



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dewi Ayumareta
44211110091

Aktivitas Management Relationship PR HSBC Indonesia
Dalam Mengelola CSR Organisasi
Jumlah Halaman : x + 112 halaman + 6 lampiran
Bibliografi : 22 acuan, tahun 1992 – 2014

ABSTRAKSI

Pada Bab I skripsi ini memaparkan tentang latar belakang penelitian yaitu *management relationship* merupakan inti dari Public Relations yang mendasari aktivitas komunikasi organisasi dengan publiknya. Manajemen relasi menjembatani 2 kepentingan, yaitu kepentingan organisasi dan juga kepentingan publiknya. Menjalinkan hubungan dengan publik penting dalam merumuskan tujuan dan membuat rencana tindakan. Karena itu, PR harus mempunyai informasi yang cukup tentang perilaku publiknya. Keberhasilan dalam mengelola program *Public Relations*, bergantung pada peran/ aktivitas *management relationship* yang dijalankan oleh Organisasi. Pada implementasinya, Organisasi memiliki penerapan yang berbeda tergantung dari sejarah, budaya Organisasi, dan nilai yang melekat pada Perusahaan tersebut.

Pada Bab II, Penulis memaparkan tentang kajian pustaka atau teori yang berkaitan dengan manajemen relasi yaitu teori *Organization Public Relations* oleh Ledingham dan teori *Stakeholder* oleh Edward Freeman. Penelitian ini membahas *relationship management* melalui model SMARTS (Scan, Map, Act, Rollout, Track, Steward) oleh Ledingham.

Pada Bab III, Penulis memaparkan mengenai penggunaan metodologi dalam penelitian penulisan skripsi yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan paradigma post positivis dengan tipe penelitian deskriptif.

Pada Bab IV skripsi ini, hasil penelitian adalah pembahasan implementasi teori *relationship management* melalui model yang dikembangkan Ledingham, yaitu model SMARTS (Scan, Map, Act, Rollout, Track, Steward) dengan kenyataan di lapangan. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai keseluruhan proses manajemen relasi HSBC Indonesia. Kesimpulan penelitian bahwa *management relationship* sebagai inti dari PR mempunyai peran penting bagi berjalannya program PR. *Management relationship* menentukan proses awal pengidentifikasian masalah, pencapaian tujuan, memetakan upaya yang diperlukan guna adanya solusi permasalahan melalui program – program komunikasi dari awal perencanaan hingga proses akhir evaluasi program.