



### **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.

**IMPLEMENTASI  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
PT PLN (PERSERO)  
DISTRIBUSI JAWA BARAT  
(STUDI KASUS PROGRAM  
“BAYAR LISTRIK DENGAN SAMPAH”)**

SKRIPSI



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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

**Dhana Rachmatika**

**13140110134**

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

**2017**

## **HALAMAN 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, 13 Juli 2017



Dhana Rachmatika

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Implementasi *Corporate Social Responsibility*

PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat

(Studi Kasus Program “Bayar Listrik dengan Sampah”)

oleh

Dhana Rachmatika

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 27 Juli 2017,

pukul 11.30 s.d. 13.00 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



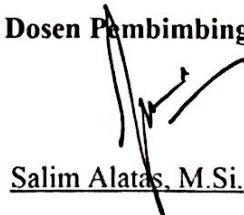
Wildan Hakim, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



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

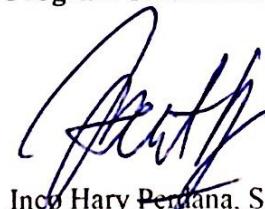
Dosen Pembimbing



Salim Alatas, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Inga Harry Permana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*“Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR): Studi Kasus pada PT.PLN Distribusi Jawa Barat dalam Program “Bayar Listrik dengan Sampah”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Yang mana penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, Rektor Universitas Multimedia Nusantara, yang selalu memberi inspirasi untuk selalu berprestasi,
2. Bapak Inco Hary Perdana, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yang memberikan waktunya untuk menerima konsultasi kepada penulis,
3. Bapak Salim Alatas, selaku pembimbing penulisan skripsi yang telah membimbing penulis terkait penelitian dan penulisan hingga hal lain yang bersangkutan,
4. Para dosen yakni ketua sidang dan penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji serta memberi masukan untuk perbaikan skripsi ini,
5. Orang tua juga seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan secara moril maupun materil selama proses perkuliahan hingga berlangsungnya penelitian skripsi,
6. Seluruh perusahaan dan narasumber terkait, yang senantiasa menerima juga membagi pengetahuan serta jawaban pertanyaan penulis sehingga penulisan skripsi menjadi lebih mudah dengan adanya kelengkapan data yang diberikan,
7. Dimas Dwi Cahyo, yang senantiasa menemani penulis untuk meneliti kemanapun, memberikan dukungan serta motivasi juga menjadi penyemangat di setiap penulisan skripsi ini,

8. Nola Kristina, Sharon Hermanto, Merlian Dea Gisela, sahabat seperjuangan terdekat penulis di kampus yang selalu bisa menjadi tempat keluh kesah serta selalu membantu dan memberikan dukungan setiap saat,
9. Windy Hendriati dan Ainingtyas, sahabat seperjuangan terdekat penulis yang berada di kampus lain namun selalu menjadi tempat penulis membagikan kisah dan selalu memberikan semangat kepada penulis,
10. Jessica dan Febrina, teman seperjuangan dengan satu tim bimbingan yang sama, yang selalu memberikan motivasi dan informasi terkini mengenai bimbingan,
11. Sahabat-sahabat penulis lainnya di luar kampus yang juga selalu memberikan dukungan serta motivasi yang tiada henti,
12. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis selama pelaksanaan dan penulisan skripsi.

Sebelumnya penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata. Penulis membutuhkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi PT.PLN (Persero) dan Universitas Multimedia Nusantara serta dapat memberikan pengetahuan baru bagi pembaca. Terima kasih.

Tangerang, 13 Juli 2017



Dhana Rachmatika

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
**PT PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA BARAT**  
**(Studi Kasus pada Program “Bayar Listrik dengan Sampah”)**

**ABSTRAK**

Oleh: Dhana Rachmatika

*Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu peran penting sekaligus membantu kedudukan humas dalam membangun hingga menjaga citra positif perusahaan. Dalam mengimplementasikan program sosial seperti “Bayar Listrik dengan Sampah” milik CSR PT PLN (Persero) juga membutuhkan komunikasi pemasaran untuk mengenalkan, memberi informasi, mengomunikasikan program agar masyarakat mendapatkan pemahaman.

Dalam penelitian ini, yang menjadi rumusan masalah penulis adalah bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam program “Bayar Listrik dengan Sampah.” Sehingga, adapun konsep yang penulis gunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan komunikasi pemasaran yang mengacu pada Philip Kotler.

