



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

ABSTRAK

RITA ADE MEYFRIDA

PERAN PUBLIC RELATIONS PT SARI HUSADA DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY “SOS SUPPORTINGLIVES”

V Bab 127 Halaman, 9 Lampiran, 10 Gambar

19 Buku (1983 – 2008), 5 Internet Website

Dalam penelitian ini peneliti mengambil **SOS SupportingLives** sebagai objek penelitian, dengan topik Peran *Public Relations* PT Sari Husada Dalam Program *Corporate Social Responsibility “SOS SupportingLives”*, dimana Program *Corporate Social Responsibility* ini di prakarsai oleh *Public Relations* PT Sari Husada yang bekerjasama dengan SOS Desa Taruna Indonesia dalam melaksanakan Program Pengembangan Bakat dan Pendidikan Keterampilan Anak Yatim Piatu Berbasis Keluarga. Program *Corporate Social Responsibility* ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial PT Sari Husada untuk memberikan kembali keuntungan perusahaan pada komunitasnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan komunitas sekitar perusahaan dari berbagai bidang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran *Public Relations* PT Sari Husada dalam menjalankan Program *Corporate Social Responsibility SOS SupportingLives*.

Penelitian ini menggunakan konsep peran *Public Relations* sebagai Teknisi Komunikasi, Penentu Ahli, Fasilitator Komunikasi dan Fasilitator Pemecah Masalah. Selain itu Peneliti juga menggunakan teori-teori pendukung seperti Teori Komunikasi, Teori *Public Relations*, dan Teori *Corporate Social Responsibility*.

Metode penelitian ini menggunakan metode Penelitian Deskriptif Kualitatif, dengan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa nara sumber dan observasi serta beberapa dokumen pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility SOS SupportingLives* tersebut, *Public Relations* tidak menjalankan perannya sebagai Fasilitator Pemecah Masalah, melainkan sebagai Teknisi Komunikasi dalam penulisan majalah internal karyawan, sebagai Fasilitator Komunikasi/Mediator/*Spoke Person* perusahaan yang melakukan komunikasi dua arah, kemudian sebagai Penentu Ahli atas program-program CSR, dan Pembuat Citra Positif (*Good Image Maker*) melalui program-program CSR, salah satunya adalah Program *Corporate Social Responsibility SOS SupportingLives*.