

**PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI PT SOLUSI BANGUN
ANDALAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN**

**Usulan Penelitian untuk Tesis S2
Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**MULIA MARDI
NIM. 231007008**

**Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mendapatkan Gelar Magister dalam Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025**

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**Penerapan Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas
Dalam Membangun Citra Perusahaan**

Mulia Mardi

NIM. 231007008

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Untuk diajukan dalam ujian tesis

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. A. Rani Usman, M. si


Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA

LEMBARAN PENGESAHAN

**Penerapan Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas
Dalam Membangun Citra Perusahaan**

Mulia Mardi
NIM. 231007008

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Tesis Dipertahankan di Depan tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Tanggal: 15 Januari 2025

15 Ra'jab 1446

TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA

Penguji,

Sekretaris



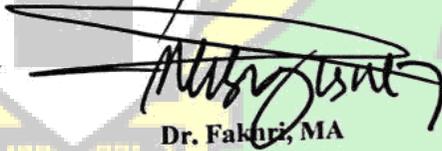
Azman, S. Sos, M. I.Kom

Penguji,



Dr. A. Rani Usman, M. Si

Penguji,



Dr. Fakhri, MA

Penguji,



T. Zulyadi, M. Kesos., Ph. D



Dr. Jauhari, M. Si

Banda Aceh , 17 Januari 2025

Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Direktur,



Prof. Eka Srayuni, S.Ag., M.A., Ph. D

NIP. 19770219 199803 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda di bawah ini:

Nama : Mulia Mardi

NIM : 231007008

Tempat/Tgl Lahir : Blang Mee, 09 Maret 1990

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya penulis sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau Pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Banda Acch, 26 Desember 2024

Saya yang menyatakan

Mulia Mardi

NIM.231007008

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, ada beberapa aturan yang penulis patuhi. Penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang digunakan yang digunakan dalam Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar - Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku tesis dan disertasi tahun akademik 2019–2020. Transliterasi ini bertujuan untuk memindahkan huruf, bukan bunyinya, semaksimal mungkin agar apa yang tertulis dalam bahasa Latin dapat terlihat dalam bentuk aslinya dalam aksara Arab. Oleh karena itu kami berharap untuk menghindari kebingungan mengenai maknanya. Fonem konsonan arab dilambangkan dengan huruf-huruf dalam sistem penulisan arab, dilambangkan dengan huruf-huruf yang diberi label, dilambangkan dengan tanda-tanda, dan juga dilambangkan dengan huruf-huruf dan tandanya, sebagai berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Sa ^ʿ	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha ^ʿ	H	Ha (dengan titik di bawahnya)
خ	Kha ^ʿ	Kh	Ka dan Ha
ك	Dal	D	De
م	Zal	DH	De dan Ha

هـ	Ra ^h	R	Er
ذ	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawahnya)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawahnya)
ط	Ta ^h	Ṭ	Te (dengan titik dibawahnya)
ظ	Za ^h	Ẓ	Zet (dengan titik dibawahnya)
ع	„Ain	„-	Koma terbalik Diatasnya
غ	Ghain	GH	De dan Ha
ف	Fa ^h	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ح	Ha ^h	H	Ha
ء	Hamzah	„-	Apostrof
ي	Ya ^h	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan W dan Y

Wad''	ضع
„iwad	عض
Dalwa	كُؤ
Yad	ل
Hiyal	ئأ
Tahi	ط

3. Mād dilambangkan dengan ā, ī, dan ū. Contoh:

Ūlá	أأ
ṣūrah	صح
Dhū	م
Īmān	إب
Fī	ف
Kitāb	وزبة
siḥāb	سئية
Jumān	زغب

4. Diftong dilambangkan dengan aw dan ay. Contoh:

Awj	اط
Nawm	أأ
Law	أأ

Ayar	أسو
Syaykh	ش-ا
aynay [°]	ع١١

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan.

Contoh:

fa,,alū	فعاو
ula ika [°]	اى ان
Ūqiyah	الاخ

6. Penulisan alif maqṣūrah (ا) yang diawali dengan baris a (ا) ditulis dengan lambang á. Contoh:

ḥattá	هئا
maḍá	هض
Kubrá	وون
Muṣṭafá	مصطف

7. Penulisan alif manqūṣah (ا) yang diawali dengan baris kasrah (ا) ditulis dengan ī, bukan iy. Contoh:

Raḍī al-Dīn	ال هض
-------------	-------

Misri-a	إِصْوٌ
---------	--------

8. Penulisan ح ā' ma būṭa

Bentuk penulisan ح (tā'' marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Apabila ح (tā'' marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan هـ (hā''). Contoh:

ṣalāh	صَلَّى
-------	--------

- b. Apabila ح (tā'' marbūṭah) terdapat dalam dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (ṣifat mawṣūf), dilambangkan هـ (hā''). Contoh

al-Risālah al-bahīyah	رِسَالَةُ الْبَهِيِّ
-----------------------	----------------------

- c. Apabila ح (tā'' marbūṭah) ditulis sebagai muḍāf dan muḍāf ilayh, maka muḍāf dilambangkan dengan "t". Contoh:

wizārat al-Tarbiyah	نَاهِجُ الْوَرْجَانِ
---------------------	----------------------

1. Penulisan ء (hamzah)

Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu:

- a. Apabila ء terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan "a". Contoh:

Asad	أسل
------	-----

b. Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “‘”
 ”. Contoh:

mas‘alah	سِأَحْ
----------	--------

2. Penulisan ء amza aṣal dilambangkan dengan “a”.

Contoh:

Rihlat Ibn Jubair	هَيْخَ أَثْ عَجَوَّ
Al-istidrak	الْإِسْتِرْدَاكُ
Kutub iq tanatha	وَكُتُبُ الْإِقْتِنَاتِ

11. Penulisan syaddah atau tasydīd terhadap.

Penulisan syaddah bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi

al-aṣl	أَصْلٌ
al-āthār	أَثَرُهُ
Abū al-Wafā‘	أَبُو الْوَفَاءِ
Maktabat al-Nahḍah al-Miṣriyyah	بَيْتُ نَهْجِ الْأَصْوَحِ

bi al-tamām wa alkamāl	اَبْرَبُّ اَلْبِي
Abū al-Layth alSamarqandī	اَبُو اَلْاَيْثِ اَلْاَسْمَرْقَنْدِي

Kecuali: Ketika huruf ي berjumpa dengan huruf ي di depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “lil”. Contoh:

