

**IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY PT. SIDO MUNCUL
TBK DALAM MEMBANGUN STAKEHOLDER
ENGAGEMENT**

**(Studi Kasus Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama
Pedagang Jamu ke-25 Periode 2014)**

SKRIPSI



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

Sherly Destriana

11140110027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang rujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

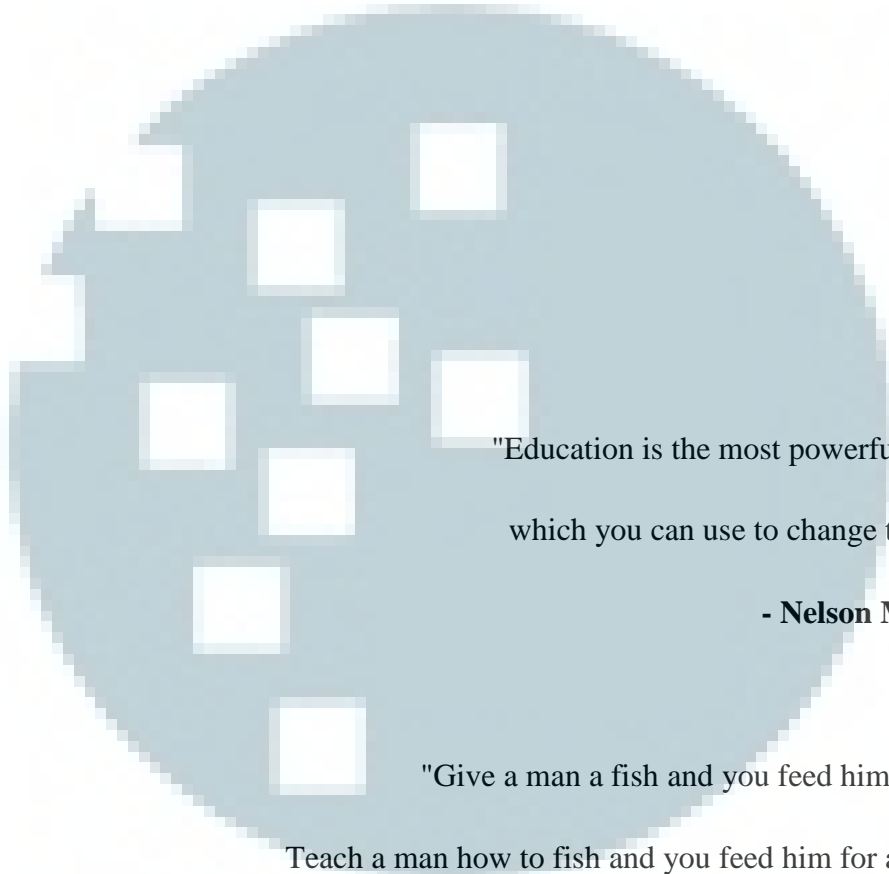
Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap DICABUT.

Tangerang, 11 Agustus 2015

Sherly Destriana

UMMN

HALAMAN PERSEMBAHAN



"Education is the most powerful weapon,
which you can use to change the world"

- Nelson Mandela -

"Give a man a fish and you feed him for a day.

Teach a man how to fish and you feed him for a lifetime"

- Lao Tzu -



Untuk mama dan papa,
Saudara dan para sahabat terbaik

Aku percaya pada kerja keras

Terima kasih untuk dukungan dan kesempatan

Kepada saya untuk mewujudkannya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME atas segala berkat dan pendampingannya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul *Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Sido Muncul Tbk dalam Membangun Stakeholder Engagement (Studi Kasus Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama Pedagang Jamu ke-25 Periode 2014)* dengan baik sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Dalam proses penelitian hingga penyusunan Skripsi ini, ada beberapa pihak yang senantiasa memberikan dukungan, arahan, doa serta waktu yang membantu peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dian Anggraeni, S.S., M.Si., selaku pembimbing penelitian yang telah meluangkan waktu, memberi arahan, saran, masukan, inspirasi serta dorongan semangat selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi atas bimbingan dan semangat yang diberikan serta dukungan moral selama masa perkuliahan
3. Ibu Nanik, selaku Senior Manager PR Sido Muncul dan Ibu Sri Wahyuni selaku Manager Media Relations Sido Muncul atas kesediaannya menjadi narasumber utama yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya dan berbagi informasi dan inspirasi yang dibutuhkan peneliti.

4. Iqbal Zakky Hasbianto SIP selaku narasumber ahli atas kesediaan dan bantuannya meluangkan waktu dan berbagi informasi serta pengetahuan, khususnya di bidang *Corporate Social Responsibility*
5. Orang tua dan kedua kakak penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Tommy Felix yang selalu ada untuk mendengarkan dan memberikan motivasi serta semangat penulis dalam proses pengerjaan Skripsi. Terima kasih banyak untuk selalu sabar mendengar keluhan penulis dan hadir setiap waktu.
7. Ribka Rianawati, Norita, Rizky Novita dan Novita Sari selaku sahabat seperjuangan penulis yang tidak lelah saling memberikan semangat, saran, dukungan, dan motivasi selama proses penyelesaian Skripsi ini.
8. Hendrik Bopen, sebagai mentor yang selalu mampu dan bersedia meluangkan waktu untuk selalu di repotkan mengatur jadwal dengan pihak perusahaan, berbagi pengalaman dan pengetahuan serta memberi semangat dalam proses pembuatan Skripsi.
9. Reynold Andika, Blasius Ryan, dan Maria Natasha sebagai teman penulis yang selalu membantu untuk direpotkan dan menjadi mentor bagi penulis, berbagi pengalaman, serta selalu sabar dan memberikan semangat, dukungan, motivasi dan inspirasi saat proses penyusunan Skripsi ini berlangsung.

