



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.

**STRATEGI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT FORTUNE INDONESIA TBK DALAM
MEMBANGUN *COMMUNITY DEVELOPMENT*
(STUDI KASUS PROGRAM CSR KITA BER CERITA)**

SKRIPSI



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

Vetricia Novenda Tio

14140110297

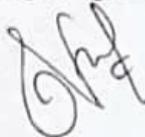
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Melalui pernyataan ini, saya menyatakan bahwa penelitian yang telah buat ini adalah hasil karya ilmiah saya sendiri. Semua sumber baik yang dikutip, maupun dijadikan bahan rujukan telah saya cantumkan sumber dan asalnya dalam Daftar Pustaka.

Apabila suatu saat ditemukan kecurangan dan penyimpangan mengenai penelitian ini baik dalam penulisan, maupun dalam pelaksanaan penelitian, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Juni 2018



Vetricia Novenda Tio

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

**STRATEGI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT FORTUNE INDONESIA TBK DALAM
MEMBANGUN *COMMUNITY DEVELOPMENT*
(STUDI KASUS PROGRAM CSR KITA BERCERITA)**

Oleh

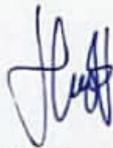
VETRICIA NOVENDA TIO

14140110297

Telah diujikan pada hari Senin, 30 Juli 2018 pukul 11.00 s.d 12.30

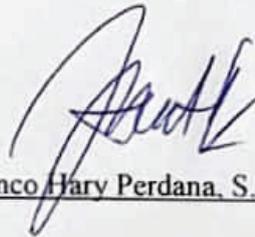
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



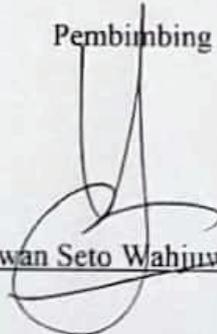
Helga Liliani Cakra Dewi M.Comm

Penguji Ahli



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

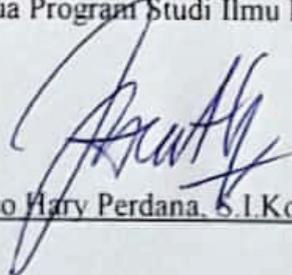
Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan hikmat-Nya selama proses penelitian ini. Sehingga, peneliti dapat merampungkan penelitian ini dari awal hingga tahap penyelesaian skripsi yang berjudul “STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT FORTUNE INDONESIA TBK DALAM MEMBANGUN COMMUNITY DEVELOPMENT (STUDI KASUS PROGRAM CSR KITA BERCERITA)” sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Penyelesaian penelitian ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa dukungan, arahan, bantuan, semangat, dan doa yang mengalir dari berbagai pihak, baik secara langsung, maupun tidak langsung. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut.

1. Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si yang telah membimbing, memberikan saran, memberikan penghiburan dan semangat, serta menyediakan waktunya bagi peneliti sampai penelitian ini terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Papa, Mama, Koko, Jojo, dan Maicel yang telah menyemangati dan menginspirasi ketika peneliti menghadapi kerikil-kerikil selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Gita Galantari selaku *Corporate Communications Manager* PT Fortune Indonesia Tbk yang telah bersedia membantu peneliti dalam mengumpulkan data bagi penelitian ini.
5. Ibu Herdinda selaku *Corporate Communications Supervisor* PT Fortune Indonesia Tbk yang telah meluangkan waktunya dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti dan membagi data penunjang penelitian ini.

6. Pak Marlon selaku *Internal Relations and Talent Development* PT Rajawali Corpora yang telah begitu antusias dalam menjelaskan program CSR tersebut kepada peneliti.
7. Bapak Seno Pramudji selaku *Community Manager* PT Bukalapak yang telah bersedia memberikan saran bagi penelitian penulis.
8. Ibu Teti Herawati selaku Guru dan Sekertaris Sanggar Fortune II yang telah memberi informasi sebagai penunjang data penelitian penulis.
8. Sindy, Prisil, dan Frisa sebagai teman seperjuangan di kantor yang telah menemani dan berjuang bersama setelah jam kantor usai.
9. Imelda, Nurul, Anggi, Balkis, dan Giselle yang telah saling menyemangati dalam perjuangan menuju gelar Strata Satu.
10. Teman-teman Uniscas yang juga tengah berjuang bersama pada masing-masing universitas.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Tetapi, melalui niat baik, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menggambarkan secara baik mengenai strategi program CSR pada perusahaan dalam bidang pengembangan masyarakat. Semoga dengan penelitian ini, peneliti dapat memberikan memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan universitas, serta memberikan kontribusi bagi penyempurnaan program CSR Fortune Group.