Lil-Syarbaynī	لَيْلِ شَرْبَايْنِي
---------------	---------------------

12. Penggunaan “ ’ ” untuk membedakan antara ك (dal) dan ط (tā) yang beriringan dengan huruf " هـ "hā' dengan huruf م (dh) dan ث (th). Contoh:

Ad'ham	اَدْحَام
Akramat'hā	اَكْرَامَاتْهَاءِ

13. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

Allāh	اَللّٰه
Billāh	اَبِي اَللّٰه
Lillāh	اَللّٰه

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturan-Nya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI PT SOLUSI BANGUN ANDALAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN”**. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Adapun Peneliti menyadari bahwasanya penelitian ini tidak terlepas dari saran, petunjuk, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA. Ketua prodi program pasca sarjana Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh sekaligus pembimbing II yang telah membantu Peneliti serta support dalam moril maupun sarana prasarana pembelajaran.
2. Dr. A. Rani Usman, M. si Pembimbing I yang selalu memberikan arahan yang terbaik dalam Penelitian tesis ini dan yang selalu meluangkan waktu, untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmu yang dimiliki kepada Peneliti.
3. Selanjutnya ucapan terimakasih yang sama juga penulis sampaikan kepada teman teman seangkatan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Ust Darwis,

Ust Azhar, Ramadan, Siddiq, Ella fitarian, Izzah dan Cut karena mereka melalui penulis telah banyak mendapat ilmu pengetahuannya baik dalam kelas maupaun dalampenelitian yang sudah membantu menyelesaikan yang tiada henti merndampingi dan memberi motivasi untuk penulis segera menyelesaikan jenjang pendidikan ini.

peneliti menyadari bahwa dalam Penelitian skripsi ini masih jauh dari banyak kesalahan dan kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan, kemampuan serta pengalaman Peneliti. Dengan demikian segala saran, kritik maupun masukan yang lainnya Peneliti terima dengan lapang dada demi menyempurnakan skripsi ini. Diharapkan juga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Akhirnya penulis memohon kepada segenap pembaca agar memberikan kritikan dan saran demi perbaikan penulisan tesis yang sempurna seraya memohon kepada Allah SWT agar kita diberikan hidayahNya

ما معية الرانرب
A R - R A N I
Banda Aceh, 6
Januari 2025 Yang
Menyatakan,

Mulia Mardi

Abtrack

Judul : Penerapan Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas dalam Membangun Citra Perusahaan

Nama/ NIM : Mulia Mardi /231007008

Pembimbing I : Dr. A. Rani Usman, M.Si

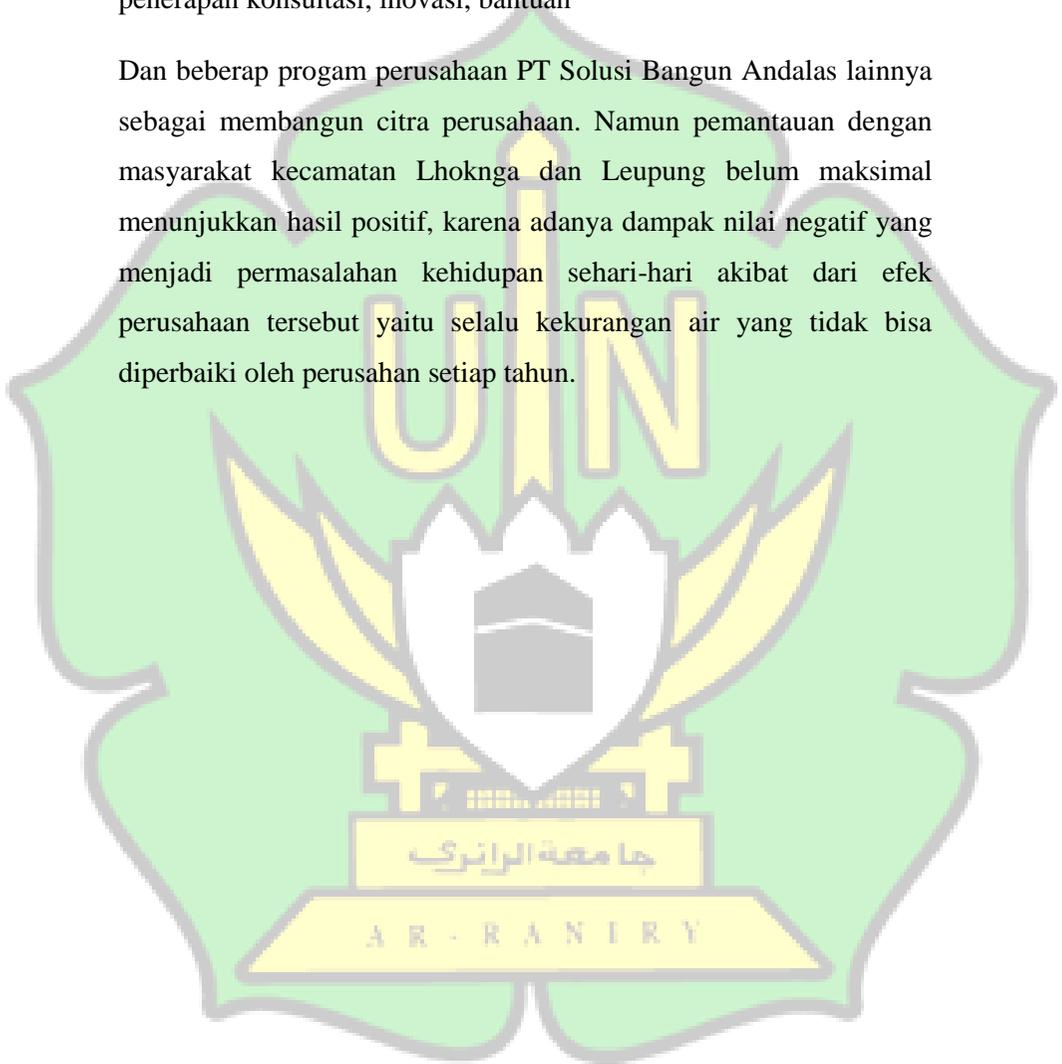
Pembimbing II : Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA

Kata Kunci : Etika Komunikasi, Citra Perusahaan, Masyarakat.

