



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.

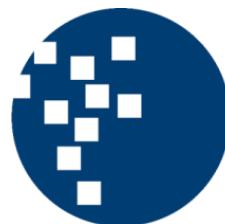
Copyright and reuse:

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.

***ANALYSIS IMPLEMENTATION OF
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PROGRAM PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA,
TBK. IN MAINTAINING IMAGE COMPANY***

(Case Study of Alfamart Branch Outlet Cikokol)

THESIS



*In Partial Fulfillment of the Requirement
for the Degree of Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)*

By:

Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

13140110271

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT FACULTY
OF COMMUNICATION SCIENCE MULTIMEDIA
NUSANTARA UNIVERSITY**

TANGERANG

2017

**ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***
**PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK.
DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Outlet Binaan Alfamart Cabang Cikokol)

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

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

Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

13140110271

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI *MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

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 pada 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, 7 Juli 2017



Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

HALAMAN PENGESAHAN

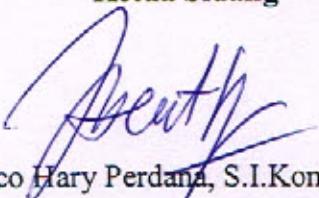
Skripsi dengan judul

**ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK.
DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN**
(Studi Kasus Outlet Binaan Alfamart Cabang Cikokol)

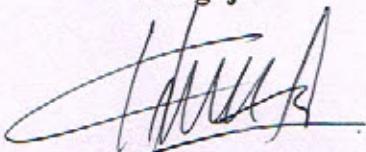
Oleh
Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

Telah diujikan pada hari Kamis, 27 Juli 2017 pukul 08.30 – 10.00 WIB dan
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang


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

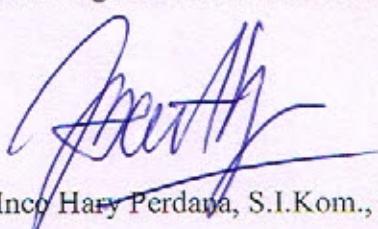
Penguji


(Ujang Rusdianto, S.I.Kom., M.I.Kom.)

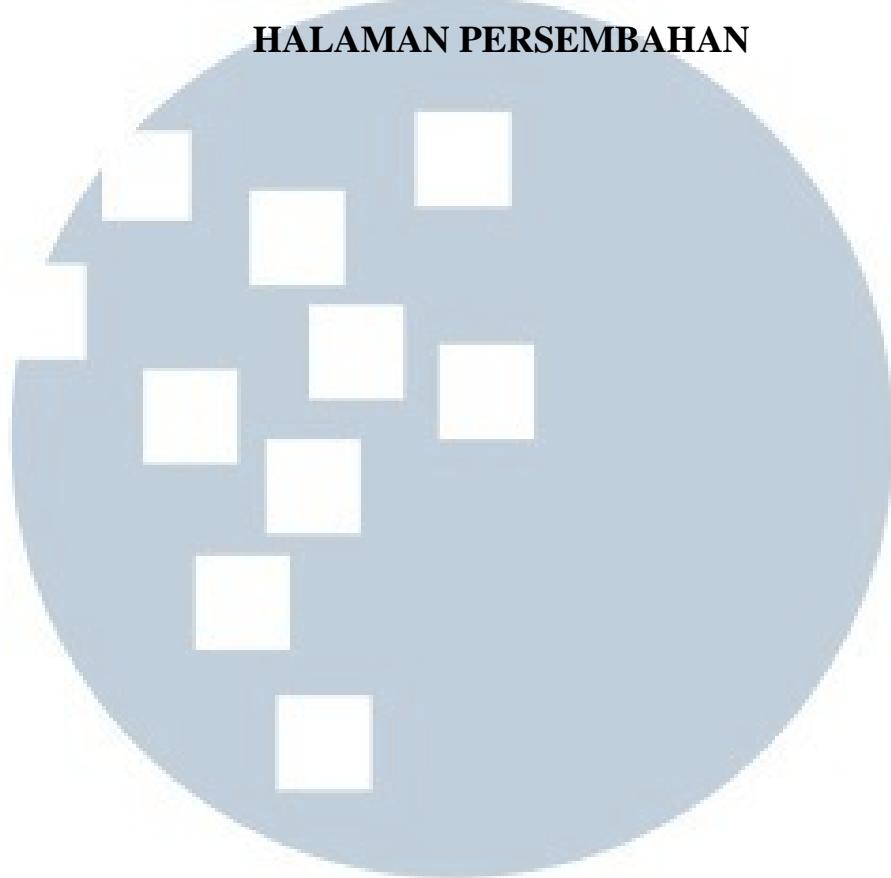
Pembimbing


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

**Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**


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

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMN
“*Inna ma'iyya rabee sa yahdeen*”
Truly my lord is with me, he will guide me through.