Jenis dan sifat yang digunakan penulis yakni kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Dengan metode tersebut, membantu penulis untuk melakukan penelitian ini hingga mendapatkan hasil akhir yang juga di dapat dari hasil wawancara secara mendalam dengan narasumber terkait, observasi, dan studi dokumen.

Hasil penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) pada program “Bayar Listrik dengan Sampah” yaitu program berpijak pada tata nilai perusahaan dan menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG). Bauran Komunikasi Pemasaran yang digunakan antara lain *public relations, personal selling, direct message, dan word of mouth*.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility, Komunikasi Pemasaran*

# IMPLEMENTATION IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

(Case study in the program of “Pay for Electricity with Garbage”)

## ABSTRACT

By: Dhana Rachmatika

Corporate Social Responsibility (CSR) becomes one of important role aspect as well as helps Public Relation (PR) in term building and maintaining the positive company's image. In a social program like “Pay for Electricity with Garbage” for implementation need marketing communication to introduce, to give information, and to communicate the program in order to the society could get clear information regarding to the program.

In this study, what becomes the problem formulation of the author is how the implementation in Corporate Social Responsibility (CSR) PT. PLN (Persero) West Java Distribution in the program of “Pay for Electricity with Garbage.” so, as for the concept that the author used besides the Corporate Social Responsibility which are marketing communication refers to Phillip Kotler.

The type and nature used by the author is qualitative descriptive with case study method. By this method, it assisted the author to undertake this research to obtain the final results which are also obtained through the results of in-depth interviews with related resource persons and studies relevant document.

The study results about the communication implementation in Corporate Social Responsibility CSR in the program “Pay for Electricity with Garbage” are based on corporate values and complemented by the implementation of Good Corporate Governance. The Communication Mix used is public relations, personal selling, and direct message.

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

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b>	<b>Hlm.</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1    Signifikansi Akademis.....	10
1.4.2    Signifikansi Praktis.....	1
<b>BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
2.1    Kajian Pustaka.....	11
2.2    Konsep-Konsep yang Digunakan.....	12
2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	12
2.2.2    Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	20
2.2.3    Model CSR dalam Komunikasi Pemasaran.....	28
2.3    Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1    Bagan Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1    Jenis dan Sifat Penelitian.....	34

3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	<i>Key Informan</i> .....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
	3.4.1 Data Primer.....	40
	3.4.2 Data Sekunder.....	42
3.5	Teknik Analisis Data.....	42
	3.5.1 Reduksi Data.....	43
	3.5.2 Triangulasi.....	44
 BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	45
	4.1.1 Visi, Misi, dan Tata Nilai Organisasi.....	46
	4.1.2 Tata Nilai.....	48
	4.1.3 Tata Kelola Organisasi.....	51
	4.1.4 Program “Bayar Listrik dengan Sampah”.....	52
4.2	Hasil Penelitian.....	65
	4.2.1 Program “Bayar Listrik dengan Sampah”.....	65
	4.2.2 Analisa SWOT.....	72
	4.2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP).....	75
	4.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	77
4.3	Pembahasan dan Analisa.....	80
 BAB V KESIMPULAN.....		93
5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
	5.2.1 Saran untuk Universitas.....	94
	5.2.2 Saran untuk Perusahaan dan Mitra Binaan .....	95

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 <i>The Triple Bottom Lines</i> .....	14
Gambar 2.2 Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	15
Gambar 2.3 <i>Marketing Mix</i> .....	23
Gambar 2.4 <i>Marketing Communication Mix</i> .....	25
Gambar 2.5 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	28
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Bank Sampah Induk Hijau Lestari.....	57
Gambar 4.2 Struktur Bank Sampah Induk Hijau Lestari.....	58
Gambar 4.3 Jenis-Jenis Sampah.....	62
Gambar 4.4 <i>Flow Chart 1</i> .....	64
Gambar 4.5 <i>Flow Chart 2</i> .....	65
Gambar 4.6 Hasil Analisis <i>Marketing Communications Mix</i> .....	89



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.3 <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i> .....	24
Tabel 4.1 Program CSR PT PLN (Persero).....	54
Tabel 4.2 Daftar Kecamatan Bank Sampah Unit .....	60
Tabel 4.3 Jenis dan Bentuk Sampah.....	63
Tabel 4.4 <i>SWOT</i> .....	83
Tabel 4.5 Hasil Analisis SWOT.....	85

UMN