Citra perusahaan sangat mempengaruhi elatibilitas sebuah perusahaan dalam membangun nilai positif jati diri dan aset sebuah perusahaan. Etika komunikasi mempunyai peran yang sangat penting dalam membangun citra perusahaan melalui cara yang diterapkan oleh perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dengan pendekatan konsep strategi komunikasi dan penerapan aturan perusahaan serta menjaga hubungan baik masyarakat, untuk menciptakan saling pengertian yang baik antara perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dengan masyarakat setempat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan etika komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan PT Semen Bangun Andalas untuk meningkatkan citra perusahaan terhadap masyarakat Lhoknga dan Leupung sudah sesuai dengan *Standart Operational Prosedur* (SOP) dalam meningkatkan kesejahteraan secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mengutamakan sumber data primer dan skunder yang diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi serta menggunakan yeknik analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan etika komunikasi dalam membangun citra perusahaan sudah dilakukan dengan menerapkan tenaga kerja lokal serta menunjang peningkatan ekonomi untuk masyarakat masyarakat kecamatan Lhoknga dan Leupung, serta terus penerapan konsultasi, inovasi, bantuan

Dan beberap progam perusahaan PT Solusi Bangun Andalas lainnya sebagai membangun citra perusahaan. Namun pemantauan dengan masyarakat kecamatan Lhoknga dan Leupung belum maksimal menunjukkan hasil positif, karena adanya dampak nilai negatif yang menjadi permasalahan kehidupan sehari-hari akibat dari efek perusahaan tersebut yaitu selalu kekurangan air yang tidak bisa diperbaiki oleh perusahaan setiap tahun.



Abstract

Title : **Implementation of Ethics Communication
PT Solusi Bangun Andalas Company for
Building Corporate Image**

Name/ NIM : **Mulia Mardi /231007008**

Advisor I : **Dr. A. Rani Usman, M.Si**

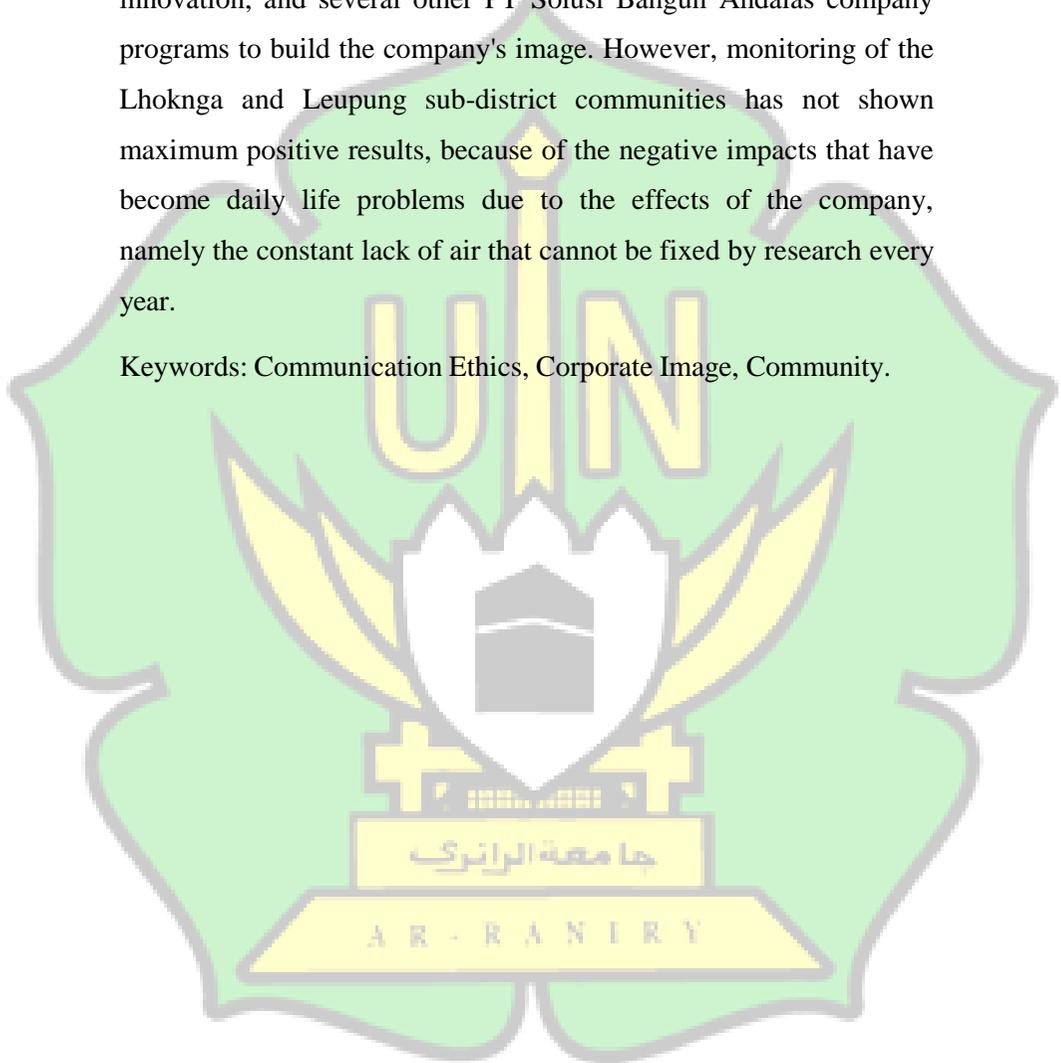
Advisor II : **Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA**

Keywords : **Ethics Communication, Corporate Image,
Community.**

Corporate image greatly influences the eligibility for the company in building positive values of identity and assets company PT Solusi Bangun Andalas. Communication ethics have a very important role in building for the company's image through the methods implemented by the company PT Solusi Bangun Andalas with a communication strategy concept approach and the implementation of company rules and maintaining good public relations, to create good mutual understanding between the company PT Solusi Bangun Andalas and the local community. The purpose of this study is to apply the communication ethics carried out by the company PT Semen Bangun Andalas to improve the company's image towards the Lhoknga and Leupung communities in accordance with the Standard Operational Procedure (SOP) in improving economic, social and environmental welfare. This study uses a qualitative method that prioritizes primary and secondary data sources obtained from interviews, observations, documentation and using qualitative descriptive analysis techniques. The results of this study indicate that

the application of communication ethics in building a company's image has been carried out with the application of local workers and increasing economic growth for the Lhoknga and Leupung sub-districts, as well as the continuous implementation of consultation, innovation, and several other PT Solusi Bangun Andalas company programs to build the company's image. However, monitoring of the Lhoknga and Leupung sub-district communities has not shown maximum positive results, because of the negative impacts that have become daily life problems due to the effects of the company, namely the constant lack of air that cannot be fixed by research every year.

Keywords: Communication Ethics, Corporate Image, Community.



Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	xii
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	8
1.3 Alasan Pemilihan Judul	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Hasil Penelitian	11
1.6.1 Secara Teoritis.....	11
1.6.2 Secara Praktis.....	11
1.7 Kegunaan Hasil Penelitian Praktis	13
1.8 Kajian Pustaka	14
1.9 Sistematika Penulisan	16
BAB II : LANDASAN TEORITIS	18
2.1 Kajian Teori	18
2.1.1 Pengertian Etika dan Komunikasi.....	18
2.1.2 Etika Komunikasi.....	19
2.1.3 Etika Komunikasi.....	21
2.1.4 Model Etika Komunikasi Bisnis.....	23
2.1.5 Strategi hubungan Masyarakat.....	27
2.2 Teori Hubungan Masyarakat	28
2.3 Penerapan Citra Perusahaan dalam membangun Kepercayaan	32
2.4 Kerangka Teori	35
2.4.1 Peran Perusahaan.....	35
2.4.2 Citra Perusahaan.....	38

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	42
4. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Lokasi Penelitian	45
3.3 Sumber Data	29
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	47
3.4.1 Objek Penelitian.....	47
3.4.2 Subjek Penelitian	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1 Wawancara.....	50
3.5.2 Observasi.....	51
3.5.3 Dokumentasi	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6 Rancangan Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum	56
4.1.1 Standar Mutu Visi dan Misi	61
4.1.2 Visi PT Solusi Bangun Amdalas	61
4.1.3 Misi PT Solusi Bangun Amdalas	61
4.1.4 Tenaga Kerja	61
4.2 Penerapan Etika Komuniaksi PT Solusi Bangun Andalas dalam Membangun Citra Perusahaan terhadap Masyarakat Kecamatan Lhoknga dan Leupung	61
4.2.1 Perekrutan Tenaga Kerja Lokal	66
4.2.2 Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Lhokng dan Leupung.....	68
4.3 Penerapan <i>Standart Operasional Prosedur</i> (SOP) Dalam Membangun Etika Komunikasi dengan Masyarakat Lhoknga dan Leupung Untuk Membangun Citra Perusahaan.....	73
4.4 Dampak Positif Masyarakat Lhoknga dan Leupung Untuk Membangun Citra Perusahaan.....	77
4.5 Tanggapan Masyarakat Terhadap Dampak Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

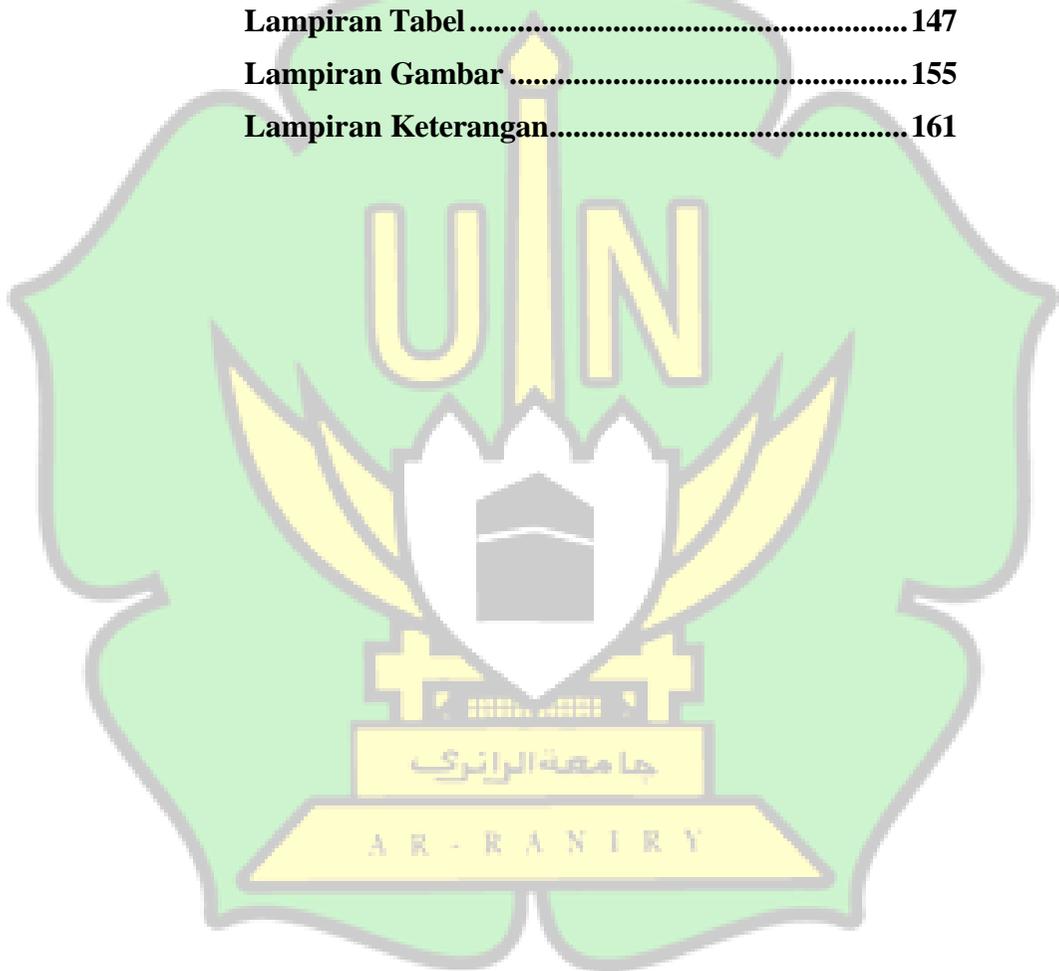
Etika komunikasi merupakan landasan utama sebagai jalannya sebuah perusahaan baik secara internal perusahaan dan diluar perusahaan. Dalam proses komunikasi mempunyai etika komunikasi sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mendapatkan dan memberikan kepuasan kepada dan lingkungan perusahaan. Tugas perusahaan memberikan keterampilan etika komunikasi yang baik kepada lingkungan perusahaan agar terciptanya etika bisnis yang efektif dilingkungan perusahaan.¹

Etika komunikasi dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam dunia kerja yang sangat perlu diperhatikan untuk mencegah kesalahpahaman agar tidak menyebabkan permasalahan dalam perusahaan. Secara harfiah komunikasi memiliki kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari hari, apalagi seseorang terlibat langsung dalam menjalankan sebuah roda perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Peran perusahaan besar harus memiliki etika komunikasi terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut yang akan memberikan dampak dan nilai sosial kepada masyarakat sekitarnya.

¹ Pradnyana dan Sriwahyuni, *Pengaruh Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal Terhadap Kinerja Karyawan*, (Bali: Pasific Express 2014), hal 32.

