

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

***“ STRATEGI MARKETING COMMUNICATIONS & PUBLIC AFFAIRS
THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LIMITED
(HSBC) INDONESIA DALAM PENERAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITIES DI BIDANG PENDIDIKAN “***

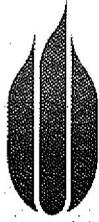
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

**Nama : Hesty Mariana
NIM : 44206110075
Jurusan : Ilmu Hubungan Masyarakat**

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana
Jakarta
2008**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : *STRATEGI MARKETING COMMUNICATIONS & PUBLIC AFFAIRS THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LIMITED (HSBC) INDONESIA DALAM PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES DI BIDANG PENDIDIKAN*

Nama : Hesty Mariana
NIM : 44206110075
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Mengetahui,

Jakarta, 12 November 2008

Pembimbing Skripsi

Heri Budianto, S.Sos, M.Si



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Hesty Mariana
NIM : 44206110075
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : *Strategi Marketing Communications & Public Affairs The
Hongkong And Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC)
Indonesia Dalam Penerapan Corporate Social Responsibilities
Di Bidang Pendidikan*

Mengetahui,

Jakarta, 12 November 2008

1. Ketua Sidang

Nama : Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M.Si ()

2. Penguji Ahli

Nama : Farid Hamid, S.Sos, M.Si ()

3. Pembimbing

Nama : Heri Budianto, S.Sos, M.Si



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI I

Nama : Hesty Mariana
NIM : 44206110075
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : *Strategi Marketing Communications & Public Affairs The
Hongkong And Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC)
Indonesia Dalam Penerapan Corporate Social Responsibilities
Di Bidang Pendidikan*

Jakarta, 12 November 2008

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

(Heri Budiarto, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Humas

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M.Si)

Fakultas Ilmu Komunikasi

Hesty Mariana

44206110075

Strategi *Marketing Communications & Public Affairs*, *The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited* (HSBC) Indonesia dalam Penerapan *Corporate Social Responsibilities* di bidang pendidikan

ABSTRAKSI

The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC) merupakan salah satu perusahaan perbankan yang telah eksis selama hampir 120 tahun ternyata menganggap penting kehadiran PR sebagai jembatan (*bridging*) antara perusahaan dengan publiknya. Dalam fungsinya sebagai *bridging*, PR HSBC membuat berbagai strategi untuk mencapai visi, misi perusahaan. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan mengadakan CSR. HSBC dipilih dalam penelitian ini sebagai salah satu perusahaan yang tetap eksis dibidangnya dan memiliki keunikan tersendiri dalam mengelola aktivitas CSR. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi PR HSBC dalam penerapan CSR.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi PR, Strategi PR dan CSR. Seluruhnya berkaitan satu dengan yang lain dilihat dari bagaimana seorang PR menjalankan fungsinya dan tanggung jawabnya sebagai bagian dari permasalahan dan juga masyarakat publiknya melalui aktivitas CSR.

Metodologi yang digunakan adalah studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Data didapat dari berbagai sumber data primer maupun sekunder dengan triangulasi data sebagai analisa data informasi didapat dari narasumber dalam hal ini SVP *Marketing Communications & Public Affairs* dan *Manager Group Communications External* didukung oleh observasi di salah satu universitas dan wawancara dengan salah satu yayasan.

Hasil penelitian berawal dari gambaran perusahaan secara singkat sampai pada gambaran strategi PR HSBC dalam menerapkan CSR. Gambaran strategi ini meliputi strategi menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak yang menjadi *stakeholders* perusahaan sampai pada strategi mengelola aktivitas CSR. ***

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu pembuatan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penuh keikhlasan peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan banyak input dan saran-saran yang sangat membantu hingga selesainya penulisan skripsi ini.
2. Ibu Marhaeni Fajar Kurniawati, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Sidang dan Ketua Program Jurusan PR, Universitas Mercubuana.
3. Bapak Farid Hamid, S.Sos, M.Si, selaku Penguji Ahli dan selaku Sekretaris Program Jurusan PR, Universitas Mercubuana atas kesediaan waktunya menjadi penguji ahli.
4. Bapak Firsan Nova, yang dengan ikhlas mau meluangkan waktu untuk ide-ide, saran dan buku-bukunya.
5. Bro Andrew F Hallatu (*Manager Group Communications External*) dan Mas Agung Laksamana (*SVP Marcom and GPA*) HSBC yang telah meluangkan waktunya sejenak dan membantu peneliti dalam mencari data-data yang dibutuhkan.
6. Ibu Lita Marlita – Ketua Program Yayasan Ananda, atas waktu dan data-data yang dibutuhkan.

