



**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PT PERTAMINA (PERSERO)
DALAM MENGELOLA KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DI BABELAN-BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1**

(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

Aniza Rachimzani

44208110058

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Aktivitas Public Relations PT Pertamina (Persero)
Dalam Mengelola Kegiatan Corporate Social
Responsibility di Babelan-Bekasi

Nama : Aniza Rachimzani

NIM : 44208110058

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 November 2011

Mengetahui

Irmulan Sati SH. M. Si
Pembimbing

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Aktivitas *Public Relations* PT Pertamina (Persero)
Dalam Mengelola Kegiatan *Corporate Social
Responsibility* di Babelan-Bekasi

Nama : Aniza Rachimzani

NIM : 44208110058

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 November 2011

Ketua Sidang

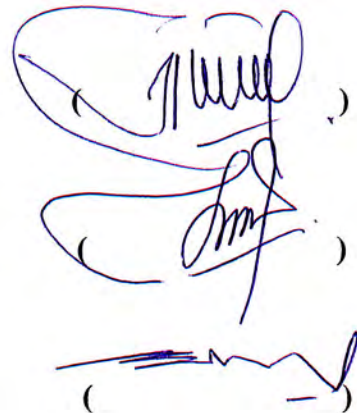
Drs. Juwono Tri Atmojo, M.Si

Penguji Ahli

Suryaning Hayati, SE, MM

Pembimbing

Irmulan Sati SH.M.Si



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Aktivitas Public Relations PT Pertamina (Persero)
Dalam Mengelola Kegiatan Corporate Social
Responsibility di Babelan-Bekasi

Nama : Aniza Rachimzani

NIM : 44208110058

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 Januari 2012

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing



Irmulan Sati SH. M. Si

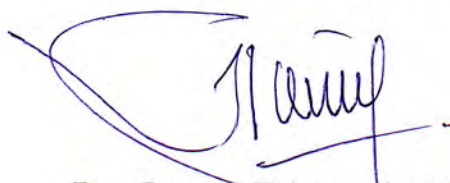
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Public Relations



Dra. Diah Wardhani, M.Si.



Drs. Juwono Tri Atmojo, M.Si.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi *Public Relations* PT Pertamina (Persero) dalam Mengelola Kegiatan Corporate Social Responsibility di Babelan-Bekasi”**.

Skripsi ini pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman yang nyata kepada mahasiswa dan mahasiswi fakultas komunikasi jurusan *Public Relations* tentang strategi *public relations* yang sebenarnya, yang nantinya dapat diaplikasikan sesuai kapasitas ilmu yang dimiliki.

Pada kesempatan ini tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya kepada pihak-pihak yang telah membantu :

1. Ibu Irmulan Sati SH.M.Si selaku dosen pengajar yang telah memberikan bimbingan dan arahan pada penulisan skripsi ini.
2. Bpk Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M. Si, selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* sekaligus dosen mata kuliah Riset *Public Relations*.
3. Orang tua yang telah banyak memberi dukungan dan doa.
4. PT Pertamina (Persero) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Bapak Iwan Ridwan serta tim pada Fungsi Corporate Social Responsibility PT Pertamina (Persero) yang banyak membantu dalam memberikan data-data yang dibutuhkan.
6. Angga Raditya yang selalu memberikan semangat, dukungan serta masukan yang positif untuk kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman PR angkatan 2009.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan yang diberikan.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti berusaha menyelesaikan dengan semaksimal mungkin dan memberikan yang terbaik agar mampu memberikan manfaat bagi pembacanya, tetapi disadari karena keterbatasan waktu dan berbagai faktor-faktor lain yang membuat skripsi ini kurang sempurna. Untuk itu peneliti berharap agar diberikan masukan sehingga dapat lebih baik lagi ke depannya.

Jakarta, 01 Oktober 2011

Aniza Rachimzani

Daftar Isi

ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi	8
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi	9
2.2 <i>Public Relations</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	12
2.3 Strategi	13
2.3.1 Pengertian Strategi	13
2.3.2 Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i>	15
2.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16

2.4.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Tipe Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Data Primer	24
3.3.1.1 Wawancara.....	24
3.3.2 Data Sekunder	25
3.3.2.1 Dokumentasi	25
3.4 Definisi Konsep	25
3.4.1 <i>Public Relations</i>	25
3.4.2 Strategi <i>Public Relations</i>	24
3.4.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	25
3.5 Fokus Penelitian.....	26
3.5.1 Aktivitas <i>Public Relations</i>	26
3.5.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
3.6 Nara Sumber	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.8 Teknik Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	30

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4.1.3 Struktur Organisasi	35
4.1.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
4.1.5 Visi, Misi, Dan Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i>	37
4.1.6 Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	38
4.2 Hasil Penelitian	41
4.3 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

Daftar Gambar

Gambar 4.1	39
Gambar 4.2	
.....	40
Gambar 4.3	40
Gambar 4.4	41