



**PENGELOLAAN PROGRAM CSR *ONLINE SCHOLARSHIP COMPETITION*  
OLEH MEDIA GROUP DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN  
(Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19  
Tahun 2020 dan 2021)**



TESIS

OLEH

**KURNIA BETI**

**55220110073**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**



**PENGELOLAAN PROGRAM CSR *ONLINE SCHOLARSHIP COMPETITION*  
OLEH MEDIA GROUP DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN  
(Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19  
Tahun 2020 dan 2021)**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**OLEH**

**KURNIA BETI**

**55220110073**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**



MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Kurnia Beti  
NIM : 55220110073  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate & Marketing Communications  
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Program CSR *Online Scholarship Competition* Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021)

Jakarta, 28 Juli 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.



MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Pengelolaan Program CSR *Online Scholarship Competition*  
Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan  
(Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa  
Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021)

Nama : Kurnia Beti

NIM : 55220110073

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communications

Tanggal : 28 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si.
2. Penguji Ahli :  
Dr. Achmad Jamil
3. Pembimbing :  
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengelolaan Program CSR *Online Scholarship Competition*  
Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan  
(Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa  
Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021)

Nama : Kurnia Beti

NIM : 55220110073

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

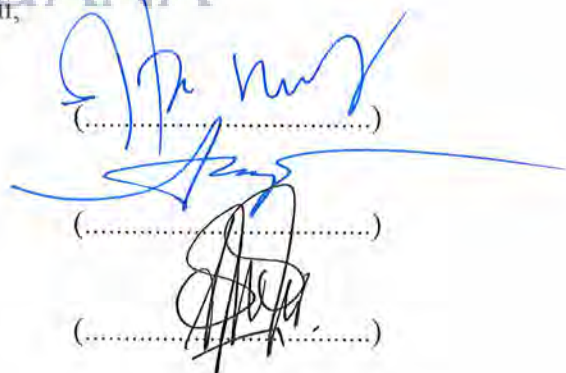
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communications

Tanggal : 28 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si.
2. Penguji Ahli :  
Dr. Achmad Jamil
3. Pembimbing :  
Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.



(.....)

(.....)

(.....)



MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Kurnia Beti  
NIM : 55220110073  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate & Marketing Communications  
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Program CSR Online Scholarship Competition Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021)

Jakarta, 28 Juli 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si.

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)



## PERNYATAAN

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

Judul : Pengelolaan Program CSR Online Scholarship Competition Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021)  
Nama : Kurnia Beti  
N I M : 55220110073  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 28 Juli 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2023

  
Kurnia Beti

  
  
METERAI  
TEMPEL  
CA06BAKX585021598

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama: : Kurnia Beti

NIM : 55220110073

Program Studi: : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “**Pengelolaan Program CSR *Online Scholarship Competition* Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan Tahun 2021)**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 07 Juli 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 16%.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Juli 2023  
Administrator Turnitin



**Sukadi, SE., MM**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, tak henti-hentinya penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang atas limpahan nikmat dan karunianya yang tak terputus, penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal tesis berjudul “Pengelolaan Program CSR Online Scholarship Competition Oleh Media Group Dalam Membangun Reputasi Perusahaan: Studi Kasus Penyelenggaraan Program OSC Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 dan 2021. Shalawat dan salam juga selalu tercurah kepada suri tauladan, dan penerang kehidupan Nabi Muhammad SAW.

Proposal tesis ini sesungguhnya hanyalah mimpi belaka jika penulis tidak mendapatkan uluran bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Melalui tulisan ini, izinkan penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku dosen pembimbing yang atas arahnya dan masukannya selama proses bimbingan memberikan *insight* yang mendalam bagi penulis.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Narasumber penelitian dari internal dan eksternal Media Group.
5. Mama dan Abi, Yuliana dan Ali Rohman yang telah senantiasa mendoakan, mendukung, dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis selama ini. Juga kepada seluruh keluarga besar penulis di Kuningan, Bangka, Bone.
6. Universitas Mercu Buana Jakarta atas beasiswa sampai dengan lulus yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu meraih mimpinya untuk melanjutkan Pendidikan magister.

7. Seluruh dosen dan civitas akademika Universitas Mercu buana Jakarta atas ilmu dan bantuannya selama penulis menyusun tesis ini.
8. Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A. dan Andi Makkita Abipraya, teman hidup di keluarga kecil penulis yang selalu membawa kebahagiaan dan teman pelipur lara di setiap harinya.
9. Teman-teman seangkatan yang berjuang Bersama meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi di MIKOM Universitas Mercu Buana. See you on top!
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kata pengantar yang singkat ini. Semoga kebaikan kalian dibalas dengan berlipat-lipat balasan oleh Allah SWT.

Masukan berupa kritik dan saran sangat penulis butuhkan demi penyempurnaan tesis ini. Jika ditemukan kekeliruan, dapat menghubungi penulis secara langsung maupun menggunakan media-media yang tersedia. Akhir kata, selamat membaca salah satu karya ini. Semoga dapat memberi manfaat bagi dunia literasi di Indonesia.



Jakarta, 02 Mei 2023

Penulis

Kurnia Beti

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....</b>              | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....</b>               | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>            | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>                      | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN.....</b>                                    | <b>v</b>    |
| <b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....</b>                  | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                 | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                 | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                      | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                      | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>    |
| <b>1.1. Latar Belakang.....</b>                           | <b>1</b>    |
| <b>1.2. Fokus Penelitian .....</b>                        | <b>6</b>    |
| <b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>                       | <b>6</b>    |
| <b>1.4. Manfaat Penelitian .....</b>                      | <b>6</b>    |
| 1.4.1. Manfaat Akademis .....                             | 6           |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....                              | 7           |
| Manfaat praktis dari penelitian ini : .....               | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b> | <b>7</b>    |
| <b>2.1. Penelitian Terdahulu .....</b>                    | <b>7</b>    |
| <b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>                | <b>17</b>   |
| <b>2.2 Kajian Teori.....</b>                              | <b>25</b>   |
| 2.2.1 Komunikasi Korporat.....                            | 25          |
| 2.2.2 Public Relations .....                              | 29          |
| 2.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR) .....         | 34          |
| 2.2.4 Reputasi Perusahaan.....                            | 40          |
| 2.2.5 Kerangka Berpikir.....                              | 44          |

|   |            |
|---|------------|
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>  | <b>45</b>  |
| <b>3.1 Objek Penelitian .....</b>   | <b>45</b>  |
| <b>3.2 Jenis Penelitian .....</b>   | <b>45</b>  |
| <b>3.3 Paradigma Penelitian.....</b>  | <b>46</b>  |
| <b>3.4 Metode Penelitian.....</b>   | <b>47</b>  |
| <b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>  | <b>49</b>  |
| <b>3.6. Teknik Analisis Data.....</b>   | <b>51</b>  |
| <b>3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>  | <b>52</b>  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>53</b>  |
| <b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....</b>  | <b>53</b>  |
| 4.1.1 Program Online Scholarship Competition (OSC).....   | 53         |
| 4.1.2 Profil Media Group .....  | 55         |
| <b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>  | <b>59</b>  |
| 4.2.1 Tahapan Pengelolaan Program CSR Online Scholarship Competition ....   | 59         |
| 4.2.2 Reputasi Media Group oleh Penerima Beasiswa dan Mitra Program<br>Online Scholarship Competition (OSC) ..... | 77         |
| <b>4.3. Pembahasan .....</b>  | <b>81</b>  |
| 4.3.1. Urgensi Manual Building dalam Tahapan Perencanaan .....  | 81         |
| 4.3.2. CSR dan Kolaborasi Lintas Stakeholder.....   | 85         |
| 4.3.3. Pandemi Covid-19 dan Perubahan Strategi CSR OSC .....  | 87         |
| 4.3.4. Cause Promotion dan Corporate Philanthropy Sebagai Kombinasi Model<br>CSR OSC .....                        | 89         |
| 4.3.5. Emotional Appeal dan Social Responsibility Sebagai Elemen Reputasi<br>Media Group .....                    | 92         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>95</b>  |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>   | <b>95</b>  |
| <b>5.2 Saran .....</b>  | <b>97</b>  |
| 5.2.1. Saran Akademik.....  | 97         |
| 5.2.1. Saran Praktis .....  | 97         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>98</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>106</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....            | 23 |
| Tabel 4. 1 Data Statistik Perkembangan OSC ..... | 55 |





## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Data Perkembangan Beasiswa OSC dari Tahun ke Tahun ..... | 2  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian .....                       | 44 |
| Gambar 4. 1 Logo Program OSC .....                                   | 53 |
| Gambar 4. 2 Universitas Mitra OSC .....                              | 54 |
| Gambar 4. 3 Logo Media Group .....                                   | 55 |
| Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Media Group .....                    | 56 |
| Gambar 4. 5 Penganugerahan Beasiswa .....                            | 60 |
| Gambar 4. 6 Pemetaan Mitra OSC .....                                 | 63 |
| Gambar 4. 7 Tim dalam Program OSC .....                              | 66 |
| Gambar 4. 8 Laman Kampus di osc.medcom.id .....                      | 69 |
| Gambar 4. 9 Contoh Laporan Data Peserta .....                        | 76 |



## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 merubah strategi pelaksanaan program CSR *Online Scholarship Competition* Media Group menjadi daring. Media Group menerapkan model CSR *Cause promotion* dan *corporate philanthropy*. *Emotional Appeal* dan *Social Responsibility* merupakan elemen reputasi yang dihasilkan dari pelaksanaan *Online Scholarship Competition* oleh Media Group. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan pengelolaan program CSR *Online Scholarship Competition* (OSC) oleh Media Group pada masa pandemi Covid-19 tahun 2020 dan 2021 dalam membangun reputasi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Paradigma penelitian yakni konstruktivis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program CSR *Online Scholarship Competition* hanya mencakup dua tahapan yakni *awareness building* dan *CSR assessment*, tahap implementasi program *Online Scholarship Competition* dilakukan dengan menerapkan rangkaian langkah yang meliputi: pemetaan sumber daya, infrastruktur, dan jenis tugas, pengarahan, *controlling*, hingga *executing*, indikator keberhasilan dalam program CSR OSC diukur melalui jumlah pendaftar, jangkauan dan impresi di media digital, serta partisipasi kampus mitra. Pelaporan dilakukan oleh *project officer* kepada *board of director* serta para kampus yang menjadi mitra sekaligus penyedia beasiswa.

**Kata kunci :** *Corporate Social Responsibility, Online Scholarship Competition, Media Group, Reputasi*

MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has transformed the strategy of implementing the CSR Online Scholarship Competition by Media Group into an online format. Media Group has adopted the CSR Cause Promotion and Corporate Philanthropy model. Emotional Appeal and Social Responsibility are reputation elements resulting from the implementation of the Online Scholarship Competition by Media Group. This study aims to depict and explain the management of the CSR Online Scholarship Competition (OSC) program by Media Group during the Covid-19 pandemic in 2020 and 2021 in building the company's reputation. The research methodology employed is a case study with a qualitative descriptive approach, rooted in the constructivist paradigm. The research findings indicate that the planning of the CSR Online Scholarship Competition program encompasses two stages: awareness building and CSR assessment. The implementation of the Online Scholarship Competition program is carried out through a series of steps, including resource mapping, infrastructure and task categorization, guidance, controlling, and executing. Success indicators for the CSR OSC program are measured by the number of applicants, reach and impressions on digital media, as well as participation from partner campuses. Reporting is conducted by the project officer to the board of directors and the partner campuses, who also provide the scholarships.*

**Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Online Scholarship Competition, Media Group, Reputation**

MERCU BUANA