Tangerang, 28 Juni 2018



Vetricia Novenda Tio

**STRATEGI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT FORTUNE INDONESIA TBK DALAM MEMBANGUN
COMMUNITY DEVELOPMENT
(STUDI KASUS PROGRAM CSR KITA BERCEKITA)**

ABSTRAK

Oleh: Vetricia Novenda Tio (14140110297)

Penelitian ini membahas strategi *Corporate Social Responsibility* dalam upaya membangun pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh PT Fortune Indonesia Tbk kepada Sanggar Fortune. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi CSR pada program KITA BerceKITA yang dijalankan oleh PT Fortune Indonesia Tbk untuk menciptakan kemandirian masyarakat demi tercapainya terminasi ketika program sudah tidak berjalan. Penelitian ini didasari *CSR Process Model* yang dijelaskan oleh Coombs dan Holladay dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif, menggunakan paradigma *post-positivism* dengan metode studi kasus. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui proses wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Dalam menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep untuk dijadikan landasan teori, diantaranya Teori Kontrak Sosial, *Public Relations*, *Corporate Communications*, strategi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menurut Coombs dan Holladay, dan *Community Development*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa program ini telah melakukan tahap pelaksanaan CSR menurut *CSR Process Model* Coombs dan Holladay dan lima pilar aktivitas CSR menurut *Prince of Wales International Business Forum*. Namun, belum memerhatikan dimensi *profit* dari *triple bottom line* serta belum mendapatkan *feedback* secara luas dari masyarakat.

Kata Kunci: *Public Relations*, *Corporate Communications*, *Corporate Social Responsibility*, *Community Development*, PT Fortune Indonesia Tbk

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STRATEGY
PT FORTUNE INDONESIA TBK IN BUILDING
COMMUNITY DEVELOPMENT
(CASE STUDY FOR KITA BERCEKITA CSR PROGRAM)**

ABSTRACT

By: Vetricia Novenda Tio

This research discusses the strategy of Corporate Social Responsibility in building community development by PT Fortune Indonesia Tbk to Sanggar Fortune. The objectives of this research is to know the strategy of CSR at KITA BerceKITA program which is run by PT Fortune Indonesia Tbk to create community self-reliance in order to reach termination when the program is not running. This research is based on the CSR Process Model described by Coombs and Holladay with qualitative and descriptive approach, using post-positivism paradigm with case study method. Data obtained in this study through in-depth interviews, observation, literature study, and documentation. In testing the validity of the data, this study used source triangulation. Researcher using several theories and concepts as the foundation of theory, including Social Contract Theory, Public Relations, Corporate Communications, Corporate Social Responsibility implementation strategies according to Coombs and Holladay, and Community Development. The results of this study explain that this program has done the implementation phase of CSR according to CSR Process Model Coombs and Holladay and five pillars of CSR activity according to Prince of Wales International Business Forum. However, have not noticed the profit dimensions of the triple bottom line and have not received extensive feedback from the public.

Key Words: Public Relations, Corporate Communications, Corporate Social Responsibility, Community Development, PT Fortune Indonesia Tbk

U M N
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

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Daftar Isi.....	viii
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB 2 Kerangka Pemikiran.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian.....	15
2.2.1 Teori Kontrak Sosial.....	15
2.2.2 <i>Public Relations</i>	17
2.2.3 <i>Corporate Communications</i>	21
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibilities</i>	27
2.2.4.1 Strategi Perencanaan CSR.....	37
2.2.5 <i>Community Development</i>	43
2.2.5.1 Klasifikasi <i>Community Development</i>	45
2.2.5.2 Isu-isu dalam <i>Community Development</i>	46
2.2.6 CSR melalui <i>Community Development</i>	48
2.3 Alur Pemikiran.....	50
BAB 3 Metodologi Penelitian.....	51
3.1 Paradigma Penelitian.....	51
3.2 Pendekatan dan Sifat Penelitian.....	52
3.3 Metode Penelitian.....	53
3.4 <i>Key Informan</i> dan Informan.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.1 Data Premier.....	57
3.5.2 Data Sekunder.....	58
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	58
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Profil Perusahaan PT Fortune Indonesia Tbk.....	62
4.1.1.1 Struktur Perusahaan PT Fortune Indonesia Tbk.....	64
4.1.1.2 Sekilas Mengenai KITA Bercerita.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	68

