



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

**Herning Widiastuti (44207010031)**

**Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility Public Relations PT.  
Rajawali Citra Televisi Indonesi (RCTI)**

**i-xiv + 108 Halaman ; 10 Lampiran ; 21 buku (1995-2009)**

### **ABSTRAKSI**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* suatu perusahaan dengan *community*.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*Case Study*) dengan tipe penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Untuk pengumpulan datanya adalah dengan cara wawancara mendalam (*Indept Interview*) yang bertujuan untuk memperoleh data dan fakta atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan. Penelitian ini mengambil empat narasumber yang berkompeten dari PT RCTI. Untuk analisa datanya menggunakan metode triangulasi untuk membandingkan hasil wawancara dan narasumber PT RCTI. Teori yang digunakan untuk penulis mengacu pada konsep langkah-langkah pengelolaan Program CSR yaitu: Fact Finding, Planning, Action and Communication dan Evaluation.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan Public Relation PT RCTI pada masyarakat yang kurang mampu di wilayah 33 provinsi di Indonesia terlaksana dengan baik. Semua aktivitas CSR RCTI PEDULI yang dilakukan PT RCTI pada periode 2011 dari informasi yang didapat melalui hasil peneliti mulai dari nara sumber dari pihak stakeholder pemerintah maupun masyarakat setempat bisa dikatakan berhasil ini terbukti dengan adanya respon yang diberikan stakeholder yang sangat mendukung program kegiatan tersebut .