



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 *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DALAM MENJAGA
REPUTASI PERUSAHAAN**

**(Studi Deskriptif Program Wirausaha Muda Mandiri dari PT.
Bank Mandiri (Persero) Tbk)**

SKRIPSI



Vania Christy

1012011232

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

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

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk dalam Menjaga Reputasi Perusahaan”
(Studi Deskriptif Program Wirausaha Muda Mandiri dari PT. Bank Mandiri
(Persero) Tbk)

oleh

Vania Christy

telah diujikan pada Senin, 10 Oktober 2016,

pukul 08.30 s.d. 10.00 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Camelia Catharina, S.Sos., M.Si.

M. Kresna Noer P., S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

Inco Hary Perdana, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Vania Christy

NIM : 10120110232

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DALAM MENJAGA REPUTASI PERUSAHAAN* (Studi Deskriptif Program “Wirausaha Muda Mandiri” dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk) 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, 17 Oktober 2016

(Vania Christy)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karena Tuhanlah yang memberikan hikmat
Dari mulut-Nya datang pengetahuan dan kepandaian
Ia menyediakan pertolongan bagi orang yang jujur
Menjadi perisai bagi orang yang tidak bercela lakunya*

PRAKATA

Terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penulis kemampuan, kekuatan dan hikmat untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan orang-orang sekitar penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis dan adik tercinta yang tidak henti-hentinya mendukung dan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Inco Hary Perdana M.Si sebagai dosen pembimbing yang selalu memberi semangat dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Ibu Camelia sebagai Ketua Sidang dan Bapak Kresna sebagai Penguji Ahli.
4. Ucapan terima kasih kepada Bapak Diwang dan Bapak Indra yang menyediakan waktunya untuk diwawancarai penulis.
5. Kepada John Petrus, yang memberikan *support* terus menerus untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Meski begitu, semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang ingin mengetahui industri perbankan dalam menjaga reputasi perusahaan.

Tangerang, 17 Oktober 2016

Penulis

Vania Christy

ABSTRAK

Nama : Vania Christy
NIM : 10120110232
Judul : Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk dalam Menjaga Reputasi Perusahaan (Studi Deskriptif Program Wirausaha Muda Mandiri dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk)

Penelitian ini membahas tentang upaya perusahaan dalam menjaga reputasi perusahaan, salah satunya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui program CSR “Wirausaha Muda Mandiri”, Bank Mandiri mendorong generasi muda untuk menjadi seorang wirausaha yang mandiri dan handal. Permasalahan yang diteliti adalah bagaimana strategi *corporate social responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh Bank Mandiri dalam menjaga reputasi perusahaan melalui pelaksanaan program “Wirausaha Muda Mandiri.

Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pemahaman terkait CSR, strategi perencanaan CSR menurut Nor Hadi, dan reputasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan metode studi kasus. Selain itu, metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR “Wirausaha Muda Mandiri” telah dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan oleh Bank Mandiri sejak 2007. Berdasarkan tahapan strategi perencanaan CSR, program WMM juga telah berjalan dengan baik dalam mencapai tujuan dari program, yaitu mendorong antusiasme generasi muda untuk menjadi wirausaha yang handal dan mandiri. Reputasi perusahaan di mata peserta program dan masyarakat pun meningkat. Hal ini terlihat dari *outcome* dan *output* yang didapatkan dari pelaksanaan program WMM ini.

Kata Kunci : Wirausaha Muda Mandiri, *Corporate Social Responsibility*, Reputasi Perusahaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	
2.2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 <i>Corporate Communication</i>	15
2.2.2.1 Strategi atau Kegiatan <i>Corporate Communication</i>	16
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.2.4 Strategi Perencanaan CSR.....	25

2.2.5 Reputasi Perusahaan	30
2.2.5.1 CSR dalam Menjaga Reputasi.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Key Informan dan Informan.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Uji Keabsahan Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Bank Mandiri.....	44
4.1.1 Visi dan Misi Bank Mandiri.....	46
4.1.2 Struktur Organisasi CSR Bank Mandiri.....	47
4.1.3 Sekilas Mengenai Program CSR Bank Mandiri.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Latar Belakang Program CSR Wirausaha Muda Mandiri.....	53
4.2.2 Tujuan Program CSR Wirausaha Muda Mandiri.....	55
4.2.3 CSR dalam Menjaga Reputasi Perusahaan	57
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Posisi CSR dan <i>Corporate Communication</i> dalam Struktur Organisasi Bank Mandiri.....	59
4.3.2 Pengertian dan Penerapan Program Wirausaha Muda Mandiri.....	60
4.3.3 <i>Sustainable Development</i> dan Pilar Aktivitas Program Wirausaha Muda Mandiri.....	62

4.3.4	Kategori dan Motif Pelaksanaan CSR WMM.....	65
4.3.5	Penerapan Model PR <i>Two-way Symmetrica</i> dalam Program Wirausaha Muda Mandiri.....	66
4.3.6	Strategi Perencanaan CSR dalam Program WMM.....	69
4.3.7	Program WMM dalam Menjaga Reputasi Perusahaan	88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
5.2.1	Saran Praktis.....	92
5.2.2	Saran Akademis.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
-------------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Konsep <i>Triple Botton Line</i>	20
Bagan 2.2 Perencanaan CSR.....	25
Bagan 2.3 <i>Reputation Framework</i>	30
Bagan 2.4 <i>Alignment Process for CSR and Reputation</i>	32
Bagan 4.1 Logo Perusahaan.....	44
Bagan 4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Mandiri (Persero).....	48
Bagan 4.3 Struktur Organisasi Tim CSR PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.....	48
Bagan 4.4 <i>Stakeholders Map</i> Bank Mandiri.....	71
Bagan 4.5 Rangkaian Program WMM.....	79
Bagan 4.6 Faktor Reputasi Bank Mandiri.....	89