



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 PENERAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. SIDO MUNCUL TBK DALAM MENJAGA REPUTASI

**(Analisis Kualitatif Program Mudik Gratis Sido Muncul
Bersama Pedagang Jamu ke-26 Periode 2015)**

Skripsi



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**AKSEL LEVIANTO
12140110143**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI PENERAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT.

SIDO MUNCUL TBK DALAM MENJAGA REPUTASI

(Analisis Kualitatif Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama Pedagang Jamu ke-26

Periode 2015).

Oleh

Aksel Levianto

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 1 Februari 2017

Pukul 08.30 s.d. 10.00 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.

Mochammad Kresna N., S.Sos, M.Si

Dosen Pembimbing

Wildan Hakim, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi- UMN

Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Januari 2017

Aksel Levianto

U M N

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk Keluarga, Sahabat, dan Semua Orang yang Saya Sayangi

Terimakasih Selalu Memberikan Dukungan

Setelah Ini Perjalanan Masih Panjang

Saya Siap untuk Menjalani Kehidupan yang Sebenarnya



UMN

STRATEGI PENERAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. SIDO MUNCUL TBK DALAM MENJAGA REPUTASI

(Studi Kasus Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama Pedagang Jamu ke-26 Periode 2015)

ABSTRAK

Oleh : Aksel Levianto

Kondisi yang dihadapi Sido Muncul adalah jamu bukan sebuah produk yang harus dikonsumsi setiap orang membuat perusahaan ini harus selalu berusaha berinovasi untuk terus mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Banyak hal yang telah dilakukan Sido Muncul mulai dari melakukan inovasi-inovasi baru disetiap produknya hingga melakukan kegiatan komunikasi dan CSR. Banyak kegiatan komunikasi dan CSR internal baik eksternal yang telah dilakukan oleh PT. Sido Muncul, salah satu kegiatan CSR Sido Muncul yang terbilang sukses dan telah bertahan lama adalah program Mudik Gratis bersama Sido Muncul. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan program CSR dan hubungannya dalam menjaga reputasi.

Jenis penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti memaparkan bagaimana program CSR yang dijalankan PT. Sido Muncul Tbk serta bagaimana ketepatan implementasi dari program tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Untuk mengumpulkan data dalam metode studi kasus ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi - dokumentasi, dan bukti fisik. Dalam penelitian ini, dikarenakan peneliti menggunakan penelitian kualitatif maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam atau in depth interview yang digunakan untuk mendapatkan sumber data primer dan studi dokumen untuk mendapatkan sumber data sekunder. Pembahasan yang dilakukan mengacu kepada strategi perencanaan CSR menurut Holladay & Coombs.

Hasil dari penelitian ini adalah jika dilihat secara keseluruhan didapat bahwa strategi yang dilakukan oleh Sido Muncul pada program "Mudik Gratis" telah dijalankan secara maksimal sesuai dengan langkah- langkah dari konsep perencanaan CSR menurut Coombs dan Holladay. Reputasi Sido Muncul juga terus terjaga karena konsistensi program yang dilakukan setiap tahunnya. Namun masih ada hal hal yang terlewatkan dalam strategi penerapan ini sehingga masih belum terlihat secara jelas strategi yang dilakukan.

Kata Kunci : Strategi Penerapan, *Corporate Social Responsibility*, Reputasi, Mudik Gratis

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Skripsi yang berjudul Strategi Penerapan Program Corporate Social Responsibility PT. Sido Muncul Tbk dalam menjaga reputasi (Studi Kasus Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama Pedagang Jamu ke-26 Periode 2015) ini disusun dalam rangka memenuhi prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Ilmu Komunikasi – Public Relations di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari terdapat berbagi hal yang mendukung sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu dengan senang hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Wildan Hakim, selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan selalu memberi dukungan sehingga penulis tetap semangat dalam mengerjakan skripsi.
2. Ibu Dr. Bertha Sri Eko, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Nanik R Sunarso selaku *Senior PR Manager* Pt. Sido Muncul yang bersedia diwawancarai.
4. Ibu Sri Wahyuni selaku *Media Relations* yang bersedia diwawancarai.
5. Bapak Victor Saragih, selaku Manager Marketing Bank OCBC NISP yang bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai.

6. Kedua orang tua dan kakak penulis yang selalu mendukung dan mendoakan demi kelancaran skripsi ini.
7. Tim Public Relations PT Sido Muncul yang telah mendukung kelangsungan skripsi ini.
8. Seluruh teman teman Ilmu Komunikasi yang telah mendukung dan membantu penulis selama ini.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian ini, sehingga tulisan ini dapat lebih bermanfaat. Terima kasih.

Tangerang, 15 Januari 2017

Aksel Levianto

U
M
M
N

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Karya Tulis	8
1.4 Kegunaan penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.2 Waktu Penelitian.....	9

BAB II	KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1	Penelitian Terdahulu	10
2.2	Kerangka Konseptual.....	16
2.2.1	Definisi <i>Public Relations</i>	16
2.2.2	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.2.3	Strategi Perencanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.2.4	Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.2.5	Pilar- Pilar <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.2.6	Jenis CSR Yang Relevan	23
2.2.7	Manfaat CSR.....	25
2.2.8	Citra Perusahaan	26
2.2.9	Reputasi Perusahaan	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1	Sifat Penelitian	30
3.2	Metode Penelitian	30
3.3	Informan Kunci.....	31
3.4	Teknik Pengumpulan data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN	36
4.1 Profil Perusahaan PT. Sido Muncul, Tbk	36
4.1.1 Visi Misi Perusahaan	39
4.1.2 Peran Bisnis PT. Sido Muncul di Masyarakat	39
4.1.3 Unit Bisnis PT. Sido Muncul Tbk.....	41
4.1.4 Struktur Organisasi	44
4.2 Hasil penelitian	44
4.2.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	44
4.2.2 Pengertian CSR bagi PT. Sido Muncul.....	45
4.2.3 Latar Belakang serta Tujuan Program CSR.....	45
4.2.4 Ragam Program CSR PT. Sido Muncul	50
4.2.5 Program CSR “Mudik Gratis Lebaran”	52
4.2.6 Aktivitas dalam Program “Mudik Gratis Lebaran”	55
4.3 Pembahasan Implementasi CSR Mudik Sido Muncul.....	56
4.4 Pembahasan Reputasi Mudik Gratis.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
5.2.1 Saran Praktis.....	66
5.2.2 Saran Akademis.....	67

DAFTAR PUSTAKA	
-----------------------------	--

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.9 Reputasi Menurut Fombrun dan Van Riel.....	28
Gambar 4.1 Logo PT. Sido Muncul Tbk	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Sido Muncul Tbk.....	44

UMMN

**STRATEGI PENERAPAN PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. SIDO MUNCUL TBK DALAM
MENJAGA REPUTASI**

**(Analisis Kualitatif Program Mudik Gratis Sido Muncul
Bersama Pedagang Jamu ke-26 Periode 2015)**



UMMN