



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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) KOMPAS GRAMEDIA**  
(Studi Kasus: Program #AkuBaca Kompas Gramedia)

SKRIPSI



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

Novita Andriyani

14140110203

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018**

## HALAMAN PERNYATAAN

Bersamaan dengan lembar pernyataan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara ini adalah hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri tanpa meniru hasil karya ilmiah orang/lembaga lain. Semua data dan sumber yang digunakan telah disebutkan sumbernya dalam kutipan serta di lampirkan dalam Daftar Pustaka. Hasil karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang digunakan sebagai pedoman dalam menyelesaikan skripsi ini turut dicantumkan di dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan adanya kecurangan dan penyimpangan di dalam penulisan hasil karya ilmiah ini saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 April 2018



Novita Andriyani

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

**KOMPAS GRAMEDIA**

(Studi Kasus: Program #AkuBaca Kompas Gramedia)

oleh

Novita Andriyani

telah diujikan pada hari Senin, 23 April 2018

pukul 14.00-15.30 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut

**Ketua Sidang**

**Penguji Ahli**

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

Wildan Hakim, S. Sos., M. Si.

Dosen Pembimbing,

Fakhriy Dinansyah, S. I. Kom., M. M.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

## KATA PENGANTAR

Tak terasa waktu berjalan dengan sangat cepat, masa perkuliahan penulis akan berakhir dengan terbentuknya ucapan syukur kepada Tuhan yang tiada lelah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kompas Gramedia”.

Kurang lebih satu bulan penelitian ini ditempuh, tentu terdapat banyak jalan berliku yang penulis hadapi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk meraih gelar sarjana ilmu komunikasi (S. I. Kom.) di Universitas Multimedia Nusantara. Berbagai pengalaman dan proses yang dilakukan selama penelitian ini menyadarkan penulis untuk menjadi seseorang yang tekun dan memahami setiap permasalahan yang dihadapi dan tetap terbuka dengan setiap keadaan yang terjadi di sekitar kita.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung, mendampingi, membantu, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, rasa terima kasih disampaikan kepada:

1. Fakhriy Dinansyah, S. I. Kom., M. M., sebagai dosen pembimbing yang tiada lelah membimbing peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Papi, Mami, dan Richard, keluarga peneliti yang selalu mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Dr. Ninok Leksono, M.A., Rektor Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berprestasi di UMN.
4. Inco Hary Perdana, S. I. Kom., M. Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengarahan mengenai topik penelitian.

5. Viola Oyong, *Manager External Communication – Corporate Communication* Kompas Gramedia yang telah memberikan waktunya untuk diwawancara dan memberikan informasi yang lengkap.
  6. Teguh Azmi Pamungkas, *CSR Officer* Kompas Gramedia yang telah memberikan informasi lengkap mengenai pelaksanaan program #AkuBaca dari awal berdiri hingga saat ini.
  7. Heni Wardatur Rohmah dan anak-anak di Taman Bacaan Masyarakat Mata Aksara yang telah menerima peneliti dengan tangan terbuka dan memberikan inspirasi yang banyak kepada peneliti.
  8. Andika Saputra, *CSR Specialist* PT Hero Supermarket yang telah menyediakan waktunya untuk diwawancara sebagai narasumber ahli.
  9. Ivan Junanda yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
  10. Dahlia Suhendra, Secilia Chandra, Jessica Crescent P, dan Kezia Mariska yang selalu mendengar keluh-kesah peneliti dan mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Akhir kata, peneliti berharap penelitian yang dilakukan dapat berguna bagi para pembaca dan dapat menginspirasi banyak orang. Besar pula harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan pandangan baru kepada perusahaan-perusahaan besar di luar sana khususnya dalam menjalankan program CSR.

Tangerang, 24 April 2018

Novita Andriyani

## STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

KOMPAS GRAMEDIA

(Studi Kasus: Program #AkuBaca Kompas Gramedia)

### ABSTRAK

Oleh: Novita Andriyani

Melihat data dari *Most Littered Nation in The World* yang diteliti oleh Central Connecticut State University menyatakan bahwa minat membaca Indonesia berada di peringkat ke-60 dari 61 negara. Kompas Gramedia sebagai perusahaan konglomerasi yang memiliki dua bidang bisnis yang berhubungan dengan minat membaca langsung bergerak dalam menanggapi permasalahan tersebut dengan membentuk sebuah program CSR bernama #AkuBaca. Program CSR #AkuBaca merupakan gerakan literasi nusantara dari Kompas Gramedia untuk menumbuhkan minat dan budaya membaca melalui berbagai macam kegiatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR Kompas Gramedia menerapkan prinsip *people* dari *Triple Bottom Line* di dalam setiap kegiatan CSR-nya karena sejalan dengan *tagline* perusahaan mereka yaitu “*Enlightening People*”. Program #AkuBaca yang dilaksanakan oleh Kompas Gramedia telah menerapkan strategi CSR Coombs & Holladay dengan cukup baik, namun belum didukung dengan evaluasi program yang menyeluruh. Divisi *Corporate Communication* telah melakukan tahap *scanning and monitoring*, riset formatif, membuat inisiatif CSR, dan mengomunikasikan programnya dalam menjalankan program CSR #AkuBaca. Evaluasi masih diperlukan untuk melihat apakah program ini telah memberikan dampak yang positif kepada *stakeholders*-nya.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Communication*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGY OF  
KOMPAS GRAMEDIA

