

ABSTRAKSI

ELVETIA

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. EXELCOMINDO PRATAMA TBK.
DALAM MENGELOLA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

xv + 103 halaman ; 7 lampiran

Bibliografi : 44 Acuan (1985 – 2006)

PT Exelcomindo Pratama Tbk. (XL) merupakan salah satu perusahaan penyedia jaringan telekomunikasi yang telah eksis selama hampir sepuluh tahun ternyata menganggap penting kehadiran *Public Relations* sebagai *bridging* antara perusahaan dengan publiknya. Dalam fungsinya sebagai *bridging*, *Public Relations* XL membuat berbagai strategi untuk mencapai visi misi perusahaan. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan mengadakan kegiatan *corporate social responsibility*. PT. Exelcomindo dipilih dalam penelitian ini sebagai salah satu perusahaan penyedia jaringan telekomunikasi di Indonesia yang tetap eksis di bidangnya dan memiliki keunikan tersendiri dalam mengelola aktivitas *corporate social responsibility*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *public relations* PT Exelcomindo Pratama, Tbk dalam mengelola *corporate social responsibility*.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi, *public relations*, strategi *public relations*, dan *corporate social responsibility*. Seluruhnya berkaitan satu dengan yang lain, dilihat dari bagaimana seorang *public relations* menjalankan fungsinya dan tanggung jawabnya sebagai bagian dari perusahaan dan juga masyarakat atau publiknya melalui aktivitas *corporate social responsibility*.

Metodologi yang digunakan adalah studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Data didapat dari berbagai sumber baik primer maupun sekunder dengan triangulasi data sebagai analisa data. Informasi didapat dari nara sumber dalam hal ini *Head of Corporate Communications*, didukung oleh wawancara dengan pers.

Hasil penelitian berawal dari gambaran perusahaan secara singkat sampai pada gambaran strategi *Public Relations* XL dalam mengelola *corporate social responsibility*. Gambaran strategi ini meliputi strategi menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak yang menjadi stakeholders perusahaan sampai pada strategi mengelola aktivitas *corporate social responsibility*.

Di akhir penelitian diberikan kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian selama ini. Data pendukung lainnya diletakkan sebagai lampiran untuk menambah kejelasan dari penelitian.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS**

ABSTRACTION

ELVETIA

**STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS PT. EXELCOMINDO PRATAMA TBK.
ORGANIZING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

xv | 103 pages ; 7 attachments

Bibliography : 44 References (1985 - 2006)

PT Exelcomindo Pratama Tbk. (XL) is one of companies telecommunications services providers which ten years said that public relations is very important as a bridge between the company and the public. Since a bridge, XL Public Relations has many strategy for obtain the vision and the mission of the company. One of the strategy is being used corporate social responsibility activity. PT. Exelcomindo Pratama Tbk. chosen because this company is one of companies telecommunications services providers which still exist among ten years and it has a uniquely strategy to organize the corporate social responsibility activity. The aim of this research is to describe the strategy of public relations PT. Exelcomindo Pratama Tbk. organizing corporate social responsibility

Concept of the theory that used in this research is about communications, public relations, strategy of public relations, and corporate social responsibility. All of the concept is closely one of each others, it seen by how the public relations officer rolling the functions and responsible as a part of the company and the public through the corporate social responsibility activity.

Study method of this research is case study which qualitative descriptive adjective research. The facts have got from every source both primer and secondary with the triangulation data as the datum analyst. The information have got from Head of Corporate Communications which supported by press interviewing.

The result of this research started from descriptions of subject or object until the topic that have been chosen which is the strategy of Public Relations organizing corporate social responsibility. This descriptions content by the strategy of public relations to get on the public as a stakeholders of the company until the strategy to organize the corporate social responsibility activity.

At the end of this research was given conclusion and opinion which found from the result of this research. Supported data is put as an attachment for more explanation of this research.