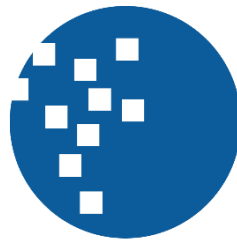


IMPLEMENTASI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT COCA-COLA *EUROPACIFIC PARTNERS* INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS: PROGRAM CSR BALI *BEACH CLEAN UP*)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Mutiara Widayanti

0000031711

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2022

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT COCA-COLA *EUROPACIFIC PARTNERS* INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS: PROGRAM CSR BALI *BEACH CLEAN-UP*)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom.)

Mutiara Widayanti

0000031711

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Mutiara Widayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000031711

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Implementasi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Coca-Cola *Europacific Partners* Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus: Program CSR Bali *Beach Clean Up*)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



Mutiara Widayanti

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Implementasi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Coca-Cola *Europacific Partners* Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus: Program CSR *Bali Beach Clean Up*)

Oleh

Mutiara Widayanti

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 22 Juni 2022
pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan LULUS
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Adde Oriza Rio, S. Sos., M. Si.
0302038601

Penguji



Ujang Rusdianto, S. I. Kom., M. I. Kom.
0328058801

Pembimbing



Dani Miftahul Akhyar, S.T., M. Si.
0321097905

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S. I. Kom, M. Si.
0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Widayanti

NIM : 00000031711

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Coca-Cola Europacific Partners Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus: Program CSR Bali Beach Clean Up)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media atau format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Juni 2022

Yang menyatakan,



Mutiara Widayanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Implementasi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Coca-Cola *Europacific Partners* Indonesia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus: Program CSR Bali *Beach Clean Up*)** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses penulisan skripsi, banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, diantaranya:

1. Dani Miftakhul Akhyar, S.T., M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu ceria dan sabar dalam membimbing, memberikan arahan, dan menyemangati penulis dari awal penyusunan skripsi, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M. Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ujang Rusdianto, S. I. Kom., M. I. Kom. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran bagi penulis.
4. Dr. Adde Oriza Orio, S. Sos., M. Si. selaku Ketua Sidang yang juga turut memberikan saran dan informasi bagi penulis.
5. Seluruh jajaran Dosen dan *staff* di Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan banyak ilmu pelajaran baik secara akademis, maupun non-akademis bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Orang tua penulis, Toni Budi Santoso dan Iryanti Setiawati yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis, serta selalu menjadi *support system* terbaik bagi penulis dikala sedih dan senang.

7. Kedua kakak penulis beserta istri, Ikhsan Prasetyo dan Galuh Wandhita, serta Fadil Setianto dan Della Smara yang selalu memberikan *support* dan semangat yang tiada hentinya kepada penulis. Serta kepada Jihan Bapish dan Adek Arin yang juga selalu menyemangati penulis.
8. Keluarga besar Coca-Cola *Europacific Partners* Indonesia, khususnya Divisi PACS yang bersedia menjadi narasumber serta memberikan data terkait CSR BBCU ini, yaitu terdiri dari:
 - Lucia Karina selaku *Public Affairs, Communications, and Sustainability Director* CCEP Indonesia.
 - Armytanti Kasmito selaku *Regional Corporate Affairs Manager East Indonesia Region*.
 - Ardhina Zaiza, Ratri Nahda Farhaty, Agnes Manurung, dan Natasha Gabriella pada Divisi *Corporate Communications* CCEP Indonesia.
 - Made Pranata Wibawa selaku *Corporate Affairs Managers* Balinusa, yaitu Koordinator dari CSR *Bali Beach Clean Up* (BBCU).
9. Adam Bagaskara Putra sebagai *mood and life support system* penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Agnetta Navila, Sava Annora, Qonita Luthfianisa sebagai sahabat yang selalu menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Brenda Estherina, Hilal Rauda Fiqry, dan Christoforus Juwono sebagai teman yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Zahra Yundiafi, Astika Prima, Wennise Gracella, Irene Budhiono, Agnes Nurlisa, Krisandi Fangtana sebagai teman seperjuangan penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Hagantha Ginting, Nuno Maringka, Farhan Ahmadaffa, dan Andryan Chandana yang selalu menjadi *mood booster* semasa perkuliahan penulis sekaligus penyemangat dikala penulis merasa lelah dan jenuh.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis, juga untuk keluarga ataupun teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis sadar bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala bentuk kekurangan dan kesalahan yang ada dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga dapat menjadi pembelajaran bagi penulis menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara serta penelitian-penelitian selanjutnya.