(QURAN, 26:62)

Aku berlindung kepada-MU dari kemalasan dan kejelekan
(Akhlak) di hari tua. Aku berlindung kepada-MU dari siksa
neraka dan kubur. (HR.MUSLIM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia – Nya peneliti mampu menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Outlet Binaan Alfamart Cabang Cikokol)”.

Laporan skripsi ini dibuat oleh peneliti sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi jurusan *Public Relations* di Universitas Multimedia Nusantara. Selain kepada Tuhan Yang Maha Esa, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing laporan skripsi Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan laporan skripsi.
2. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Orangtua dan juga keluarga yang sudah mendukung peneliti dalam mengerjakan laporan skripsi.
4. Pihak perusahaan Alfamart yaitu departemen *Corporate Communication* yang telah memberi izin peneliti untuk meneliti.
5. Nur Rachman selaku *General Manager Corporate Communication* Alfamart yang telah menyempatkan waktunya untuk menjadi narasumber utama peneliti.
6. Edelia Marselina selaku PR *Coordinator* Alfamart yang memberi kesempatan untuk menjadi salah satu narasumber.

7. Bonifasius Parikesit selaku pakar dan peneliti *Corporate Social Responsibility* yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber peneliti.
8. Pak Wahab dan Pak Yuri selaku pedagang UMKM yang telah bersedia untuk menjadi narasumber peneliti.
9. Serta kerabat dekat peneliti, Fauziyah Octavianti, Raden Sarah Chyntia, Suciati Wulansari, Amalia Maretita Savira, Marsya Zoraya, Adi Surya Chuardy, Oslerian Agata Okalin, Yeremia Christopher, Nadia Saraswati Wahyudi, Jonathan Enggono, Roy Satyanusa, Sagita Rarasati dan Lusvita Rinawati yang memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah memberikan semangat dan kontribusi yang besar bagi peneliti, baik berupa saran, masukan, maupun dukungan selama penyusunan laporan skripsi hingga selesai.

Berkaitan dengan kesempurnaan, peneliti menyadari bahwa laporan skripsi peneliti masih banyak kekurangan. Peneliti menerima kritik dan saran dari pembaca agar laporan skripsi ini menjadi sempurna. Peneliti juga berharap laporan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca yang juga akan menyusun laporan skripsi di kemudian hari.

Tangerang, 7 Juli 2017



Mutiaranisa Dwiputri A.

**ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK. DALAM
MENJAGA CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Outlet Binaan Alfamart
Cabang Cikokol)**

ABSTRAK

Oleh: Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

Sebuah perusahaan pasti mempunyai visi misi dan tujuan masing-masing, begitu juga dengan perusahaan *retail* terbesar di Indonesia yaitu Alfamart. Dalam menjalankan perusahaannya tentu saja Alfamart tidak lepas dari berbagai isu. Berdiri dan berdampingan dengan lingkungan masyarakat membuat Alfamart mempunyai visi untuk berorientasi terhadap pemberdayaan pengusaha kecil termasuk yaitu UMKM. Perusahaan mewujudkan semua itu dengan mengusung program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan bertemakan merangkul pedagang UMKM agar ikut berkembang dan tidak merasa tersaingi oleh bisnis *minimarket*. Program tersebut bernama Outlet Binaan Alfamart (OBA) yang pada implementasi di dalamnya terdapat beberapa *project* pelaksanaan CSR OBA.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Konsep utama yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam oleh beberapa narasumber utama dan narasumber pendukung dalam memenuhi hasil dari penelitian peneliti.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility* OBA yang diusung oleh Alfamart memiliki kesesuaian dengan konsep CSR dan *Community Development* yaitu pengembangan masyarakat oleh perusahaan. Program tersebut sesuai dengan salah satu visi dari perusahaan yaitu berorientasi terhadap pemberdayaan pengusaha kecil. Dalam menjaga citra perusahaan agar tetap positif, Alfamart berharap agar terus berhubungan baik dengan masyarakat melalui program OBA dan citranya tetap terjaga salah satunya dengan adanya publikasi yang baik kepada publik.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Pengembangan masyarakat, *Minimarket*, UMKM.

