



**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM  
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
Study Tentang Implementasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program  
CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan**

**TESIS**

Oleh

**Nama : Wahyu Robihun**

**NIM : 55210120037**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

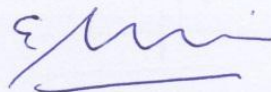
1. Nama : Wahyu Robihun
2. NIM : 55210120037
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
6. Judul : Strategi Komunikasi dalam Program *Corporate Social Responsibility* (Study Tentang Implementasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan)

UNIVERSITAS

Jakarta, 5 November 2014

MERCU BUANA

Pembimbing



**Dr. Endah Muwarni, M.Si**

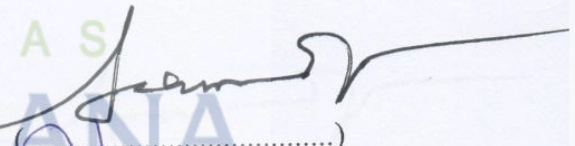
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi dalam Program *Corporate Social Responsibility* (Study Tentang Implimentasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan)
2. Nama : Wahyu Robihun
3. NIM : 55210120037
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
7. Tanggal : 5 November 2014

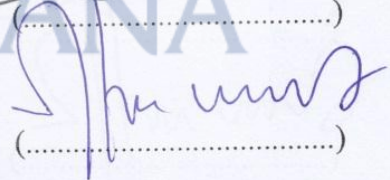
Jakarta, November 2014

Mengetahui,

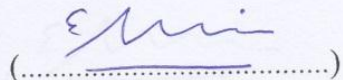
1. Ketua Sidang  
Dr. Achmad Jamil, M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Heri Budiarto, M.Si
3. Pembimbing  
Dr. Endah Muwarni, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)




LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

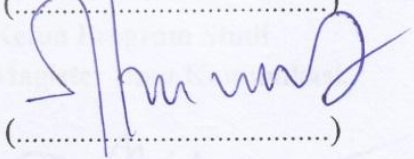
1. Judul : Strategi Komunikasi dalam Program *Corporate Social Responsibility* (Study Tentang Implementasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan)
2. Nama : Wahyu Robihun
3. NIM : 55210120037
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
7. Tanggal : 5 November 2014

Jakarta, November 2014  
Mengetahui,

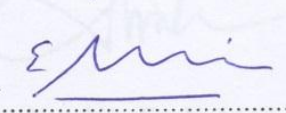
1. Ketua Sidang  
Dr. Achmad Jamil, M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Heri Budianto, M.Si
3. Pembimbing  
Dr. Endah Muwarni, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

**PENGESAHAN**

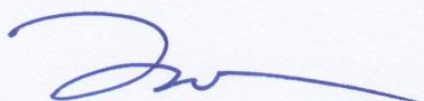
1. Judul : Strategi Komunikasi dalam Program *Corporate Social Responsibility* (Study Tentang Implementasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan)
2. Bentuk Karya Akhir : Tesis
3. Nama : Wahyu Robihun
4. NIM : 55210120037
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : 5 November 2014

**Pembimbing**



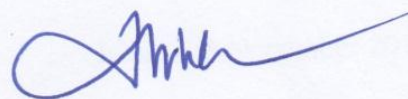
Dr. Endah Muwarni, M.Si

**Direktur Pascasarjana**



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

**Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi**



Dr. Nur Kholisoh, M.Si



PERNYATAAN

1. Judul : Strategi Komunikasi dalam Program *Corporate Social Responsibility* (Study Tentang Implementasi Strategi Komunikasi PT. TIKI JNE Melalui Program CSR “Sahabat Wanita” Dalam Membangun Reputasi Perusahaan)
2. Nama : Wahyu Robihun
3. NIM : 55210120037
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
7. Tanggal : 5 November 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik 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, 5 November 2014



Wahyu Robihun

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan tesis ini hanya merupakan sebuah karya sederhana yang tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, penulis berharap penulisan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi yang membacanya.

Implementasi program CSR adalah salah satu strategi komunikasi perusahaan yang dilaksanakan untuk membangun dan membina reputasi perusahaan. Agar terlaksana dengan baik maka diperlukan perencanaan dan penyusunan yang matang dan kemudian mengimplementasikan program dengan sebaik-baiknya.