Tangerang, 15 Juni 2022

Mutiara Widayanti

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT COCA-COLA *EUROPACIFIC PARTNERS* INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS: CSR BALI BEACH CLEAN UP)

ABSTRAK

Mutiara Widayanti

Berbagai perusahaan kini semakin sadar akan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dalam berlaku etis dan transparan ketika menjalankan operasional bisnis perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan pelaksanaan berbagai program *Corporate Social Responsibility* yang sejalan dengan visi, misi, dan nilai perusahaan akan komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan. Untuk mengatasi adanya dampak dari krisis iklim terkait peningkatan jumlah sampah di Bali pada 2019 hingga 2021, serta mewujudkan komitmen perusahaan yang terkait dengan dampak operasional bisnisnya, PT Coca-Cola *Europacific Partners* (CCEP) Indonesia menginisiasi program CSR *Bali Beach Clean Up*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR BBCU dalam upaya pembangunan citra perusahaan yang juga melihat dampak yang dihasilkan dari pelaksanaan CSR ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data adalah wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi lapangan. Hasil penelitian membuktikan bahwa pelaksanaan CSR BBCU telah menerapkan konsep *Triple Bottom Line* dan melaksanakan seluruh tahap pelaksanaan CSR menurut Coombs & Holladay, juga mentaati panduan ISO 26000. CSR BBCU termasuk ke dalam kategori *Socially Responsible Business Practice*. Pada pelaksanaannya, CSR BBCU telah mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari *stakeholder* eksternal perusahaan, sehingga strategi komunikasi CSR menjadi penting untuk mencapai keberhasilan program CSR itu sendiri. Hal ini berdampak pada pembentukan citra perusahaan yang ingin dibangun oleh perusahaan. Citra yang ingin dibangun oleh CCEP Indonesia melalui CSR BBCU adalah *corporate image*, yaitu memberikan citra yang positif bagi seluruh para pemangku kepentingan secara luas. Pelaksanaan CSR BBCU juga sebagai upaya perusahaan dalam rangka mendorong pemerintah tercapainya pilar *Climate Action* dan *Life Below Water* pada SDG's.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Socially Responsible Business Practice*, *Sustainability*

**THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) COMMUNICATIONS PT COCA-COLA
EUROPACIFIC PARTNERS INDONESIA IN BUILDING
COMPANY'S IMAGE (STUDY CASE: BALI BEACH CLEAN UP
CSR)**

ABSTRACT

Mutiara Widayanti

Companies nowadays are becoming more aware of social responsibility and environmental issues in his obligations to apply environmental ethics concerns in carrying out the company's operational activities. It is supported by implementation of various programs that related to Corporate Social Responsibility (CSR) which is in line with the vision, mission, and also value of the companies itself of his commitment towards sustainability development. To overcome the impact of the climate crisis related to the increase in amount of waste in Bali in 2019 to 2021, also to realize the company's commitment related to the impact of its business operations, PT Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) initiated the CSR Bali Beach Clean Up program. The purposes of this research are to figure out how the implementation of CSR BBCU program in an effort to build a corporate image and its impact on the implementation of the CSR program. The method used in this research is a case study with data collection techniques are in-depth interviews, documentation, and field observations. CSR BBCU has implemented the Triple Bottom Line concept and carried out all stages of CSR implementation according to Coombs & Holladay as well as complying with ISO 26000 guidelines. This research found that the implementation of CSR BBCU program is included in the category Socially Responsible Business Practice. In its implementation, CSR BBCU has received recognition and appreciation from the external stakeholders of company, so that the communication strategy of CSR become important to achieve the success of the CSR program itself. This is in line of an impact through the formation of image that the company wants to build. Image that CCEP Indonesia wants to build through CSR BBCU is a corporate image, which is to provide a whole image for all stakeholders at large. The implementation of CSR BBCU program is a company effort to encourage the government to achieve the pillars of Climate Action and Life Blow Water on the SDG's.