4.5.1	Tanggapan Masyarakat Gampong Naga Umbang Kecamatan Lhoknga	85
4.5.2	Tanggapan Masyarakat Gampong Mon Ikeun Kecamatan Lhoknga	90
4.5.3	Tanggapan Masyarakat Gampong Dayah Mamplang Kecamatan Leupung.....	98
4.6 Strategi Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas upaya Meningkatkan Citra Perusahaan		106
4.6.1	Peran Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Sebagai Pelopor.....	109
4.6.2	Peran Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Sebagai Dinamisiator	110
4.6.3	Peran Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Sebagai Stabilisator	112
4.6.4	Peran Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Sebagai Modernikator	113
4.6.5	Peran Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Sebagai Katalitator	115
4.7 Peran Hubungan Masyarakat PT Solusi Bangun Andalas Terkait Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai pembangaun Citra Perusahaan.....		116
4.7.1	Mengumpulkan Data Masalah Tentang Masyarakat Kecamatan Lhoknga dan Leupung.....	117
4.7.2	Merencanakan Program Tentang Penyelesaian Masalah di Kecamatan Lhoknga dan Leupung.....	118
4.7.3	Melakukan Komunikasi dengan Tentang Masyarakat Kecamatan Lhoknga dan Leupung.....	119
4.7.4	Evaluasi Program Akhir dengan Tentang Masyarakat Kecamatan Lhoknga dan Leupung	120
4.8 Hasil Penelitian Penerapan Etika Komunikasi		122
4.8.1	Melakukan Kegiatan Rutin Forum Konsultasi Masyarakat (FKM).....	122
4.8.2	Program Inovasi Bank Sampah Generasi Milennial.....	125
4.8.3	Meningkatkan Mutu masyarakat Melalui Kontribusi Pendidikan.....	127

4.8.4	Bantuan Kemanusiaan Darurat <i>Relif</i> Rumah Dhuafa	127
4.8.5	Pendampingan Mitra Usaha.....	134
4.8.6	Koprerasi Syariah Solusi Bersama Gampon Lamlhom.....	137
5.	BAB V : Penutup.....	139
5.1	Kesimpulan	139
5.2	Saran	141
6.	BAB V : Daftar Pustaka	143
	Lampiran Tabel	147
	Lampiran Gambar	155
	Lampiran Keterangan.....	161



Perusahaan tidak pernah lepas dalam komunikasi secara individu yang memberikan dampak tujuan perusahaan tersebut. Etika komunikasi individu menentukan strategi sebuah perusahaan, sangat memungkinkan apabila penerapan komunikasi seseorang sangat bagus dalam menjalankan strategi perusahaan maka semakin bagus posisi jabatan yang didapatkan oleh seseorang tersebut. Hal ini akan berefek kepada perusahaan yang dipimpin, sehingga dampak bagus perusahaan tersebut sangat berpengaruh dengan lingkungan perusahaan.

Harapannya perusahaan dapat membuktikan kualitas pekerjaan dalam internal perusahaan serta adaptasi dengan lingkungan daerah pekerjaan yang berada di Kecamatan Lhoknga dan Kecamatan Leupung. Dampak besar perusahaan PT Solusi Bangun Andalas sangat berpengaruh dengan sektor kehidupan masyarakat sekitarnya yaitu kecamatan Lhoknga dan Leupung, Wilayah operasional produksi perusahaan tersebut hingga 5200 hektar.² Besar dan luasnya produksi lahan yang menjadi wilayah utama pekerjaan parbik semen. Maka, perusahaan PT PT Solusi Bangun Andalas sudah pasti bersinggungan dengan lingkungan dan lahan masyarakat yang akan mengakibatkan pencemaran lingkungan kehidupan area produksi tersebut. Hal ini bersinggungan dari cara etika komunikasi perusahaan tersebut dalam mengatasi sosial masyarakat yang diakibatkan oleh lingkungan produksi perusahaan tersebut.

² www.Solusibangunindonesia.com, di Unggah Pada Tanggal 23 Mei 2024

Maka perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Lhoknga dengan hal ini sangat penting menjaga elektabilitas perusahaan dalam menjalin hubungan komunikasi antara pihak perusahaan dengan masyarakat sekitarnya agar terciptanya lingkungan masyarakat yang baik serta tidak menimbulkan norma asusila dengan adanya operasi perusahaan. Integritas perusahaan PT Solusi Bangun Andalas Lhoknga dapat dilihat melalui metode etika komunikasi yang memegang peranan citra perusahaan dalam membangun kepercayaan antara kepentingan perusahaan dengan menciptakan lingkungan kerja yang positif terutama dengan masyarakat sekitar. Dengan menerapkan prinsip komunikasi yang etis, perusahaan dapat terhindar dari risiko rusaknya reputasi perusahaan. Hal ini akan meningkatkan kredibilitas perusahaan dan mendukung keberlangsungan bisnis yang baik.

Penerapan etika komunikasi bisnis pada perusahaan harus konsistensi sesuai aturan ISO 9001:2000 yang sudah diterapkan oleh hukum internasional untuk perusahaan standarisasi indonesia. Apakah efektifitas ini sudah sesuai dengan konsistensi komunikasi perusahaan terhadap masyarakat setempat dan memberikan dampak yang bagus dengan etika komunikasi.³ Pada dasarnya etika perusahaan harus melindungi masyarakat setempat sesuai peraturan pemerintahan terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi dan pariwisata untuk wilayah Lhoknga dan Leupung. Terkait aturan pemerintah, perusahaan sudah menerapkan dengan maksimal dan sebaik mungkin dalam menjaga keharmonisan masyarakat setempat serta ingin memberikan dampak secara

³ Health Safety and Execution. (2018). ISO 45001 *Health and Safety Management Standard*, (<https://www.hse.gov.uk/managing/iso45001.htm>).

ekonomi dan lingkungan. Namun implementasi aturan terhadap masyarakat masih ada memberikan ketidakpuasan terhadap perusahaan tersebut sehingga dampak citra perusahaan terhadap masyarakat ada yang memudar atau ada yang salah dari efek etika komunikasi dari perusahaan tersebut.⁴

Industri pabrik merupakan sumber kebisingan dan dapat merusak lingkungan yang berdampak pada kehidupan sehari-hari. Mesin di pabrik PT Solusi Bangun Andalas menghasilkan suara yang sangat bising. Dampak negatif dari kebisingan ini berpotensi membahayakan kesehatan karyawan dan masyarakat di sekitarnya. Kondisi ini bisa menyebabkan gangguan pendengaran yang dikenal sebagai Noise Induced Hearing Loss. Gangguan pendengaran ini terjadi akibat paparan berulang dan berkepanjangan, dan bisa berkembang setelah lebih dari 10 tahun masa kerja.⁵

