingkungan perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan telah berkontribusi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dalam membangun persepsi publik tidak hanya ditentukan oleh program yang dijalankan, tetapi juga oleh bagaimana program tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat. Komunikasi yang bersifat terbuka dan melibatkan masyarakat menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan yang positif antara perusahaan dan publik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Government and External Relations Department PT Indonesia Asahan Aluminium (PT INALUM) memiliki peran penting dalam membangun persepsi publik terhadap program lingkungan perusahaan di Kabupaten Batu Bara. Peran tersebut terlihat dari fungsinya sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan dan masyarakat dalam menyampaikan informasi mengenai program lingkungan.

Melalui kegiatan sosialisasi, forum dialog, serta pemanfaatan media digital, Government and External Relations Department tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjalankan komunikasi dua arah dengan menampung aspirasi masyarakat dan menyampaikannya kepada manajemen perusahaan. Proses komunikasi ini berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat serta membentuk persepsi yang positif terhadap program lingkungan perusahaan.

Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, seperti tidak meratanya partisipasi masyarakat dalam kegiatan komunikasi, perbedaan kepentingan antar stakeholder, serta variasi tingkat pemahaman masyarakat terhadap isu lingkungan. Kendala tersebut menyebabkan tidak semua informasi dapat diterima secara merata oleh masyarakat, sehingga berpotensi menimbulkan kesenjangan informasi.

Meskipun demikian, secara umum komunikasi yang dilakukan oleh Government and External Relations Department dinilai efektif dalam membangun hubungan yang kondusif antara perusahaan dan masyarakat, yang ditunjukkan melalui meningkatnya kepercayaan masyarakat serta minimnya konflik terkait isu lingkungan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam membangun persepsi publik tidak hanya ditentukan oleh pelaksanaan program lingkungan, tetapi juga oleh bagaimana program tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi yang terbuka dan melibatkan masyarakat menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan

program lingkungan perusahaan.

Ucapan Terima Kasih

Bagian ini memuat deskripsi mengenai ucapan terima kasih atau penghargaan yang diberikan kepada individu atau institusi yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam keberhasilan program.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Nyatakan adanya potensi konflik kepentingan, seperti hubungan keuangan, profesional, atau pribadi yang relevan dengan karya yang diajukan. Ini dapat mencakup nama sumber pendanaan dan deskripsi peran mereka dalam perancangan studi, pengumpulan dan analisis data, penulisan artikel, dan/atau keputusan untuk mengirimkan artikel ke J-IbM; apakah penulis pernah atau sedang menjadi anggota dewan redaksi J-IbM; dan/atau apakah penulis bekerja atau pernah bekerja di organisasi yang mungkin mendapat manfaat dari publikasi artikel ini.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, V. R. (2022). Strategi public relation dalam mempertahankan citra perusahaan di masa pandemi (studi kasus pada PT Vale Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(7). <https://doi.org/10.59225/matemar.v4i1.133>
- Ardiansyah, A., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *HISAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Cahayani, F. Y., & Amalia, D. (2024). Strategi public relation PT Semen Indonesia (Persero) Tbk melalui program corporate social responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1160–1171. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.3864>
- Dewi, N. P. L. W., & Dewi, L. G. K. (2024). Sistem manajemen lingkungan, kinerja lingkungan, dan pengungkapan emisi karbon perusahaan energi di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 34(3), 611–623. <https://doi.org/10.24843/eja.2024.v34.i03.p05>
- Elkington, J. (2001). Enter the triple bottom line. *Journal of Corporate Citizenship*, 2001(1), 1–16.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Laksono, W. D. (2017). Evaluasi corporate social responsibility (CSR)/program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) PT Indonesia Aluminium (Persero). <https://doi.org/10.18860/iq.v12i2.3949>
- Limijaya, A. (2014). Triple bottom line dan sustainability. *Jurnal Ekonomi*, 18(1), 14–27.
- Munawaroh, I., Rusmalinda, R., Mawardah, K., & Rejeki, S. (2023). Pendampingan teknik purposive sampling pada mata pelajaran biologi di Madrasah Aliyah Darul Amal Metro.
- Nandini, N., Kustiawan, W., Nasution, A. R. P., Harahap, F. S. A., Harahap, M. P., Nursadimah, B., & Nabila, V. (2024). Peran komunikasi dalam peningkatan kinerja organisasi. *Journal of Citizen Research and Development*, 1(2), 138–143. <https://doi.org/10.57235/jcrd.v1i2.3161>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles, dan Huberman. *Journal of Management Accounting and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

- Saifullizam, S. S., Nizam, N. Y. S. N., Ismail, N., Zainuddin, N. S. I., Iswandi, N. K. Z., Ramlan, A. F., & Paskarina, C. (2025). Paparan media dan dampaknya terhadap persepsi publik. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 185–200. <https://doi.org/10.24198/jsg.v9i2.62871>
- Simanjuntak, Y. R., & Sjaf, S. (2022). Hubungan efektivitas program corporate social responsibility dengan citra perusahaan (kasus: program CSR PT Indonesia Asahan Aluminium, Kuala Tanjung, Sumatera Utara). *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 6(1), 64–74. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i1.966>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: primer, sekunder, dan tersier. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 5(3), 110–116.
- Tewal, B., Adolfini, A., Pandowo, M. C., & Tawas, H. N. (2017). *Perilaku organisasi*. CV. Patra Media Grafindo.
- Umboh, T. A., & Dwijayanthi, P. T. (2025). Corporate social responsibility: perspektif hukum positif di Indonesia. *Jurnal Media Akademik*, 3(3).
- Wijaya, F. R., Lubis, F. A. R., Siregar, M. N. S., & Batubara, A. A. F. (2025). Sumber data, subjek penelitian, dan isu terkait. *Jurnal Edukatif*, 3(2), 271–276. <https://doi.org/10.65311/je.v3i2.1567>