10. Teman- teman PR UMN angkatan 2011 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berperan membantu terselesaikannya Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masi jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti dengan senang hati terbuka dengan segala bentuk masukan dan kritik yang membangun demi menyempurnakan Skripsi ini. Peneliti berharap Skripsi ini selanjutnya dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara serta penelitian- penelitian selanjutnya.

Tangerang, 11 Agustus 2015

Sherly Destriana

UMMN

IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. SIDO MUNCUL TBK DALAM MEMBANGUN STAKEHOLDER ENGAGEMENT

(Studi Kasus Program Mudik Gratis Sido Muncul Bersama Pedagang Jamu ke-25
Periode 2014)

ABSTRAK

Sherly Destriana

11140110027

Dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnisnya, setiap perusahaan tentunya memiliki bentuk tanggung jawab sosial dalam melaksanakan setiap programnya. Agar perusahaan tersebut dapat dinilai baik di mata masyarakat dan membentuk pola pikir masyarakat yang baik, perusahaan memiliki peran penting untuk menarik perhatian masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Dalam penerapan CSR, perusahaan juga turut mencari cara untuk memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat dan membangun *stakeholder engagement*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program CSR dari PT. Sido Muncul.

Penelitian ini menggunakan teori dan konsep yang berkaitan dengan model perencanaan CSR, *CSR Process Model* oleh Coombs dan Holladay, konsep peran PR oleh Cutlip, Centre dan Broom, citra perusahaan oleh Jefkins serta konsep- konsep CSR lainnya oleh Kotler, Untung dan Suharto.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada 3 narasumber yaitu Senior Manager Public Relations PT. Sido Muncul Tbk, Manager Media Relations PT. Sido Muncul, Tbk dan seorang konsultan yang merupakan narasumber ahli dalam bidang *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program “Mudik Gratis” bersama pedagang jamu Sido Muncul sudah terealisasi dengan cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan program yang selalu berjalan setiap tahun dan mendapatkan respon positif dari masyarakat dan beberapa penghargaan dari lembaga pemerintah. Namun, jika dilihat dari model perencanaan CSR Coombs dan Holladay, program “Mudik Gratis” ini belum dijalankan secara maksimal. Ada beberapa tahapan yang tidak begitu diperhatikan dalam pelaksanaan program CSR. Akan tetapi, dalam penerapannya, CSR berperan penting dalam memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat. Maka, dapat disimpulkan bahwa implementasi program CSR berperan penting bagi perusahaan untuk saling membantu kedua belah pihak baik perusahaan maupun masyarakat.

Kata kunci: corporate, citra perusahaan, social responsibility, stakeholder engagement

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII
I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Penelitian	11
1.5 Lokasi dan Waktu penelitian.....	12
II KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kerangka Konseptual	19
2.2.1. Public Relations	19
2.2.1.1. Peran dan Fungsi Public Relations	21

2.2.2. Corporate Social Responsibility	26
2.2.2.1. Definisi Corporate Social Responsibility	26
2.2.2.2. Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility.....	29
2.2.2.3. Pilar Corporate Social Responsibility	32
2.2.2.4. Jenis Corporate Social Responsibility	37
2.2.2.5. Manfaat Corporate Social Responsibility	44
2.2.2.6. Perencanaan Social Responsibility Evaluation	46
2.2.3. Stakeholder Engagement	55
2.2.3.1 Citra Perusahaan	57
2.3. Alur Pemikiran	60
2.4. Bagan Alur Pemikiran	61
III METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1. Paradigma Penelitian	62
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian	63
3.3. Metode Penelitian	65
3.4. Key Informan	65
3.5. Teknik Pengumpulan Data	66
3.6. Teknik Analisa Data	68
3.7. Teknik Keabsahan Data	71
3.8. Fokus Penelitian	74
IV HASIL PENELITIAN	75
4.1. Gambaran Umum PT. Sido Muncul Tbk	75

4.1.1. Visi Misi Perusahaan.....	78
4.1.2. Peran Bisnis PT. Sido Muncul di Masyarakat	79
4.1.3. Unit Bisnis PT. Sido Muncul Tbk	81
4.2. Hasil Penelitian	85
4.2.1. Peran dan Fungsi Public Relations	85
4.2.2. Definisi CSR bagi Sido Muncul	87
4.2.3. Latar Belakang Program CSR	88
4.2.3.1. Program “Mudik Gratis”	92
4.2.3.2. Aktivitas dalam Program “Mudik Gratis”	95
4.2.4. Tujuan Program CSR “Mudik Gratis”.....	97
4.2.5. Implementasi Program CSR “Mudik Gratis”	101
4.3. Pembahasan	113
4.3.1. Peran Public Relations	113
4.3.2. Implementasi Program “Mudik Gratis” Sido Muncul	118
4.3.3. Stakeholder Engagement	131
4.3.3.1 Citra Perusahaan	132
V KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Triple Bottom Line (3P)	30
2.2 ISO 26000	35
2.3 Model Proses CSR	46
4.1 Logo PT. Sido Muncul Tbk	75
4.2 Struktur Organisasi	84



U
M
N

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian terdahulu 17

