

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
2012**

ABSTRAKSI

**MALAVIKA ALFIAN SARI
44206110024**

**EFEKTIVITAS PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) “INDOSAT WIRELESS INNOVATION CONTEST” PERIODE 2010
TENTANG CITRA PT INDOSAT, TBK**

Kata Kunci : Efektivitas, *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang biasa dikenal tanggung jawab social perusahaan kini semakin marak diterapkan di dunia industri. Perusahaan-perusahaan mulai merespon konsep ini sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap persoalan sosial di masyarakat dan sekaligus sebagai alat untuk membangun citra dan meningkatkan daya saing perusahaan. PT Indosat merupakan salah satu operator seluler terbesar kedua di Indonesia yang telah menerapkan program CSR dalam kegiatan operasionalnya. Untuk mewujudkan cita-cita menjadi yang pertama Indosat mengadakan kegiatan program CSR Indosat adalah Indosat Wireless Innovation Contest (IWIC).

IWIC merupakan bentuk kepedulian Indosat terhadap pemberdayaan SDM Indonesia dan dunia pendidikan. IWIC adalah kompetisi inovasi dan riset pengembangan teknologi *wireless* di terminal bergerak yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung seluruh aspek kehidupan masyarakat (komersial, sosial, pendidikan, dan sebagainya). Program ini bernaung di bawah “Indonesia Belajar” yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2006.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas program IWIC 2010 terkait dengan citra PT Indosat yang saat ini sedang ditingkatkan guna mencapai tujuan dan cita-cita perusahaan. Untuk mendapatkan gambaran efektivitas atas hasil pelaksanaan CSR tersebut, peneliti menggunakan sifat penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan metode survey. Data penelitian diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner. Penarikan sampling menggunakan *simple random sampling*. Setelah ditentukan dengan menggunakan rumus Yamane, maka diambil 74 responden sebagai sample dari 280 peserta yang mengikuti ajang kompetisi IWIC 2010.

Hasil penelitian menunjukkan efektivitas dari pelaksanaan program IWIC periode 2010 yang setelah disurvei hasilnya bahwa kegiatan CSR ini efektif dalam membangun citra Indosat, Tbk.

**MERCU BUANA UNIVERSITY
FACULTY OF SCIENCE COMMUNICATION
STUDY OF PUBLIC RELATIONS
2012**

ABSTRACT

**MALAVIKA ALFIAN SARI
44206110024**

**PROGRAM EFFECTIVENESS OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) "INDOSAT WIRELESS INNOVATION
CONTEST" THE PERIOD 2010 TO IMAGE PT INDOSAT, TBK**

Keywords: Effectiveness, Corporate Social Responsibility, Corporate Image

Corporate Social Responsibility (CSR) or commonly known as corporate social responsibility is increasingly widespread applied in industry. Companies began to respond to this concept as a form of corporate responsibility for social problems in society and also as a tool to build the image and enhance the competitiveness of enterprises. PT Indosat is one of the second largest cellular operator in Indonesia that have implemented CSR program in its operations. To realize the dream of being the first Indosat Indosat held the CSR program is Indosat Wireless Innovation Contest (IWIC).

IWIC is a concern Indosat Indonesia on human resource development and education. IWIC is a competition of innovation and research development of wireless technologies in mobile terminal that can be used to support all aspects of society (commercial, social, educational, and so on). The program is under the auspices of "Indonesia Learning" which has been implemented since 2006.

The study was conducted to determine the effectiveness of the program associated with the image IWIC 2010 PT Indosat is currently being upgraded in order to achieve the goals and ideals of the company. To get an idea of the effectiveness of the implementation of CSR, the researchers used a quantitative descriptive nature of the study. Methods of research used survey methods. The research data obtained by questionnaires. Withdrawal of sampling using simple random sampling. Having determined using the formula Yamane, then the 74 respondents taken as a sample of 280 participants who followed the competition IWIC 2010.

The results show the effectiveness of the implementation of the program IWIC period after 2010, which surveyed the result that CSR activities are effective in building the image of Indosat, Tbk.