Provinsi Aceh memiliki sejumlah industri besar, termasuk pabrik semen berkapasitas tinggi yang terletak di Gampong Mon Ikuen, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar. Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas ini berlokasi di kawasan pemukiman dan berjarak sekitar 200 meter dari pantai di Mukim Lhoknga. Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas ini mulai beroperasi sejak tahun 1980 hingga sekarang berkapasitas produksi hampir 5000

⁴ Brahmastra. *Peran Etika komunikasi Night Reception dalam meningkatkan Citra Perusahaan di Hotel Surabaya*, (Thesis Universitas Airlangga 2017) Hal 39

⁵ Addina G. *Evaluasi Kadar Bakteri di Udara dengan Menggunakan Media Plate Count Agar (PCA) Berdasarkan Tinggi Secara Vertikal di Departemen Bedah Mulut RSGMP FKG USU dengan Metode Total Plate Count (TPC)* (Jakarta) 2014

hektar untuk proses produksifitas tersebut dan menggunakan bahan bakar utama berupa batubara kalori rendah (low rank coal). Disekitar Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas ini terdapat Gampong Mon Ikeun, Gampong Naga Umbang kecamatan Lhokng dan Gampong Dayah Mamplang Kecamatan Leupung merupakan desa yang berdekatan langsung dengan Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas.

Untuk mempertahankan reputasi positif perusahaan harus memiliki banyak inovasi terkait perusahaan dan harus harus kreatif. Namun bagian tersulit dari hubungan masyarakat bukan hanya menemukan cara untuk meningkatkan citra perusahaan. Tetapi ketika suatu masalah terjadi dalam sebuah perusahaan maka masalah tersebut tidak akan teratasi dengan sendirinya, inilah tugas humas adalah menangani masalah ini dengan baik sesuai etika komunikasi untuk mengembalikan citra negatif perusahaan. Tentu saja hal ini menuntut para profesional humas untuk mengambil tindakan, berpikir, dan mengambil keputusan yang tepat. Berhadapan dengan masyarakat, maka harus ada pemilihan kata-kata, ekspresi dan sikap yang harus dilakukan dan dipertimbangkan dengan hati-hati.

Perkembangan PT Solusi Bangun Andalas berkontribusi terhadap pencemaran lingkungan, terutama melalui limbah industri yang dihasilkan. Limbah dari pabrik ini mencemari aliran sungai dan akhirnya mengalir ke laut, yang juga merupakan kawasan wisata pantai. Di samping itu, praktik pelestarian lingkungan meliputi konservasi sumber daya alam, pengolahan ramah lingkungan, dan pengemasan produk yang juga menghasilkan

limbah lingkungan, ditambah dengan limbah dari truk yang bolak-balik memasuki dan meninggalkan PT Solusi Bangun Andalas setiap hari.⁶ Oleh karena itu, penting untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat mengenai kesejahteraan lingkungan untuk mengurangi konflik terkait konsumsi energi dari limbah perusahaan serta menekan penggunaan bahan bakar dan emisi selama proses transportasi.⁷

Hal tersebut tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang di Indonesia, salah satunya perusahaan di Aceh PT Solusi Bangun Andalas yang merupakan sebuah bisnis dipandang cukup signifikan meningkat kesejahteraan masyarakat, membutuhkan waktu jangka panjang bahkan bisa memakan waktu 100 tahun berproduksi di kecamatan Lhoknga kabutapaen Aceh Besar. Pertumbuhan kelas menengah dan tumbuhnya pengembangan ekonomi secara signifikan bagi kemanfaatan perusahaan juga memperhatikan jika terjadi dengan lingkungan konflik sosial terhadap masalah masalah yang terjadi seperti kenyamanan masyarakat kecamatan Lhoknga dan Leupung, sistem pelayanan terhadap masyarakat, serta fasilitas yang bisa membantu masyarakat.

Namun setiap perusahaan pasti ada kekurangan, PT Solusi Bangun Andalas merupakan salah perusahaan besar yang ada di Indonesia yang pernah terjadi konflik dengan masyarakat sekitar.

⁶ Susanti, Ari. *Strategi UKM Pada masa Pandemi Covid-19*, (S. STIE Surakarta, Jawa Tengah 2020) Hal 27

⁷ Cagliano, Worley dan Canato, *Organizing Suplly Chanin Processer For Sustainable Innovation in The Agrifood Industry*, (Dynamic Struture, 2016) Hal 102

Hal ini juga pernah dirasakan konflik dengan masyarakat ketika masalah pembebasan lahan yang belum selesai, kebocoran amdal, dan lainnya. Salah satu permasalahan konflik dengan masyarakat yang belum selesaikan masyarakat Lhoknga krisis air bersih yang terjadi hampir setiap tahun menjadi masalah yang dihadapi sebagian masyarakat kecamatan Lhoknga.

Pada tahun 2024, kecamatan Lhoknga mengalami kekeringan air bersih antara bulan Mei dan Juni. Kekeringan ini sudah menjadi kenyataan hampir setiap tahun saat memasuki musim kemarau. Penyebab utama masalah ini adalah dampak dari industri PT Solusi Bangun Andalas, yang telah beroperasi sejak tahun 1983. Kegiatan pengambilan bahan baku semen di daerah pegunungan karst Lhoknga merusak ekosistem, sehingga menyebabkan kurangnya sumber air. Masalah ini tampak menjadi isu yang terus-menerus dihadapi oleh masyarakat, sehingga hampir 10 desa di Kecamatan Lhoknga dan 3 Kecamatan Leupung belum menemukan solusi dari perusahaan terkait. kurangnya pasokan air memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan sehari-hari penduduk, karena air adalah kebutuhan dasar untuk memasak, mandi, menjaga kesehatan, dan lain-lain. Kondisi kekurangan air ini mendapatkan perhatian serius dari pemerintah Aceh Besar serta PT Solusi Bangun Andalas.

Hingga tahun 2024, Aceh Besar dan PT Solusi Bangun Andalas belum menemukan solusi yang signifikan untuk mengatasi kekeringan di Kecamatan Lhoknga. Perusahaan seharusnya mencari solusi permanen untuk masalah sehari-hari,

bukan hanya memberikan bantuan berupa air bersih secara sementara.

