



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public

Reni Septiani
44209010041

Aktivitas Corporate Social Responsibility “Giant Pulang Kampung Gratis 2013”
PT.Giant Hero Supermarket dalam Mempertahankan Reputasi
Jumlah Halaman: vi + 87 halaman + 46 Lampiran
Bibliografi: 27 Referensi (1992-2013)

ABSTRAKSI

PT. Giant Hero Supermarket (Giant) merupakan salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan toko tersebar di berbagai kota besar di Indonesia yang terbagi menjadi 50 gerai Giant Ekstra dan 119 Giant Express (awal Oktober). Persaingan bisnis retail yang terus berkembang dari waktu ke waktu membuat PT. Giant Hero Supermarket terus berupaya meningkatkan reputasi dimata masyarakat. Oleh karena itu, Humas perusahaan melakukan kegiatan yang berbasis kepedulian untuk menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya dan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan untuk para konsumen yaitu Giant Pulang Kampung Gratis 2013.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran aktivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Giant Hero Supermarket dalam mempertahankan reputasi melalui kegiatan Giant Pulang Kampung Gratis 2013. Teori yang digunakan oleh peneliti mengacu pada aktivitas *Public Relations* yang di kemukakan oleh Scott M. Cutlip, M. Allen H. Center dan Glenn M. Broom mengetahui tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* melalui pendekatan proses: Pencarian data, Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi yang terkait juga dengan konsep reputasi yang di kemukakan oleh Tom Duncan, Reputasi merupakan penghargaan dimata *stakeholders*-nya terhadap penampilan, nilai-nilai utama dan perilaku atau tindakan suatu kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan empat faktor yang menentukan reputasi yaitu *Credibility, Truthworthiness, Reability dan Social Responsibility*.

Tipe penelitian yang digunakan yaitu deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan teknik analisa data triangulasi sumber. Data yang digunakan adalah data primer dari hasil wawancara dengan narasumber dan data sekunder yang didapat dari dokumen yang relevan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa humas dalam melaksanakan aktivitas CSR dalam mempertahankan reputasi diawali dengan pencarian data diakhiri dengan evaluasi. Semua hasil kegiatan yang telah dilaksanakan di monitoring oleh humas melalui bentuk laporan maupun dokumentasi kegiatan. Hal yang mencakup aktivitas humas dilakukan dalam mempertahankan dan meningkatkan reputasi Giant yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dengan harapan dapat memperoleh dukungan positif dari publik.