

**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ayu Anggarini Gustiyanti
44211120117**

**Program Eksternal Public Relations Dalam Membentuk Reputasi Positif
Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility (Studi Deskriptif: Program
Health Agent Award 2012 PT. Nutrifood Indonesia)**

**Jumlah halaman : V Bab + 117 Halaman + 40 Lampiran+ 1 Biodata Penulis
Bibliografi : 46 Referensi, Tahun 1993-2013**

ABSTRAKSI

Latar belakang penelitian ini adalah dikarenakan minimnya pola hidup sehat masyarakat khususnya anak-anak dan ketertarikan peneliti atas gagasan PT Nutrifood Indonesia yang muncul dalam keprihatinan dengan mengadakan program *Corporate Social Responsibility Health Agent Award 2012* dan program ini menjadi media kegiatan yang dapat membentuk sebuah reputasi. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis Program Eksternal Public Relations dalam Membentuk Reputasi Positif Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* pada program Health Agent Award 2012 PT. Nutrifood Indonesia.

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *Public Relations*, Program eksternal *Public Relations*, *Corporate Social Responsibility* (Cutlip : 2001) yang meliputi *defining CSR problems, planning and programming, taking actions and communicating, evaluating the program*, dan teori reputasi (Fombrun : 1996) meliputi kumpulan dari penilaian –penilaian personal tentang *credibility, realibility, trustworthiness, dan responsibility* perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Fokus penelitian terdiri dari *Corporate Social Responsibility* dan reputasi. Analisa data menggunakan reduksi data, model data, dan verifikasi kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang ditemukan menyimpulkan bahwa program CSR Health Agent Award 2012 telah sesuai dengan empat tahapan manajemen PR dari cutlip, Center dan Broom. Peneliti menemukan kenyataan di lapangan bahwa kurangnya tindak lanjut dari pihak Nutrifood untuk mengontrol setelah program Health Agent Award 2012 ini berlangsung. Maka patut disimpulkan bahwa program eksternal Public Relations Corporate social Responsibility Health Agent Award 2012 merupakan salah satu faktor pembentuk reputasi positif melalui penilaian personal tentang *credibility, reliability, trustworthiness, dan responsibility*.