



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM MEMBENTUK REPUTASI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang
PT ANTAM Tbk)**

TESIS

UNIVERSITAS
Evi Herawati
55211110104
MERCU BUANA

**PROGRAM PASCA SARJANA
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM MEMBENTUK REPUTASI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang
PT ANTAM Tbk)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Evi Herawati

55211110104

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Evi Herawati
2. NIM : 55211110104
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk)

Jakarta, 29 Juni 2016

UNIVERSITAS
Pembimbing
MERCU BUANA

Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk)
2. Nama : Evi Herawati
3. NIM : 55211110104
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 29 Juni 2016

Jakarta, 29 Juni 2016

Mengetahui,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

()

2. Penguji Ahli
Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

()

3. Pembimbing
Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk)
2. Nama : Evi Herawati
3. NIM : 55211110104
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 29 Juni 2016

Jakarta, 29 Juni 2016

Mengetahui,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

(.....)

3. Pembimbing
Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk)

Bentuk Tesis : Penelitian Kualitatif

Nama : Evi Herawati

NIM : 55211110104

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 29 Juni 2016

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk)

Nama : Evi Herawati

NIM : 55211110104

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 29 Juni 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan hasil karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Juni 2016



Evi Herawati

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT serta segala rahmat dan kerunia-NYA pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang PT ANTAM Tbk).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Nur Kholisoh, M.Si sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. selaku penguji pada ujian Tesis dan Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. selaku Ketua Sidang Tesis yang telah memberikan banyak masukan untuk kesempurnaan Tesis ini, Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di program Pascarasjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa, penulis berterimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh dosen dan staf administrasi Progm Studi Magister Ilmu Komunikasi atas segala arahan dan kemudahan yang diberikan, serta rekan-rekan mahasiswa yang telah berjuang bersama dan saling menyemangati sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua, suami dan kedua buah hati, beserta keluarga atas segala doa yang senantiasa terpanjat sehingga menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih di dunia pendidikan dan dunia usaha di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Jakarta, 29 Juni 2016

Evi Herawati

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Abstrak.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	viii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1-11
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	11-12
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1. Maksud Penelitian	12
1.3.2. Tujuan Penelitian	12-13
1.4. Manfaat Penelitian	13-14
a. Manfaat Akademis.....	13
b. Manfaat Praktis	14

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka	15-29
2.2. Kerangka Pemikiran.....	29-39
2.2.1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	29-39
a. Definisi CSR	29-31
b. Klasifikasi CSR	31-33
c. Bentuk Kegiatan CSR	33-34
d. Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	35-36

e. Manfaat CSR.....	37-39
2.2.2. <i>Good Corporate Governence</i>	40-43
a. Definisi GCG	40-42
b. Prinsip-prinsip GCG	42-43
2.2.3. <i>Public Relations</i>	44-52
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	44-45
b. Fungsi <i>Public Relations</i>	45-46
c. Tugas <i>Public Relations</i>	47
d. Bauran <i>Public Relations</i>	48-49
e. Tahapan dalam Proses <i>Public Relations</i>	49-50
f. CSR dan <i>Public Relations</i>	51-52
2.2.4. Peran PR dalam Komunikasi CSR	52-56
2.2.5. Reputasi Perusahaan	56-61
a. Definisi Reputasi Perusahaan	56
b. Faktor Pembentukan Reputasi Perusahaan	57-59
c. Kerangka Pemikiran.....	59-61

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	62
3.2. Paradigma Penelitian	62-63
3.3. Metode Penelitian	63-64
3.4. Definisi Konsep	64-65
3.5. Key Informan.....	65-66
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	66-67
a. Data Primer	66
b. Data Sekunder.....	67
3.7. Teknik Analisis Data.....	67-68
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	68-69

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	70-76
4.1.1. Sejarah Perusahaan	70-71
4.1.2. Bidang Usaha	71-73
4.1.3. Struktur Organisasi Kantor Pusat.....	73
4.1.4. Visi dan Misi Perusahaan.....	74
4.1.5. Identitas Perusahaan.....	75-76
4.2. Hasil Penelitian	76
4.2.1. Program CSR PT ANTAM.....	77-80
4.2.2. Peran PR dalam Implementasi CSR	80-83
4.2.3. Konsep CSR Pascatambang Bauksit Kijang.....	83-85
4.2.4. Komunikasi Program CSR Pascatambang Bauksit Kijang.....	85-88
4.2.5. Jenis Program CSR Pascabauksit Bauksit Kijang	88-91
4.2.6. CSR Membentuk Reputasi Perusahaan	91-93
4.3. Pembahasan.....	93-106
4.3.1. Implementasi CSR di ANTAM	94-96
4.3.2. Klasifikasi CSR Menurut Archie B. Carol	87-98
4.3.3. Bentuk Kegiatan CSR Menurut Kotler & Lee.....	98-99
4.3.4. Konsep <i>The Triple Bottom Line</i>	100-101
4.3.5. Peran PR dalam Implementasi CSR	101-102
4.3.6. CSR Membentuk Reputasi.....	102-103
4.3.7. Faktor Pembentuk Reputasi	103-106

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	107-108
5.2. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Piramida <i>Corporate Social Responsibility</i>	31
Gambar 2.2. <i>Triple Buttom Line</i>	36
Gambar 2.3. Faktor Pembentuk Reputasi	57
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Kantor Pusat.....	73
Gambar 4.3. Logo Perusahaan	75