7. Ibu tercinta, Sri Hartati yang telah mendoakan, mendukung, memberikan nasehat dan semangat, kasih sayang dan semua yang tidak dapat diungkapkan lewat kata-kata. Semua keponakan-keponakan tersayang, Rafi, Rendi dan Fauzan.
8. Mbak M Ayu Estrellita, "*the most kindhearted boss ever*" yang senantiasa memberikan izin dan keleluasaan waktu untuk penelitian skripsi ini, *thank you boss!!*
9. Dyah Rachmawati, teman senasib seperjuangan,..Ma..alhamdulillah, sampai juga daku disini,.....*thanks for everything*
10. Kepada yang terkasih Shanol Gokce, atas *support* dan pengertian yang tiada terhingga.
11. Yang tercinta dan terus terkenang di lubuk hati yang paling dalam untuk almarhum Papa tercinta, Alm. Rustam Effendi, SH, skripsi ini untukmu Pa, semoga Allah senantiasa bersamamu di surga..amin.
12. Teman-teman tersayang, Asti, Yansen, Ebing...semoga kita wisuda bareng yaa..
13. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu disini.

Akhir kata, dengan tidak melupakan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini, peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang ada. Semoga penulisan skripsi ini dapat dijadikan bahan acuan bagi pengembangan selanjutnya, dan berguna bagi pembaca.

Jakarta, Oktober 2008

Peneliti,

Hesty Mariana

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan Sidang Skripsi.....	i
Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Pustaka	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Signifikansi Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	10
2.1.1. Definisi Komunikasi	10
2.1.2. Fungsi Komunikasi	13
2.2. Komunikasi Organisasi	14
2.3. <i>Public Relations</i>	15
2.3.1. Definisi <i>Public Relations</i>	15

2.3.2. Unsur-Unsur Utama <i>Public Relations</i>	17
2.3.3. Fungsi Utama <i>Public Relations</i>	21
2.3.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	21
2.3.5. Peranan <i>Public Relations</i>	22
2.3.6. Ruang Lingkup Tugas <i>Public Relations</i>	23
2.3.7. Sasaran Kegiatan <i>Public Relations</i>	24
2.3.8. Strategi <i>Public Relations</i>	25
2.3.9. Manajemen <i>Strategic Public Relations</i>	27
2.3.10. <i>Public Relations</i> dalam Organisasi Perusahaan	29
2.4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	30
2.4.1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	30
2.4.2. Konsep CSR (UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas).....	33
2.4.3. Bentuk Keberhasilan Implementasi Konsep CSR	34
2.4.4. Jenis Kegiatan CSR	34
2.4.5. Tahap-tahap Penerapan CSR	35
2.4.6. CSR di bidang pendidikan	37
2.5. Pengertian Bank	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian	44
3.3. Definisi Konsep.....	45
3.4. Fokus Penelitian	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.6. <i>Key Informan</i>	50
3.7. Teknik Analisis Data	51
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1. Visi, Misi dan Strategi Perusahaan	55
4.1.2. Awards dan Penghargaan	58
4.1.3. Latar belakang CSR HSBC di Indonesia	58
4.1.4. Fungsi-fungsi PR HSBC (Marketing Communiacations & Public Affairs)	59
4.1.5. Program-program PR HSBC	61
4.2. Hasil Penelitian	64
4.2.1. Perumusan Masalah (Fact Finding) - Strategi PR Bank HSBC	65
4.2.2. Perencanaan CSR Bank HSBC (Planning).....	67
4.2.3. Media Komunikasi dan Penerapan CSR Bank HSBC (Communicating – Actions)	71
4.2.4. Evaluasi dan Penerapan CSR Bank HSBC (Evaluation)	73
4.3. Pembahasan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81

Daftar Lampiran.....	xiv
<i>Curriculum Vitae</i>.....	xv
Lampiran – lampiran	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Struktur Organisasi HSBC
- Lampiran 2 : Penghargaan (*Awards*)
- Lampiran 3: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Aktivitas HSBC Kita *on Education*, periode tahun 2006 – 2007
- Lampiran 4: *News Release*
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Bukti Penelitian
- Lampiran 6 : Hasil Wawancara dan Hasil Observasi
- Lampiran 7 : Partisipasi Staf, HSBC Kita *on Education*, tahun ajaran 2006/2007
- Lampiran 8 : Roster Belajar *English Teaching Program*, HSBC Kita *on Education*, tahun ajaran 2006/2007
- Lampiran 9 : Soal *Evaluation Test, English Teaching Program*, tahun ajaran 2006/2007
- Lampiran 10 : Nilai Evaluasi Studi Semester 1 & 2 *English Teaching Program* HSBC Kita *on Education*, tahun ajaran 2006/2007
- Lampiran 11: *Gallery* Foto Kegiatan HSBC Kita *on Education*