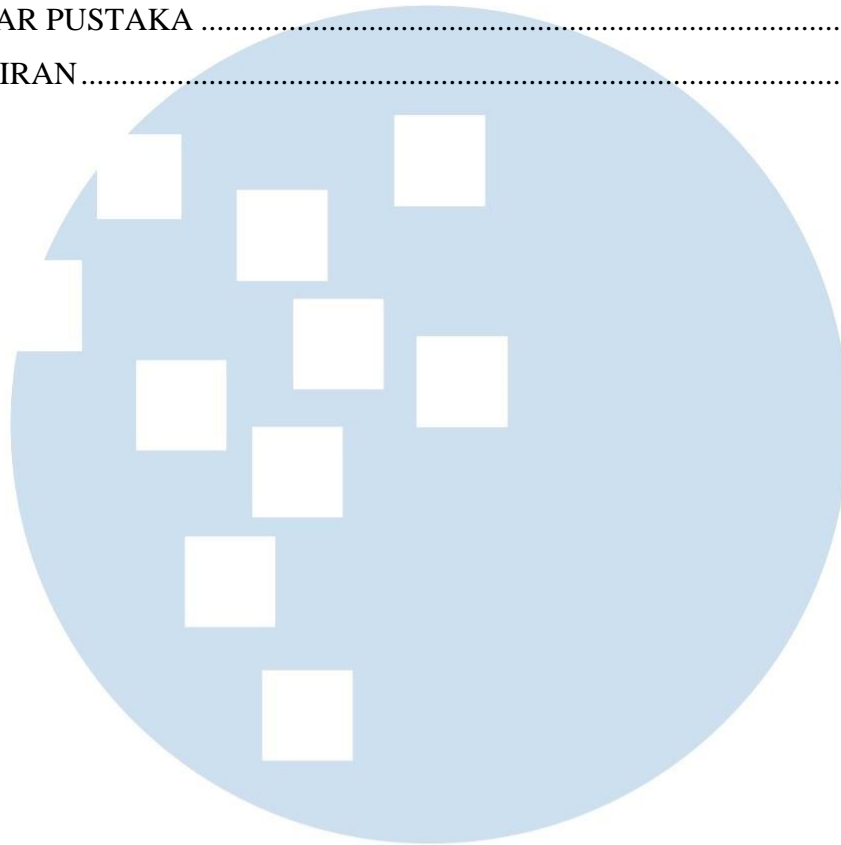
Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Socially Responsible Business Practice, Sustainability,*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1. Kegunaan Akademis	7
1.5.2. Kegunaan Praktis	7
1.5.3. Kegunaan Sosial.....	7
1.6. Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Teori dan Konsep.....	15
2.2.1. <i>Corporate Communication</i>	15
2.2.2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	21
2.2.2.1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	21
2.2.2.2. Model dan Jenis Pelaksanaan CSR	32
2.2.2.3. Implementasi CSR	35
2.2.3. Strategi Komunikasi CSR	40

2.2.4. Citra Perusahaan	42
2.2.5. Teori <i>Stakeholder</i>	47
2.2.6. Teori Legitimasi	51
2.2.7. <i>Sustainable Development Goals</i> (SDG's)	52
2.3. Alur Penelitian	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1. Paradigma Penelitian.....	56
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian.....	58
3.3. Metode Penelitian.....	60
3.4. Partisipan dan Informan Penelitian	62
3.5. Teknik Pengumpulan Data	63
3.6. Keabsahan Data.....	65
3.7. Teknik Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Subjek/ Objek Penelitian.....	69
4.1.1. Sejarah PT Coca-Cola <i>Europacific Partners Indonesia</i>	69
4.1.2. <i>Purpose</i> PT Coca-Cola <i>Europacific Partners Indonesia</i>	71
4.2. Hasil Penelitian	71
4.2.1. Seputar CSR <i>Bali Beach Clean Up</i>	72
4.2.2. Latar Belakang CSR <i>Bali Beach Clean Up</i>	76
4.2.3. Pelaksanaan CSR BBCU Ditinjau dari Teori Coombs & Holladay.....	79
4.2.4. Pelaksanaan CSR BBCU Ditinjau dari ISO 26000	93
4.3. Pembahasan.....	103
4.3. Implementasi Program CSR BBCU.....	103
4.3.2. Strategi Komunikasi Program CSR BBCU.....	117
4.3.3. Implementasi Program CSR BBCU dan Kaitannya dengan SDG's ..	120
4.3.4. Dampak CSR BBCU terhadap Citra Perusahaan.....	123
4.3.5. Apresiasi dan Penghargaan terhadap CSR BBCU	127
BAB V KESIMPULAN SARAN	129
5.1. Kesimpulan	129
5.2. Saran	132
5.2.1. Saran Praktis	132