(Case Study: CSR #AkuBaca Kompas Gramedia)

ABSTRACT

By: Novita Andriyani

Looking at data from the "Most littered Nation in the World" that are researched by Central Connecticut State University, states that the reading interests of Indonesian people was ranked 60th out of 61 countries. Kompas Gramedia as a conglomerate business, which has two business areas related to reading interests, directly engaged in addressing the problem by establishing a CSR program named #AkuBaca. #AkuBaca was a CSR program which is a literacy movement archipelago of Kompas Gramedia to foster interest and culture of reading through a variety of activities.

These results indicate that the Kompas Gramedia apply the people principles of the Triple Bottom Line in each of its CSR activities and in line with their corporate tagline "Enlightening People". #AkuBaca has implemented CSR strategies Coombs & Holladay pretty well, but not yet supported by a thorough evaluation of the program. Corporate Communication Division has conducted scanning and monitoring phase, formative research, making CSR initiatives, and communicate the program in implementing #AkuBaca. Evaluation is needed to see whether the program has a positive impact to their stakeholders.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corporate Communication

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Keterbatasan Penelitian .....	6
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.1.1 “Implementasi Program CSR Kompas Gramedia dalam Memberdayakan Masyarakat” (Oleh: Sekar Agni Mahisi).....	8
2.1.2 “Strategi <i>Public Relations</i> PT PJB (Pembangkitan Jawa-Bali) dalam Program CSR Bank Sampah” (Oleh: Lesthia Chrysantin)	
.....	10
2.1.3 Matriks Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu.....	11

2.2	Teori/Konsep-Konsep yang Digunakan .....	13
2.2.1	<i>Corporate Communication</i> .....	13
2.2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.2.3	Strategi Perencanaan dan Implementasi CSR Coombs & Holladay .....	29
2.3	Kerangka Pemikiran .....	34

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian.....	35
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	36
3.3	Metode Penelitian.....	37
3.4	<i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> .....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Keabsahan Data.....	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	44

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Singkat Kompas Gramedia .....	46
4.1.1	Visi dan Misi Kompas Gramedia .....	47
4.1.2	Nilai Perusahaan .....	47
4.1.3	<i>Brand</i> Kompas Gramedia.....	48
4.1.4	Unit Bisnis Kompas Gramedia.....	51
4.1.5	Struktur Organisasi Kompas Gramedia.....	54
4.2	Sekilas Tentang Program CSR Kompas Gramedia.....	54
4.3	Sekilas Tentang Program CSR #AkuBaca.....	57
4.4	Hasil Penelitian .....	58

4.4.1	Program CSR Kompas Gramedia Bertemakan Inspirasi Nusantara.....	59
4.4.2	Latar Belakang Menjalankan Program CSR #AkuBaca .....	61
4.4.3	<i>Stakeholders</i> yang Terlibat dalam Program CSR #AkuBaca..	62
4.4.4	Proses dalam Menjalani Program CSR #AkuBaca .....	64
4.4.5	Hambatan yang Dihadapi .....	75
4.5	Pembahasan .....	76
4.5.1	Strategi Perencanaan dan Implementasi Program CSR #AkuBaca berdasarkan <i>CSR Process Model</i> dari Coombs & Holladay .....	76
4.5.2	Faktor Keberhasilan Program CSR #AkuBaca .....	98
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan.....	102
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	104
5.2.2	Saran untuk Kompas Gramedia.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>106</b>
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Triple Bottom Line</i> .....	20
Gambar 2.2 Empat Faktor Keberhasilan Program CSR.....	28
Gambar 2.3 CSR <i>Process Model</i> oleh Coombs & Holladay .....	34
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Logogram Kompas Gramedia .....	49
Gambar 4.2 <i>Typography</i> Kompas Gramedia .....	49
Gambar 4.3 Warna Identitas Kompas Gramedia .....	50
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Kompas Gramedia.....	54
Gambar 4.5 <i>Kick Off</i> Gerakan #AkuBaca .....	67
Gambar 4.6 <i>Banner</i> #AkuBaca di Aula TBM Mata Aksara .....	69
Gambar 4.7 Tampilan <i>Website</i> Donasi Buku .....	70
Gambar 4.8 <i>Stakeholders Mapping</i> Program CSR #AkuBaca .....	82
Gambar 4.9 Konten #AkuBaca di Media Sosial .....	89
Gambar 4.10 Motor Keliling TBM Mata Aksara dengan <i>Branding</i> #AkuBaca ....	92

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Matriks Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu .....11

