



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI HUBUNGAN
MASYARAKAT**

Bobby Andi Putra (44210110012)

Strategi Public Relations ANTV Dalam Program Corporate Social Responsibility ANTV Peduli Pada Tahun 2011 (Kegiatan Recovery Masjid Asra Al Bakrie)

(i-vii) halaman + 122 Halaman : 8 Lampiran : Daftar Pustaka (2000 - 2011)

ABSTRAKSI

PT Cakrawala Andalas Televisi atau yang lebih dikenal dengan sebutan ANTV memiliki wadah CSR yaitu ANTV Peduli. ANTV Peduli adalah program tanggungjawab sosial antv (*Corporate Social Responsibility*) terhadap masyarakat di lingkungan perusahaan ataupun masyarakat di wilayah lain yang membutuhkan bantuan. Program ini dibuat atas kesadaran ANTV untuk turut meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar perusahaan ataupun di wilayah lain, baik melalui program bantuan langsung atau melalui program pemberdayaan komunitas (*community development*).

ANTV dalam kegiatan CSR ANTV peduli menggunakan strategi agar tujuan dari kegiatan CSR yang dilakukan dapat tercapai. Strategi yang digunakan adalah teori yang diungkapkan oleh Cutlip yaitu fact finding, planning, implementation, dan evaluation.

Peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi kegiatan CSR ANTV peduli di tahun 2011 pada kegiatan recovery masjid asra al bakrie karena bantuan CSR tersebut unik. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus karena jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

ANTV melakukan strategi public relation dalam kegiatan CSRnya belum maksimal seperti yang diutarakan oleh teori Cutlip. Alasannya di dalam setiap tahap strategi (fact finding, planning, implementation, dan evaluation), ANTV masih belum sepenuhnya mengimplementasikan strategi tersebut. Peneliti juga menemukan beberapa temuan program CSR yang dilakukan oleh ANTV direncanakan sangat sederhana. ANTV hanya mengandalkan publikasi saja karena ANTV adalah perusahaan yang bergerak di bidang pertelevisian.