Hingga tahun 2024, pemerintah Aceh Besar dan PT Solusi Bangun Andalas belum menemukan solusi yang berarti untuk mengatasi kekeringan yang melanda Kecamatan Lhoknga. Perusahaan seharusnya mencari solusi jangka panjang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, bukan hanya memberikan bantuan sementara berupa air bersih.

Untuk menanggapi isu tersebut, salah satu standar sistem manajemen mutu yang telah diterapkan di negara maju dan juga negara berkembang adalah ISO 9001:2000. Oleh karena itu, penulis memilih judul tesis **“Penerapan Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas Dalam Membangun Citra Perusahaan”** Dalam judul ini, etika komunikasi merupakan standar atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan mutu, yang diharapkan dapat menjawab tantangan globalisasi, dengan tujuan akhir mencapai efektivitas dan efisiensi perusahaan.

1.2. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah peneliti perlu mengidentifikasi masalah-masalah terakit yang harus diteliti, karena tidak semua masalah harus diteliti untuk penelitian ini Alasan-alasan tersebut penulis dasarkan kepada hasil penelitian awal penulis melalui analisis terhadap beberapa isu masyarakat dalam etika perusahaan selama ini.

1. Terdapat persoalan komunikasi yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku

2. Pesan atau informasi dari perusahaan PT Solusi Bangun Andalas di kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar sering terjadi hambatan yang tidak sampai ke masyarakat sekitar di kecamatan Lhoknga dan Kecamatan Leupung
3. Media selalu memberikan kesan positif terhadap perusahaan dengan memberikan statemen perusahaan selalu memberikan bantuan CSR kepada masyarakat di kecamatan Lhoknga dan Kecamatan Leupung
4. Masyarakat dan perusahaan apakah selalu menjalin hubungan yang baik selama ini, atau hanya beberapa sebagian masyarakat yang menerima bantuan saja menjalin hubungan yang baik.

1.3. Alasan Memilih Judul

Penelitian ini dapat dianggap sebagai upaya untuk menyelidiki lebih dalam mengenai peran dan fungsi etika komunikasi perusahaan dalam membentuk citra perusahaan di PT Solusi Bangun Andalas yang terletak di Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar. Melalui penerapan etika komunikasi dengan lingkungan masyarakat yang terjadi selama perusahaan berdiri hingga sekarang, peneliti menarik membahas masalah etika dalam tahun 2024 dan proses penelitian mulai pada Juli 2024 hingga Januari 2025 di wilayah Kecamatan Lhoknga dan Kecamatan Leupung Kabupaten Aceh Besar. Alasan utama penulis meneliti tentang penerapan Etika Komunikasi PT Solusi Bangun Andalas Dalam Membangun Citra Perusahaan adalah untuk mengetahui bagaimana etika perusahaan selama ini mengimplementasikan suatu realitas menjadi sebuah komunikasi

dengan masyarakat atau memberikakan efek kemanfaat dari perusahaan PT Solusi Bangun Andalas untuk memberikan manfaat kepada masyarakat serta untuk mengetahui sejauh mana etika perusahaan mampu menghadirkan kebenaran dalam implementasi citra perusahaan yang dilakukannya.

Adapun alasan pemilihan waktu penelitian bulan Juli 2024 hingga - Januari 2025 tersebut didasarkan kepada realitas masyarakat dalam menjalankan kehidupan yang ada disekitar perusahaan PT Solusi Bangun Andalas yang pada saat itu sedang mengalami intensitas global kehidupan dan permasalahan yang terjadi, di mana beberapa pihak dalam hal ini pihak masyarakat yang kerap menampilkan diri tidak puas dalam menerima informasi dari perusahaan dengan tujuan sebagai bagian dari citra perusahaan kepada masyarakat yang akan datang.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Peneliti merumuskan poin penting yang menjadi masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penerapan etika komunikasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dalam membangun citra yang bagus terhadap masyarakat sosial ketika terjadi konflik lingkungan di Lhoknga dan Leupung ?
- 2) Bagaimana PT Solusi Bangun Andalas menerapkan Standart Operasional Prosedur (SOP) dalam membangun etika komunikasi dengan masyarakat Lhoknga dan Leupung dalam membangun citra perusahaan ?

- 3) Bagaimana dampak positif masyarakat Lhoknga dan Leupung untuk lingkungan sosial, budaya dan ekonomi dalam membangun citra perusahaan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui penerapan etika komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dalam meningkatkan citra perusahaan terhadap masyarakat Lhoknga dan Leupung
- 2) Untuk mengetahui penerapan etika komunikasi sesuai *Standart Operasional Procedur* (SOP) dengan lingkungan masyarakat Lhoknga dan Leupung.
- 3) Untuk mengetahui kesejahteraan masyarakat Lhoknga dan Leupung secara lingkungan, sosial, ekonomi dari efek dampak positif perusahaan PT Solusi Bangun Andalas.

1.6. Manfaat Penelitian

A. Manfaat teortis dari perancangan penelitian ini

- 1) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori cara etika komunikasi bisnis dari PT Solusi Bangun Andalas ketika sedang menghadapi konflik sosial dengan masyarakat
- 2) Memperkaya literatur akademik tentang peran etika komunikasi sesuai dengan konsep ilmu komunikasi dan sesuai dengan SOP perusahaan.
- 3) Menyediakan dasar konseptual untuk penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas etika komunikasi dalam

penanganan jika terjadi konflik dengan masyarakat sesuai aturan Standar Operasional Prosedur

B. Manfaat praktis dari perancangan penelitian ini

1) PT Solusi Bangun Andalas

- a. Menyediakan data analisis yang dapat digunakan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun etika komunikasi dengan masyarakat dalamantisipasi konflik sosial dengan masyarakat
- b. Memberikan strategi etika komunikasi yang efektif dalam menangani kasus dengan masyarakat.
- c. Memberikan masukan dan referensi dalam membangun etika komunikasi yang tepat ketika menghadapi masalah sosial dengan masyarakat.
- d. Membantu meningkatkan keterampilan komunikasi perusahaan dalam proses menghadapi sosial masyarakat.

2) Masyarakat kecamatan Lhoknga dan Leupung.

- a. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran dan fungsi komunikasi ketika menghadapi masalah dengan perusahaan PT Solusi Bangun Andalas.
- b. Memberikan referensi kepada masyarakat dalam membangun hubungan sosial dengan tata cara etika komunikasi.
- c. Mendorong kesadaran akan pentingnya komunikasi yang efektif dalam menghadapi permasalahan dengan perusahaan.

