



**ANALISIS STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) XL FUTURE
LEADERS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relation

Disusun Oleh:
Yessi Maritha
44208110076

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **Analisis Strategi Perencanaan Program Corporate
Social Responsibility (CSR) XL Future Leaders**

Nama : Yessi Maritha

NIM : 44208110076

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Jakarta, Februari 2013

Menyetujui,

Pembimbing

SM Niken Restaty, M.Si



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**


LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : **Analisis Strategi Perencanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) XL Future Leaders**
Nama : Yessi Maritha
NIM : 44208110076
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Februari 2013

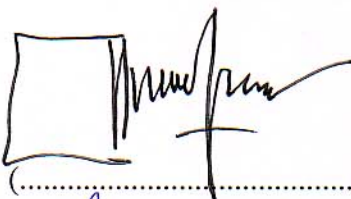
1. Ketua Sidang

Novi Erlita S.Sos, M.A


(.....)

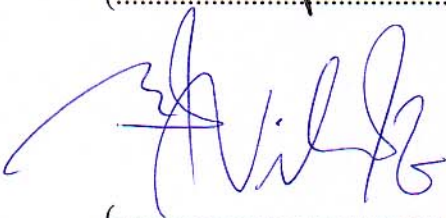
2. Penguji Ahli

Drs.E.M. Chamdan M.Si


(.....)

3. Pembimbing

SM. Niken Restaty M.Si


(.....)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Analisis Strategi Perencanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) XL Future Leaders**
Nama : Yessi Maritha
NIM : 44208110076
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Februari 2013

Disetujui dan diterima oleh :

SM. Niken Restaty M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Ketua Bidang Studi

Suryaning Hayati SE, MM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Strategi Perencanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) XL Future Leaders". Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu SM Niken Restaty, M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan arahan selama proses penelitian.
2. Papa, Mama, Ka Danil, dan Benyamin, yang selalu memberikan doa, dukungan semangat dan kasih sayangnya yang tak terbatas hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Diah Wardani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, MM selaku Kaprodi Public Relations, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan mengizinkan peneliti melakukan penelitian sebagai salah satu syarat kelulusan.
5. Segenap staff Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Bidang Studi Public Relations yang telah memberikan waktu dan pengetahuan yang berharga dan bermanfaat selama masa perkuliahan.

6. Tetty Sulastri, Pak Henry dan Pak Achmad Pradipta narasumber sekaligus sahabat baru yang telah sangat membantu memberikan informasi dan dukungannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku "Tepores" dan teman-teman PR 13 yang selalu membangkitkan tawa dan kompak selalu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang dimiliki, harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membacanya.

Jakarta, Februari 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	ii
LEMBAR PPENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Komunikasi Organisasi	7
2.2. Public Relations	10
2.2.1. Definisi Public Relations	10
2.2.2. Fungsi Public Relations	12
2.2.3. Tujuan Public Relations.....	16
2.2.4. Strategi Public Relations	18
2.3. Manajemen Public Relations.....	29
2.4. Corporate Social Responsibility (CSR)	22
2.4.1. Pengertian CSR.....	22

2.4.2. Jenis-jenis CSR.....	26
2.4.3. Manfaat CSR	27
2.4.4. Ruang Lingkup CSR.....	28
2.4.5. Peran PR dalam Implementasi CSR	39
2.4.6. Strategi CSR	33
2.4.7. Tahapan Implementasi CSR	34
2.5. Community Development	36
2.6. Khalayak Public Relations	38
2.6.1. Konsep Publik.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Tipe Penelitian	44
3.2. Metode Penelitian	45
3.3. Subyek Penelitian.....	46
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.2. Data Primer.....	49
3.4.3. Data Sekunder.....	61
3.5. Konsep dan Fokus Penelitian.....	51
3.5.1. Definisi Konsep	51
3.5.2. Fokus penelitian.....	52
3.6. Teknik Analisis Data.....	53
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Objek Penelitian.....	55

4.1.1. Visi dan Nilai-nilai XL	56
4.1.2. Program-program CSR XL.....	57
4.2. Hasil Penelitian	71
4.2.1. CSR Awareness Building	65
4.2.2. CSR Assesment	69
4.2.3. <i>CSR Manual Buidling (bench marking)</i>	72
4.3. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran.....	78
5.2.1. Saran Akademis	78
5.2.2. Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	80
DAFTAR LAMPIRAN	83