**U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A**

**ANALYSIS IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PROGRAM PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK. IN MAINTAINING IMAGE
COMPANY (Case Study of Alfamart Branch Outlet Cikokol)**

ABSTRACT

By: Mutiaranisa Dwiputri Abdulrakhman

A company must have a vision of mission and goals respectively, as well as the largest retail company in Indonesia, Alfamart. In running the company of course Alfamart is not be separated from the issue. Standing and adjacent to the community environment makes Alfamart has a vision to be oriented towards empowering small entrepreneurs including MSMEs. The company embodies all of them by carrying corporate social responsibility program or Corporate Social Responsibility (CSR) with the theme of embracing SMEs merchants to grow and not feel unrivaled by the minimarket business. The program named Alfamart Created Outlet (OBA) which in implementation there are some projects of CSR OBA implementation.

This research uses descriptive qualitative approach and use case study research method. The main concept that became the reference in this research is Corporate Social Responsibility. Data collection techniques used are in-depth interviews by some main speakers and resource supporters in meeting the results of research researchers.

The results of this study indicate that the implementation of OBA Corporate Social Responsibility program carried by Alfamart has a conformity with the concept of CSR and Community Development is community development by the company. The program is in accordance with one of the vision of the company that is oriented towards empowering small entrepreneurs. In maintaining the company's image to stay positive, Alfamart hopes to keep in touch with the community through the OBA program and its image is maintained one of them with good publicity to the public.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Community Development, Minimarket, small entrepreneurs (SMEs)*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Akademis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan.....	16
2.2.1 <i>Public Relations</i>	16
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.2.3 Definisi CSR menurut ISO 26000	36
2.2.4 <i>Community Development</i>	39
2.2.5 UMKM.....	42
2.2.6 Program Outlet Binaan Alfamart	44
2.2.7 Citra Perusahaan	45

2.2.8 Kerangka Pemikiran.....	47
-------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Keabsahan Data	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.7 Fokus Penelitian.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	60
4.1.1 Profil PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. (Alfamart)	60
4.1.2 Visi dan Misi Alfamart	62
4.1.3 Program CSR yang dijalankan Alfamart	63
4.1.4 Struktur Organisasi.....	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 <i>Public Relations</i>	68
4.2.2 Komunikasi Dua Arah	71
4.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	75
4.2.4 <i>Community Development</i>	79
4.2.5 UMKM	81
4.2.6 OBA	84
4.2.7 Citra	89
4.3 Pembahasan.....	93
4.3.1 Komunikasi Dua Arah	93
4.3.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	94
4.3.3 <i>Community Development</i>	103
4.3.4 UMKM.....	105
4.3.5 OBA.....	106

4.3.6 Citra (<i>Image</i>)	109
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	113
5.2 Saran	115
5.2.1 Saran Akademis	115
5.2.2 Saran Praktis	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	120

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE (Panduan Wawancara)

TRANSKRIP WAWANCARA

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI

LAMPIRAN

FOTO-FOTO

PENGHARGAAN-PENGHARGAAN YANG DIDAPAT ALFAMART

CURRICULUM VITAE

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 *Review Penelitian Terdahulu*..... 14



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	47
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Triple Bottom Line</i>	27
Gambar 2.2 <i>Stakeholder Model Of Strategic Management</i>	34
Gambar 2.3 Tujuh Subjek Pokok dari ISO 26000.....	38
Gambar 4.1 Logo Alfamart.....	60
Gambar 4.2 Kartu “Kartu Aku Pedagang” milik pedagang Wahab.....	86
Gambar 4.3 Bedah Warung Outlet Binaan Alfamart.....	107