- 3) Pemerintah Daerah
 - a. Menyediakan informasi yang dapat digunakan untuk merumuskan kebijakan terkait penyelesaian masalah sosial antara Perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dengan masyarakat
 - b. Membantu menyelesaikan masalah sosial antara PT Solusi Bangun Andalas dengan masyarakat dengan aturan yang berlaku dari pemerintahan Kabupaten, Pemerintahan Provinsi dan pemerintahan pusat terkait dengan konsep etika komunikasi.
 - c. Membantu dalam pengembangan program sosial yang mendukung ketahanan kesejahteraan sosial kepada masyarakat Aceh dan khususnya masyarakat setempat.

1.7. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan manfaat dari penelitian ini adalah

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan terutama terkait dengan peran perusahaan PT Solusi Bangun Andalas dengan masyarakat yang menerapkan aturan yang berlaku dari pemerintahan Kabupaten untuk masyarakat.
- 2) Sebagai referensi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan perusahaan PT Solusi Bangun Andalas, masyarakat kecamatan Lhoknga

dan Kecamatan Leupung serta pemberdayaan komunikasi perusahaan lainya

1.8. Kajian Pustaka

Di indonesia perusahaan industri besar hampir semua mengalami konflik sosial dengan masyarakat. Hal yang sangat memperangaruhi citra perusahaan dalam menghadapi sebuah masalah serta menanggulangi terjadinya konflik dengan masyarakat. Sudah menjadi hukum bahwa perusahaan yang hadir di suatu wilayah tertentu harus memberikan dampak utama untuk wilayah tersebut sebagai penunjang kesejahteraan sosial secara ekonomi dan lingkungan menjadi salah satu harapan masyarakat. Hal ini wajib dilakukan oleh perusahaan menimbulkan dampak positif yang berhubungan langsung dengan masyarakat dalam konteks lingkungan dan lainnya dalam melakukan pelayanan dengan daerah setempat.⁸

Pertama Shanti Zinaida, dengan judul thesis Strategi Komunikasi sebagai upaya resolusi konflik perusahaan melalui kegiatan Corporate Social Responsibility Universitas Bina Darma yang terjadi pada perusahaan PT Bumi Suksesindo yang berada di pulau merah, Desa Sumberagung Keamatan Pesanggaran Kabupaten Bayuwangi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Strategi komunikasi

⁸ Hambali, Muhaimin, A., Rahmadini, M. (2018). *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*. Jurnal Studi Sosial Dan Politik, 2(2), 96–108. <https://doi.org/10.19109/jssp.v2i2.4053>

organisasi mengombinasikan dengan berbagai metode edukasi yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan informasi, konsultatif yang mendengarkan aspirasi dari masyarakat dan advokatif sebagai mediator melalui musyawarah masalah. Menunjukkan bahwa keseriusan perusahaan dalam menangani masalah terjadi ketika sedang terjadi dengan sebagian masyarakat setempat dengan cara turun kelapangan yang menerapkan Community Relation dan Corporate social Responsibility. Hal ini langsung di buat sebuah kelompok yang terdiri dari pihak perusahaan, masyarakat setempat, unsur keamanan dan pemerintah daerah sebagai langkah awal dalam memecahkan sebuah masalah.

Kedua Mastra Nandi, dengan judul *Penelitian Etika Komunikasi Public Relations dalam Menjaga citra perusahaan (Maskapai Lion Air)* Universitas Diponegoro Fokus penelitian ini menganalisa etika komunikasi publik relations maskapai lion air dalam mengatasi dan menyelesaikan masalah sebagai langkah menjaga nama baik perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sistem jika terjadi keluhan oleh pelanggannya dengan deskriptif pendekatan analisis, wawancara, sebaran angket, survei, komparatif dan korelasi. Memberikan nilai kepada hasil penelitian berfokus dengan etika *public relations* maskapai Lion Air menjadi pedoman para profesional Public Relations dalam bertindak, mengambil keputusan, serta pertimbangan segala aspek aturan yang berlaku. Public Relations yang melaksanakan praktik menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan pihak perusahaan yang profesional menyampaikan hal berkaitan dengan publik melalui

media terpercaya dengan mengeluarkan kata-kata, ekspresi sikap dengan hati-hati.

1.9. Sistematika Pembahasan

Pembahasan tesis ini terdiri dari lima bab, di mana setiap bab dibagi lagi menjadi beberapa sub-bab. Bab I berisi pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, alasan pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat hasil penelitian, kajian pustaka, dan sistematika tesis.

Bab II membahas landasan teori yang mencakup teori-teori yang digunakan dalam penulisan tesis ini. Terdapat tiga sub-bab dalam pembahasan ini: pertama, kajian teori yang menjelaskan tentang etika komunikasi serta aspek-aspek yang berkaitan dengan etika komunikasi perusahaan, termasuk penerapan peran perusahaan dalam menjalin etika komunikasi dengan lingkungan. Kedua, membahas komunikasi masyarakat dengan hubungan masyarakat, yang mengkaji relasi antara publik dan isu-isu yang ada di lingkungan masyarakat. Ketiga, membahas citra perusahaan dan bagaimana membangun nilai positif perusahaan di mata masyarakat.

Bab III secara khusus membahas metodologi penelitian yang diterapkan. Bagian ini terdiri dari sub-bab kunci yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, aspek kajian, subjek penelitian, dan lokasi penelitian. Selain itu, terdapat juga sub-bab tambahan yang menjelaskan sumber data dan teknik yang digunakan untuk pengumpulan data. Penelitian ini mengklasifikasikan sumber data dan teknik pengumpulan menjadi

dua kategori, yakni data primer dan data sekunder, di mana setiap kategori memiliki teknik pengumpulan yang berbeda. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis dengan menggunakan metode analisis data melalui tahapan tematik dan deskriptif. Terakhir, bab ini juga menjelaskan metode penulisan yang digunakan dalam tesis ini.

Pada bab IV merupakan bab pembahasan dan hasil penelitian. Dalam bab ini, disajikan secara ringkas mengenai PT Solusi Bangun Andalas, dan dijelaskan juga mengenai korelasi judul dan etika komunikasi perusahaan dalam mengembangkan citra perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, bab ini melanjutkan dengan pembahasan penerapan etika komunikasi oleh perusahaan PT Solusi Bangun Andalas terhadap masyarakat di Kecamatan Lhoknga dan Leupung.

Hasil yang telah diuraikan di atas selanjutnya diikuti oleh Bab V, yang menjadi bab penutup. Bab ini terdiri dari dua sub-bab, yaitu kesimpulan dan saran yang merangkum keseluruhan hasil penelitian.

