



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI KOMUNIKASI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**Studi Kasus Tentang Kegiatan Earth Hour 2012 Central Park Jakarta**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana

Pada Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Multimedia Nusantara



Nama : Albert Sudartanto

NIM : 08120110024

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**GADING SERPONG**

2012

# **PENGESAHAN SKRIPSI**

## **STRATEGI KOMUNIKASI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Kasus Tentang Kegiatan Earth Hour 2012 Central Park Jakarta)**

Oleh

Nama : Albert Sudartanto  
NIM : 08120110024  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*

Tangerang, 25 Juli 2012

Ketua Sidang

Penguji Ahli

(Dra. Joice Caroll Siagian, M.Si.)

(Novita Damayanti, S.Sos., M.Si.)

Pembimbing

(Dr. Endah Murwani, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dra. Bertha Sri Eko M., M.Si.)

**Surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat  
Dalam Penyusunan Skripsi**

Dengan ini saya :

Nama : Albert Sudartanto

NIM : 08120110024

Program Studi : Komunikasi – Public Relations

Skripsi merupakan hasil karya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain, atau lembaga lain yang dirujuk dalam pembuatan skripsi ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan dalam penulisan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah tugas akhir yang telah saya tempuh.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Serpong, 25 Juli 2012

Albert Sudartanto

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke Tuhan yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Peneliti menyadari bahwa hambatan terbesar dalam mengerjakan skripsi ini justru datang dari diri sendiri. Berkat bantuan serta dorongan moral dari orang-orang di sekitar peneliti, maka skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu dalam merampungkan skripsi ini:

1. Ibu Endah Murwani selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan saran dan pendapat selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Bertha Sri Eko selaku sebagai kaprodi ilmu komunikasi yang telah memberikan motivasi, harapan, dan petunjuk disetiap kesempatan.
3. Ibu Joice Carrol selaku ketua sidang skripsi.
4. Ibu Novita Damayanti selaku penguji skripsi.
5. Mas Zico Hansakarya selaku Public Relations Manager Central Park Jakarta yang memberikan informasi sebagai data pembuatan skripsi ini.

6. Mba Kieky Cahya selaku Media Relations Central Park Jakarta yang turut memberikan informasi sebagai data pembuatan skripsi ini.
7. Keluarga yang telah banyak memberikan dukungan moril maupun material.
8. Sahabat dan teman-teman yang telah turut membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Dan terakhir untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Saya sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya. Segala keterbatasan skripsi ini hendaknya menjadi acuan dalam pembuatan skripsi lainnya dan bersifat saling melengkapi.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Serpong, 25 Juli 2012

Albert Sudartanto

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Lembar Pernyataan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Abstrak .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Tinjauan Literatur .....	10
2.2.1 Peran dan Fungsi Public Relations .....	10
2.2.2 CSR Sebagai Kegiatan Menciptakan Reputasi .....	16
2.2.3 Peran Public Relations dalam CSR .....	24
2.2.4 Perencanaan Program Public Relations .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	42
3.2 Sifat Penelitian .....	43

3.3 Metode Penelitian .....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4.1 Data Primer .....	45
3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5 Key Informan .....	47
3.6 Teknik Analisis Data .....	47
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Central Park .....	51
4.1.1 Posisi PR dalam Struktur Organisasi PT Central Prima Kelola	52
4.1.2 Kegiatan Marketing Communication Central Park .....	54
4.1.3 Prestasi Central Park .....	55
4.2 Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Latar Belakang Kegiatan Earth Hour Central Park .....	57
4.2.2 Tujuan Kegiatan Earth Hour Central Park .....	59
4.2.3 Target Audience .....	61
4.2.4 Strategi .....	63
4.2.4.1 Tema dan Pesan .....	66
4.2.4.2 Media Komunikasi .....	68
4.2.5 Implementasi Strategi .....	72
4.2.6 Evaluasi .....	81
4.3 Pembahasan .....	82
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan .....	93
5.2 Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>



## DAFTAR GAMBAR

Laswell Model .....	2
<i>Ninesteps of Strategic PR Planning</i> .....	27
Struktur Organisasi Marketing Communication Cenral Park .....	53
<i>Best Public Service Development</i> .....	56

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Jobdesk Divisi Marketing Communication Central Park .....	54
Kegiatan yang Pernah Dilakukan Central Park .....	55
Timeline Kegiatan Earth Hour .....	74

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
ABSTRAK

Nama : Albert Sudartanto

NIM : 08120110024

Judul : Strategi Komunikasi dan Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Tentang Kegiatan Earth Hour 2012 Central Park Jakarta)

Pembimbing : Dr. Endah Murwani, M.Si.

Penelitian ini di latar belakang bahwa setiap program PR diperlukan perencanaan dan strategi yang efektif untuk bisa mencapai hasil yang efektif. Salah satu program yang menarik untuk dikaji adalah kegiatan Earth Hour sebagai program Corporate Social Responsibility Central Park. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dan implementasi strategi yang dilakukan Public Relations Central Park pada saat kegiatan Earth Hour 2012.

Penelitian ini mengacu pada konsep tentang tahap perencanaan program Public Relations yang dikemukakan oleh Ronald Smith yakni, *formative research*, *strategy*, *tactic*, dan *evaluative research*. Secara lebih khusus penelitian ini mengacu pada strategi yang meliputi *action strategy* dan *communication strategy* serta taktik dan implementasi strategi yang meliputi *interpersonal communication*, *organizational media*, *news media* dan *advertising*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumen yang kemudian dianalisis sesuai konsep yang digunakan dalam penelitian ini. *Key informan* dalam penelitian ini adalah Public Relations Manager dan Media Relations Central Park Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Earth Hour merupakan program Corporate Social Responsibility yang ditangani Public Relations Central Park untuk menumbuhkan citra dan reputasi perusahaan. Strategi yang digunakan adalah *action strategy* berupa serangkaian *event*. Sedangkan untuk strategi komunikasi menggunakan *publicity* yang diimplementasikan melalui *social media*, media cetak dan televisi. Sedangkan *newsworthy information* melalui tema kegiatan Central Park itu sendiri adalah *green universe* dengan mengangkat isu ramah lingkungan untuk mengajak masyarakat dengan pesan-pesan untuk hidup ramah lingkungan.