



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Muthia Wulandari Junaedi
44213010125

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* Martha Tilaar Group dalam
Pemberdayaan Perempuan

Jumlah halaman : vii + 141 halaman + 8 lampiran

Bibliografi : 45 acuan, Tahun 2002 - 2012

ABSTRAKSI

Martha Tilaar Group merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kosmetika dan jasa kecantikan yang mempunyai kepedulian pada pemberdayaan perempuan. Kegiatan CSR “Martha Tilaar Training Center” sesuai dengan latar belakang perusahaan yang khususnya untuk perempuan. Tujuan CSR Martha Tilaar Training Center memberikan pelatihan dan beasiswa yang diharapkan menjadi sarana pelatihan keterampilan dan keahlian dalam bidang spa yang akan meningkatkan kualitas diri perempuan Indonesia sehingga mampu berkompetisi di masyarakat.

Konsep acuan yang peneliti gunakan adalah dengan teori *Scott M, Cutlip* dan *Center* pada perencanaan tahapan program PR terdiri dari 4 tahapan dari *fact finding* sampai dengan *evaluating*, sedangkan kerangka teori yang digunakan juga meliputi yaitu meliputi konsep komunikasi organisasi, definisi Public Relations, tugas, aktivitas Public Relations, konsep CSR dan konsep pemberdayaan perempuan.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivis, tipe penelitian deskriptif kualitatif serta metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan dengan menggunakan tahapan *Fact Finding, Planning Program, Action & Communication, Evaluasi*. Dengan program CSR Martha Tilaar Training Center sejak tahun 2012 dan masih berjalan sampai saat ini, menunjukkan program CSR Martha Tilaar Training Center berkelanjutan dan mencetak para therapist profesional melalui training dan beasiswa ikatan dinas. Dalam periode penelitian ini mencetak 100 peserta training center yang menjadi therapist.