Akan tetapi implementasi program-program tersebut tidak selalu berjalan mulus. Selalu ada perbedaan dari sisi praktis maupun alasan strategis yang muncul baik dari perusahaan maupun dari pihak masyarakat dan lingkungannya. Terlebih lagi program CSR dilaksanakan oleh perusahaan ekspedisi. Hal inilah yang menarik peneliti untuk mengkaji lebih dalam bagaimanakah strategi komunikasi yang diterapkan pada program CSR PT. TIKI JNE dalam kaitannya dengan pembentukan citra perusahaannya.

Dalam proses penulisan tesis ini, tentu saja melibatkan berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi pada penulis baik secara akademis maupun nonakademis. Pada kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Nur Kholisoh, M.Si Ketua Progam Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Endah Muwarni, M.Si sebagai dosen pembimbing utama atas waktu, perhatian dan diskusi-diskusi menarik yang dicurahkan untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Selanjutnya, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada Dr. Heri Budianto, M.Si sebagai dosen penguji utama yang dengan sabar telah memberikan kritik dan saran yang membangun. Serta Dr. Achmad Jamil, M.Si sebagai Ketua Sidang yang dengan sabar pula memberi pengarahan untuk penulisan tesis ini.
3. Seluruh Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.
4. Seluruh Karyawan Tata Usaha Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Hans Alexander, MM *Quality Management Representative* PT. TIKI JNE atas segala informasi, data-data, diskusi, dan bantuan yang luar biasa diberikan kepada penulis dalam proses penyelesaian Tesis.
6. Hendrianida, M.Si Media Relations Manager PT. TIKI JNE atas segala informasi dan data-data, yang diberikan kepada penulis dalam proses penyelesaian Tesis.



7. Departement Customer Care, People Development dan Corporate Communications serta seluruh karyawan PT. TIKI JNE yang telah membantu dan memberi kesempatan untuk belajar mengenai JNE.
8. Keluarga besar Program Studi Ilmu Komunikasi Progam Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas canda, tawa, suka dan duka selama menyelesaikan perkuliahan.
9. Kedua Orang tua, Dullah dan Sukiah yang selalu mendoakan dan mendorong untuk menyelesaikan tesis serta keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.
10. Ria Hardiyati, S.Pd istri tercinta dan Abdullah Rasyiq Al-Wafi putra tersayang yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi untuk menyelesaikan tesis.
11. Dan seluruh pihak yang membantu terselesaikannya penulisan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, November 2014

Penulis

Wahyu Robihun

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	
ABSTRAK	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Fokus Penelitian	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.2. Komunikasi Perusahaan ( <i>Corporate Communication</i> )	13
2.2.1 <i>Corporate Communications</i> dan <i>Public Relations</i>	16
2.2.2 Media Relations dalam konteks <i>Public Relations</i>	22
2.3. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Reputasi	25
2.4. Peran <i>Public Relations</i> Dalam Implementasi CSR	30
2.5. Strategi Perencanaan <i>Public Relations</i>	37
2.6. Kerangka Pemikiran	44
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Pengkajian Akademis	46
3.1.1. Objek Penelitian	46
3.1.2. Subjek Penelitian	46
3.1.3. Tempat Penelitian	46
3.2. Paradigma Penelitian	46
3.3. Metode Penelitian	47
3.4. Key Informan	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1. Data Primer	50
3.5.2. Data Sekunder	51
3.6. Teknik Analisis Data	51
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52



BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1. Gambaran Umum PT. TIKI JNE .....	55
4.1.1 Kedudukan Public Relations PT. TIKI JNE .....	56
4.1.2 Kegiatan Media Relations PT. TIKI JNE .....	57
4.2 Hasil Penelitian .....	58
4.2.1 Latar Belakang Kegiatan Sahabat Wanita .....	58
4.2.2 Tujuan Kegiatan Sahabat Wanita .....	59
4.2.3 Target Audience .....	60
4.2.4 Strategi .....	61
4.2.4.1 Tema dan Pesan .....	63
4.2.4.2 Media Komunikasi .....	64
4.2.5 Implementasi Strategi .....	65
4.2.6 Evaluasi .....	71
4.3 Pembahasan .....	72
BABV. KESIMPULAN DAN SARAN .....	81
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	86
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Nine Steps of Startegic Public Relations Model	.....	37
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	.....	45
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Corporate Communications JNE	.....	57
Gambar 4.2 Tampilan Publikasi Melalui Facebook	.....	67
Gambar 4.3 Tampilan Publikasi di Bisnis Indonesia	.....	67
Gambar 4.4 Tampilan Publikasi di Bangka Pos	.....	69
Gambar 4.5 Tampilan Spanduk Kegiatan	.....	70