5.2.2. Saran Akademis	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	138

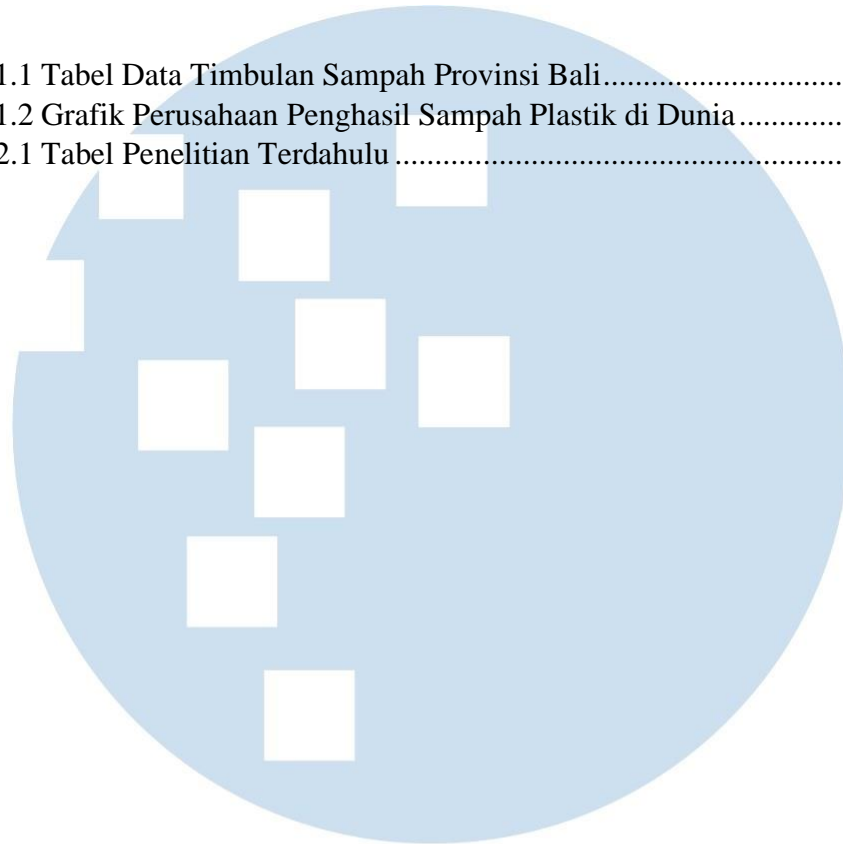


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Timbulan Sampah Provinsi Bali.....	1
Tabel 1.2 Grafik Perusahaan Penghasil Sampah Plastik di Dunia.....	2
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	10



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tren dan Pengembangan <i>Corporate Communication</i>	16
Gambar 2.2 Sub-kategori <i>Corporate Communication</i>	17
Gambar 2.3 <i>Expanded Corporate Communication Strategy Framework</i>	18
Gambar 2.4 <i>The Birkigt and Stadler Model of Corporate Identity</i>	19
Gambar 2.5 <i>Triple Bottom Line</i>	22
Gambar 2.6 <i>Guidance on Social Responsibility</i>	26
Gambar 2.7 Subjek Inti Panduan ISO 26000	28
Gambar 2.8 <i>Stakeholders Salience Model</i>	48
Gambar 2.9 <i>Models of Organization Stakeholder Communication</i>	50
Gambar 2.10 <i>Sustainable Development Goals (SDG)</i>	53
Gambar 2.11 Alur Penelitian.....	55
Gambar 4.1 Logo CCEP Indonesia.....	69
Gambar 4.2 Aktivitas CSR <i>Bali Beach Clean Up (BBCU)</i>	72
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Divisi PACS CCEP Indonesia	74
Gambar 4.4 Praktik Ketenagakerjaan pada CSR BBCU	97
Gambar 4.5 Kondisi Traktor CSR BBCU di Pantai Kedongan	101
Gambar 4.6 Perjalanan dan <i>Milestone</i> CSR BBCU.....	116
Gambar 4.7 Data Timbulan Sampah yang Dihasilkan dari CSR BBCU	119
Gambar 4.8 Penghargaan Indonesia CSR & TJSL <i>Awards 2022</i>	125
Gambar 4.9 Penghargaan <i>Land Use dan Biodiversity</i> serta UN <i>Sustainable</i>	126

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Formulir Konsultasi Skripsi	139
Transkrip Wawancara 1	140
Transkrip Wawancara 2	147
Transkrip Wawancara 3	151
Transkrip Wawancara 4	157
Transkrip Wawancara 5	162
Transkrip Wawancara 6	164
Tabel Axial Coding Narasumber	165
Dokumentasi dengan Narasumber saat Proses Wawancara	170
Dokumentasi Peneliti saat Melakukan Observasi Lapangan	171
BBCU <i>Full Year Report</i> 2020.....	17

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA