



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT

ABSTRAK

Erika Arumdati (42215310044)

Peran dan Strategi Talisman Energy melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Membangun Citra Perusahaan di Masyarakat.

85 halaman + 4 lampiran

Bibliografi = 15 buku (2002- 2014) + 4 situs internet

Perusahaan Minyak dan Gas Bumi yang beroperasi di Indonesia diwajibkan untuk melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggungjawab kepada masyarakat di daerah lapangan operasi perusahaan. Peran dan strategi perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR juga dimaksudkan untuk membangun citra positif perusahaan di masyarakat, mengingat saat ini banyak opini yang negatif atas dampak kegiatan eksplorasi minyak dan gas bumi di Indonesia.

Kegiatan CSR yang merupakan bentuk tanggungjawab sosial perusahaan ini ditujukan dalam kegiatan eksternal dan internal perusahaan. Kegiatan CSR saat ini menjadi penting karena dunia internasional juga sudah menggalakkan program CSR yang berkesinambungan, dan tidak lagi program yang sifatnya sementara atau berupa donasi saja. Tujuan akhir dari didapatnya citra yang positif ini adalah kelancaran beroperasi dengan dukungan penuh dari semua pemangku kepentingan perusahaan. Dengan citra positif ini diharapkan juga reputasi dan keuntungan perusahaan bisa berjalan secara bersama-sama.

Fenomena CSR ini bisa dilihat dari perjalanannya adalah semula dianggap sangat tidak penting, sampai dengan saat sekarang ini menjadi sangat penting, sehingga juga menjadi kelayakan suatu perusahaan bisa beroperasi di suatu negara. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dan mendapatkan informasinya dari wawancara dengan narasumber, yaitu para personel tim CSR perusahaan. Peneliti juga ikut terjun langsung ke lapangan dan mengikuti program CSR yang dilakukan perusahaan di masyarakat.

Peran dan Strategi Talisman Energy dilakukan melalui program CSR Kampanye Aman Berkendara telah dijalankan sesuai dengan tahapan-tahapan program mulai dari perencanaan, implementasi, evaluasi, sampai dengan pelaporan. Peneliti juga melihat adanya perubahan citra perusahaan di masyarakat sebelum dan sesudah perusahaan menjalankan program CSR nya.