

## ABSTRAKSI

**Raden Vita Budi Hapsari, 44209110094**

**PROGRAM CSR PT BANK MANDIRI PERSERO, TBK (STUDI KASUS PROGRAM WIRAUSAHA MUDA MANDIRI)**

**vi + 104 hal + 79 Lampiran, Bibliografi : 23 Acuan (1968-2009)**

Sejak diberlakukannya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang tercantum dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Bank Mandiri selaku suatu lembaga keuangan pemerintah yang concern terhadap program CSR yang berfokus pada pengembangan UKM, program CSR tersebut adalah Wirausaha Muda Mandiri. Program Wirausaha Muda Mandiri merupakan salah satu kontribusi Bank Mandiri bagi pertumbuhan ekonomi bangsa Indonesia, yang diwujudkan secara berkesinambungan dan fokus pada generasi muda yang merupakan generasi penerus bangsa. Hal ini dilatarbelakangi dari keprihatinan Bank Mandiri terhadap besarnya jumlah pengangguran di Indonesia yang rata-rata adalah lulusan perguruan tinggi. Banyaknya jumlah pengangguran ini tak lepas dari paradigma berpikir (*mindset*) para mahasiswa yang rata-rata ingin menjadi pegawai, sementara ketersediaan lapangan kerja di sektor formal sangat terbatas. Sedangkan kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Community Development, Corporate Social Responsibility, Tahapan Public Relations, Wirausaha Muda Mandiri*. Adapun penelitian ini menggunakan definisi *public relations* menurut Frank Jefkins, *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu uraian tanpa pengujian hipotesa yang mengumpulkan informasi secara rinci, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan analisa datanya di peroleh berdasarkan wawancara mendalam (*in depth interview*). Kesimpulan dari penelitian ini adalah PT. Bank Mandiri. Tbk dalam hal ini Program CSR Wirausaha Muda Mandiri telah merancang program CSR secara baik melalui berbagai macam kegiatan.

Dari keberhasilan yang sudah diperoleh oleh program ini terdapat juga kelemahan dalam pelaksanaannya. Kelemahan itu terletak pada publikasi yang belum maksimal, komunikasi yang dilakukan belum tepat sasaran, masih banyaknya orang-orang yang belum mengenal semua kegiatan WMM. Public Relations itu sendiri mempunyai peran yang sangat penting untuk sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut peneliti PR itu merupakan ujung tombak sebuah organisasi, lembaga dan perusahaan. PR sangat vital sekali keberadaannya disebuah organisasi, lembaga dan perusahaan. Jika PR tidak melakukan kegiatannya maka segala kebijakan yang diterapkan dan dilaksanakan tidak akan sesuai dengan yang diharapkan.