



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

Christiana Marini (44313120084)

Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) Tango Peduli Gizi Tahun 2015

Jumlah halaman : viii + 113 halaman + 12 lampiran

Bibliografi : 38 acuan, Tahun 2003 – 2014

### **ABSTRAK**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap penting bagi perusahaan yang memiliki suatu program komunikasi untuk disosialisasikan kepada masyarakat. Dalam implementasinya di Indonesia, CSR bukan lagi merujuk pada kegiatan akhir tahun suatu perusahaan sebagai wujud tanggung jawab kepada masyarakat sekitar, melainkan sebagai salah satu strategi pemasaran social yang harus dilakukan setiap tahunnya dan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan ini untuk menganalisis kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tango Peduli Gizi tahun 2015 yang terkait dengan para stakeholder maupun implementasinya dengan masyarakat sasaran kegiatan ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber dari perusahaan Orang Tua Group.

Hasil penelitian ini membahas mengenai kegiatan yang dilakukan pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tango Peduli Gizi tahun 2015 di Indonesia, seperti identifikasi masalah yang dilakukan, pembuatan rencana agenda kegiatan, implementasi dan monitoring pelaksanaan, hingga pada tahap evaluasi akhir dari setiap agenda. Dengan demikian peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi CSR Tango Peduli Gizi yang diadakan di Indonesia. Kegiatan ini merupakan gabungan antara *Corporate Philanthropy* dan *Community Voluntary*, mengingat kolaborasi antara Tango dan Yayasan Obor Berkat Indonesia.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini diwujudkan dengan berbagai situasi social yang melandasinya. Perusahaan Orang Tua Group, melalui divisi Public Relation dan Marketing brand Tango Wafer, terlibat penuh dalam pelaksanaan kegiatan tersebut dalam pencapaian tujuan serta mencari upaya terkait solusi permasalahan melalui program komunikasi, pembangunan sarana dan prasarana yang mendukung dan bertanggung jawab hingga tahap evaluasi.

Kata kunci : CSR + perusahaan + proses + tujuan + kegiatan + marketing + PR