4.2.1	Peran <i>Corcom</i> dalam CSR Fortune Group	68
4.2.2	Latar Belakang Program CSR KITA Bercerita	70
4.2.3	Tujuan Program CSR KITA Bercerita	77
4.2.4	<i>Target Audience</i> Program KITA Bercerita.....	77
4.2.5	Strategi Program CSR KITA Bercerita	78
	4.2.5.1 <i>Key Messages</i>	79
	4.2.5.2 Media Komunikasi	80
4.2.6	CSR sebagai Upaya Pengembangan Masyarakat.....	81
4.3	Pembahasan	84
4.3.1	Strategi Program CSR KITA Bercerita berdasarkan model CSR Coombs & Holladay	92
BAB 5 Simpulan dan Saran.....		120
5.1	Simpulan.....	120
5.2	Saran	121
5.2.1	Saran praktis	122
5.2.2	Saran Akademis.....	122

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

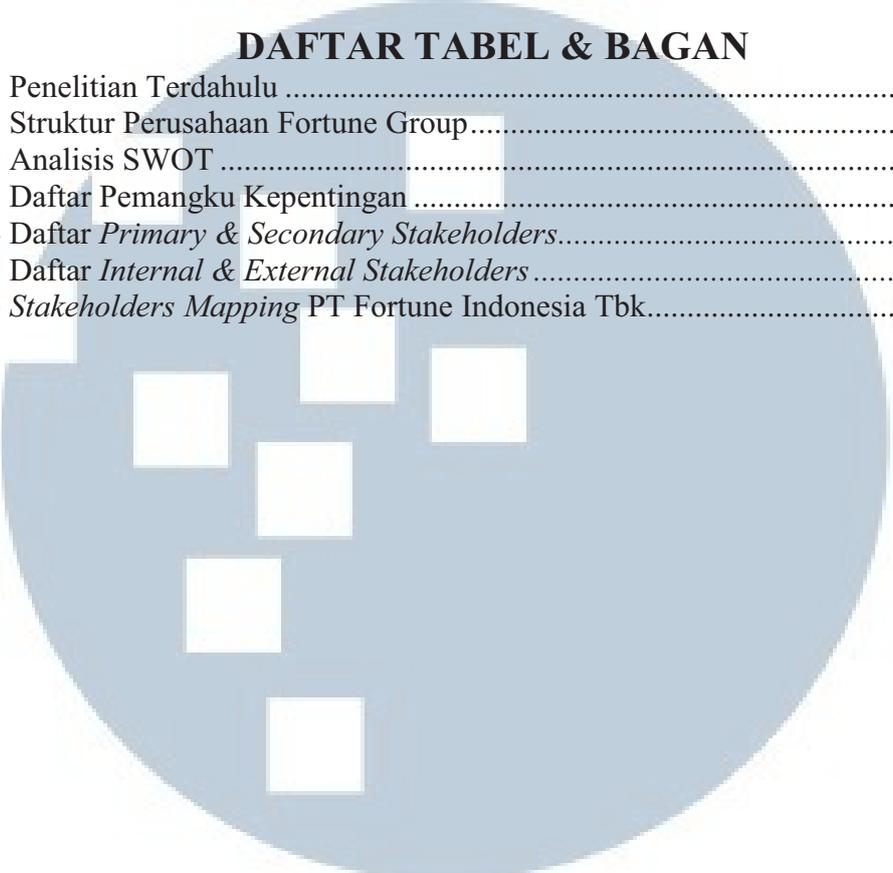
2.1 Subfungsi <i>Corporate Communications</i>	23
2.2 Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	30
2.3 Piramida CSR Archie B. Carroll	32
2.4 Tahapan CSR Coombs & Holladay	38
4.1 Logo PT Fortune Indonesia Tbk	63
4.2 Angka Buta Huruf 2014	73
4.3 Piramida CSR Archie B. Carroll	89
4.4 Pembuatan Boneka jari oleh Sanggar Fortune	91
4.5 Perwakilan Fortune Group dan Pengurus Sanggar Fortune	92
4.6 Buku Cerita melalui Kemitraan dengan Provisi	101
4.7 Contoh Boneka Jari	103
4.8 Publikasi Ayo Dongeng Indonesia	106
4.9 Contoh <i>Press Release</i>	107
4.10 Struktur dan deskripsi pekerjaan Marketing Bukalapak	108
4.11 Hasil Evaluasi KITA Bercerita tahun 2016-2017	110
4.12 Penampilan KITA Bercerita Tahun 2017	111
4.13 Rekapitulasi Media Monitoring	112

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL & BAGAN

2.1 Penelitian Terdahulu	14
4.1 Struktur Perusahaan Fortune Group.....	65
4.2 Analisis SWOT	98
4.3 Daftar Pemangku Kepentingan	99
4.4 Daftar <i>Primary & Secondary Stakeholders</i>	100
4.5 Daftar <i>Internal & External Stakeholders</i>	100
4.6 <i>Stakeholders Mapping</i> PT Fortune Indonesia Tbk.....	102



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA