



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

ABSTRAK

UJANG RUSDIANTO, “CSR DALAM WEBISTE (Analisis Berita CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Website sebagai Kegiatan Public Relations PT Newmont Nusa Tenggara), Tesis, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Corporate and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2013, 235 Halaman.

Pentingnya mengkomunikasikan CSR (*corporate social responsibility*) pada *stakeholder* (pemangku kepentingan) telah disadari PT Newmont Nusa Tenggara. Salah satu saluran komunikasi yang digunakan yaitu *website*. Melalui situs www.ptnnt.co.id, PTNNT mempublikasikan Kebijakan, Komitmen, penghargaan dan aktivitas CSR melalui kanal “Fokus Kami”. Dengan menempatkan isu CSR ini, maka pengunjung dapat melihat bahwa PTNNT mempunyai perhatian penting pada isu CSR.

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana dimensi teks yang digunakan *Public Relations* PTNNT untuk menggambarkan CSR dalam *website*, kognisi *Public Relations* PTNNT serta kaitan wacana CSR yang dipublikasikan PTNNT dengan konteks sosial yang ada. Dengan demikian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam *website* sebagai kegiatan *Public Relations* PT Newmont Nusa Tenggara.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A van Dijk dari paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Analisis wacana van Dijk memiliki tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam penelitian ini, selain menganalisis berita CSR, wawancara mendalam pada *Sr. Internal Corporate Communication* dan Kepala Pusat Komunikasi PTNNT terkait berita CSR tersebut juga dilakukan. Lain itu, konteks sosial juga turut dianalisis.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi wacana yang terdiri dari elemen tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik serta retorik digunakan *Public Relations* untuk menggambarkan CSR PTNNT dalam *website*. *Public Relations* PTNNT melakukan seleksi tema dan narasumber, menggunakan kutipan hasil wawancara, menyebarkan