



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Febiasih Paramita Lamtiur
44208110099

Analisa aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) 4Jengkal SOYJOY

Jumlah halaman : 66halaman + 17lampiran

Bibliografi : 22 acuan, Tahun 2004-2015

ABTRAKS

Karena arah perkembangan komunikasi saat ini sudah mengarah ke media online membuat perusahaan sekarang ini mengadakan beberapa program Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan pada dunia online. Program CSR dirasa efektif dalam menyampaikan informasi, dan adanya kemudahan dalam menjalin relasi antara perusahaan dengan masyarakat luas. Karena itulah penulis ingin meneliti tentang “Analisa Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) 4jengkal SOYJOY dalam Media Online”. Dan tujuan penelitian ini untuk mengamati dan menjelaskan Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) 4jengkal SOYJOY dalam Media Online.

Philip Kotler mengatakan pengertian CSR atau disebut juga tanggung jawab social korporat adalah sebuah komitmen untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat melalui praktek bisnis mengikuti pertimbangan sendiri dan kontribusi sumber-sumber perusahaan. Dan Teori yang penulis gunakan adalah teori aktivitas CSR dari Kotler dan Lee mengenai kategori Aktivitas CSR: PROMOSI KEGIATAN SOSIAL (*CAUSE PROMOTIONS*).

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma Post Positivisme. Dan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Aktivitas CSR SOYJOY 4Jengkal dikomunikasikan melalui media online dengan nama SOYJOY Indonesia menggunakan Website, media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram. Dapat disampaikan dengan sangat baik. Sehingga penulis menyarankan program CSR 4Jengkal SOYJOY ini diharapkan akan rutin dilakukan setiap tahunnya guna meningkatkan *trust* dan membuat nama SOYJOY semakin *go public*.