



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.

**IMPLEMENTASI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM
MEMBENTUK COMMUNITY ENGAGEMENT
(Studi Kasus Program Sekolah Satu Hati
PT Astra Honda Motor)**

SKRIPSI



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

**Lestari Rumata Nancy
12140110206**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016

Dan Untuk Kalian Yang Selalu Ada Dalam Penulisan Ini

Layaknya Secangkir Kopi

Yang Memberi Semangat Di Pagi Hari

Terima Kasih



UMMN

“Percayalah Bahwa Kamu

Bisa Melakukan Apapun

Tanpa Ketakutan dan Keraguan”

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, 22 Agustus 2016

Lestari Rumata Nancy

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk *Community Engagement* (Studi Kasus Program Sekolah Satu Hati PT Astra Honda Motor)”. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan penuh sukacita dan rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak pernah lelah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan laporan kerja praktik ini hingga selesai. Secara khusus rasa terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada:

1. Dian Anggraeni, S.S., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan motivasi kepada peneliti selama proses pembuatan skripsi ini
2. Dra. Bertha Sri Eko M., M.Si, kaprodi Ilmu Komunikasi yang memberikan bantuan kepada penulis dan mahasiswa Ilmu Komunikasi lainnya dalam mengarahkan tempat kerja magang.
3. C. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M selaku dosen penguji.
4. Hanif Suranto, S.Sos., M.Si selaku ketua sidang.
5. Teristimewa kepada Mama dan Alm. Papa, serta keluarga besar Sitindaon yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan kerja magang ini.
6. Febri dan Kevin yang membantu penulis dalam persiapan menuju sidang
7. Keluarga besar divisi Corporate Communication PT Astra Honda Motor
8. Bapak Dani Miftahul yang telah bersedia menjadi narasumber ahli dalam penelitian ini
9. Sahabat penulis sejak SMA: Anas, Candy, Nadia, Sheren, Virny. Kalian luar biasa

10. Sahabat penulis di gereja: Kak Nensi, Kak Vivi, Kak Lensia, dan Kak Florence yang terus memberikan semangat dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan kerja magang ini.
 11. Segenap teman seperjuangan magang: Anas, Nikita, Filly, Gio, Frans, Rey, Reza, David, terima kasih atas dukungan, canda, serta tawa yang dihabiskan bersama penulis
 12. Serta semua rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
- Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti selalu membutuhkan kritik dan saran demi kemajuan kedepannya. Peneliti akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada orang-orang disekitar penulis.

Tangerang, 22 Agustus 2016

Lestari Rumata Nancy

Lestari Rumata Nancy

12140110206

Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk *Community Engagement*

Studi Kasus Program Sekolah Satu Hati di PT Astra Honda Motor

ABSTRAK

PT Astra Honda Motor (AHM) adalah perusahaan otomotif di Indonesia yang memiliki marketshare paling banyak. Sebagai perusahaan besar yang berada di tengah masyarakat, AHM memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk membangun kesejahteraan masyarakat demi keberlangsungan bisnisnya.

Seluruh Program CSR di PT Astra Honda Motor berada dibawah Departemen *Corporate Communication*. Salah Satu bentuk tanggung jawab AHM terangkum dalam Program Sekolah Satu Hati yang berpedoman pada bidang Pendidikan. Penelitian ini membahas tentang Implementasi *Corporate social Responsibility* dalam membentuk *Community Engagement* pada Program sekolah Satu Hati.

Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Process Model* dari Coombs dan Holladay. Metodologi yang digunakan adalah Paradigma post-positivisme, dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, metode penelitian studi kasus, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara mendalam dan studi kepustakaan, dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa Strategi Implementasi CSR sudah berjalan cukup baik namun, belum ditunjang oleh evaluasi program yang terukur untuk melihat seberapa besar pencapaiannya.

Kata Kunci: PT Astra Honda motor (AHM), *Corporate Communication*, *Corporate Social Responsibility*, *Community Engagement*.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Pustaka.....	17
2.2.1 <i>Corporate Communication</i>	17
2.2.1.1 Peranan dan Fungsi <i>Corcom</i>	19
2.2.2 <i>Community Relations</i>	23
2.2.3 <i>Community Development</i>	25
2.2.3.1 Tujuan <i>Community Development</i>	27
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	29
2.2.5 Prinsip CSR.....	33
2.2.6 Model Perencanaan CSR.....	35
2.2.7 <i>Community Engagement</i>	39
2.2.7.1 Komunitas.....	41
2.2.7.2 Konsep <i>Community Engagement</i>	42
2.2.7.3 <i>Level of Community Engagement</i>	43

2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
-----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Key Informan dan Informan.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Data primer.....	51
3.4.2 Data Sekunder.....	52
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.7 Fokus Penelitian.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	57
4.1.2 Visi, Misi, Nilai.....	59
4.1.3 Ruang Lingkup Kerja.....	60
4.1.4 Sekolah Satu Hati.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Pemahaman AHM atas <i>Corporate Social Responsibility</i>	66
4.2.2 Peran <i>Corporate Communication</i> dalam Program Sekolah Satu Hati.....	70
4.2.3 Program Sekolah Satu Hati merupakan bentuk <i>Community Development</i>	71

4.2.4 AHM Memiliki Hubungan yang baik dengan pemerintah.....	73
4.2.5 Sekolah Satu Hati sebagai CSR di Bidang Pendidikan.....	74
4.2.6 <i>CSR Process Model</i>	81
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1 <i>Scanning and Monitoring</i>	92
4.3.2 <i>Formative Research</i>	93
4.3.3 <i>Create CSR Initiative</i>	95
4.3.4 <i>Communicate CSR Initiative</i>	96
4.3.5 <i>Evaluation and Feedback</i>	97
4.3.6 <i>Community Engagement</i>	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
5.2.1 Saran Praktis.....	108
5.2.2 Saran Akademis.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Marketshare sepeda motor 2015.....	4
Gambar 2.1 Model Perencanaan CSR.....	37
Gambar 2.2 <i>Level of Community Engagement</i>	43
Gambar 4.1 Logo PT Astra Honda Motor.....	56
Gambar 4.2 Triple Bottom Line.....	67
Gambar 4.3 Program Sekolah Satu Hati.....	100
Gambar 4.4 Adiwiyata.....	101
Gambar 4.5 Pasanggiri Angklung Sekolah Satu Hati.....	102
Gambar 4.6 Pelestarian Tanaman Obat Keluarga.....	103
Gambar 4.7 Saka Sabu.....	104

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.2 Konsep <i>Level of Engagement</i>	30
Tabel 4.1 Daftar Sekolah Satu Hati.....	75
Tabel 4.2 <i>Community Engagement Tools</i>	98



UMMN