

STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT. Indonesia Kendaraan Terminal, Jakarta Utara dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan)



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

Zalita Alda Miarta

D0216113

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT Indonesia Kendaraan Terminal dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan)

Disusun Oleh:

Nama : Zalita Alda Miarta

NIM : D0216113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 3 November 2020

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi



Dra. Christina Tri Hendriyani M. Si

NIP. 196201171986012001

LEMBAR PENGESAHAN**STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT Indonesia Kendaraan Terminal, Jakarta Utara dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan)

Disusun Oleh:

Nama : Zalita Alda Miarta

NIM : D0216113

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi pada Senin, tanggal 28 bulan Desember tahun 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret. Tim Penguji Skripsi:

1. Dr. Andre Noevi Rahmanto, S.Sos., M.Si (.....)
NIP. 197707152005011002 Ketua/Penguji I
2. Firdastin Ruthnia Yudiningrum, S.Sos, M.Si (.....)
NIP. 197605242010122001 Sekretaris/Penguji II
3. Dra. Christina Tri Hendriyani, M, Si (.....)
NIP. 196201171986012001 Pembimbing/Penguji III

Surakarta, 26 Januari 2021

Universitas Sebelas Maret

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 19610825 198601 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Zalita Alda Miarta

NIM : D0216113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan menyebut nama Tuhan Yang Maha Esa, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa skripsi saya berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) “IKT Peduli” PT Indonesia Kendaraan Terminal, Jakarta Utara dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan) adalah karya skripsi otentik saya sendiri, yang belum pernah diajukan oleh peneliti lain, baik untuk memperoleh gelar keserjanaan maupun dimuat dalam artikel di jurnal maupun di surat kabar.

Seluruh kutipan, pendapat, opini dan tulisan yang ada dalam skripsi ini selain pendapat saya sendiri, mencantumkan sumbernya secara lengkap dan bertanggung jawab.

Apabila kelak di kemudian hari, terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, dan karya Skripsi/TA saya tidak otentik, maka saya bersedia menerima sanksi akademik apapun, sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 26 Januari 2021

Yang menyatakan,

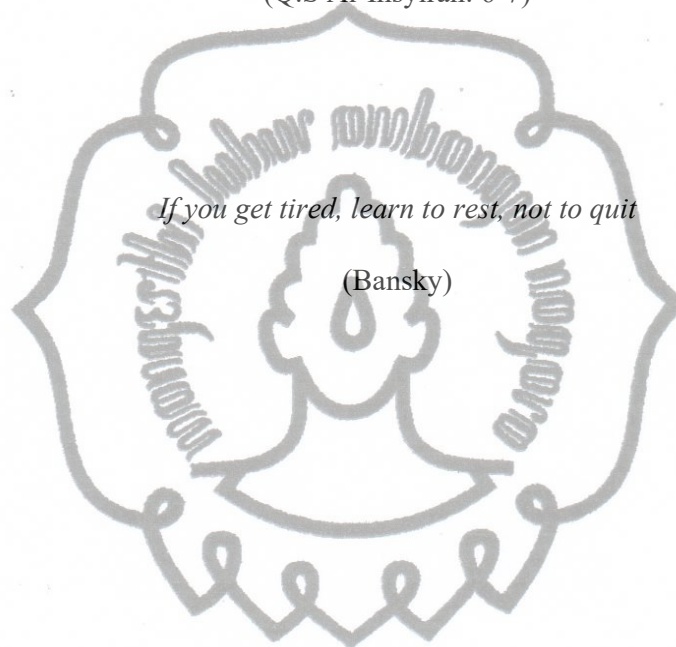
Zalita Alda Miarta

D0216113


MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

(Q.S Al-Insyirah: 6-7)



PERSEMBAHAN



Karya ini ku persembahkan khusus untuk mama, papa, dan kakakku. Terimakasih atas doa, semangat, dukungan, dan perhatiannya selama ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT. Indonesia Kendaraan Terminal dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan).” Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.

Dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Diah Kusumawati S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik.
4. Ibu Dra. Christina Tri Hendriyani, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan, dan saran hingga skripsi ini selesai.
5. Bapak Dr. Andre Noevi Rahmanto, S.Sos., M.Si dan Ibu Firdastin Ruthnia Yudiningrum, S.Sos, M.Si, selaku dosen penguji satu dan dua yang telah memberikan waktu, arahan, masukan, dan saran kepada penulis untuk menyempurnakan hasil penelitian dan penulisan skripsi.

6. Seluruh dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. PT Indonesia Kendaraan Terminal, khususnya Bapak Sofyan Gumelar (*VP Corporate Secretary*), Ibu Vidyah Payapo (*DVP Corporate Communications & CSR*), dan Bapak Insan Muliawan (*Corporate Communications & CSR – PIC CSR*) Ibu Getsha Nagista (*VP Manajemen mutu & Hse*), Bapak Adlinskyah (*VP SDM*) yang telah memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala bantuan dan waktu yang Bapak/Ibu berikan.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2016.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu proses penyusunan skripsi, memberikan semangat, doa dan dukungannya hingga skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karna itu, kritik dan saran membangun dari seluruh pihak sangat terbuka demi menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Surakarta, 26 Januari 2021

Penulis

ABSTRAK

ZALITA ALDA MIARTA, D0216113, STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT. Indonesia Kendaraan Terminal dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan), Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2020

PT Indonesia Kendaraan Terminal (IKT) merupakan perusahaan terbuka (PT) yang bergerak dibidang operator terminal kendaraan. Wacana IKT menjadi Pelabuan berkelas dunia, memerlukan kepercayaan dan dukungan dari publik, untuk itu penting menjaga dan membangun hubungan baik dengan publik. Sebagai PT, IKT dituntut untuk menjaga citra dan tata kelola perusahaan melalui implementasi prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud tanggung jawab kepada publik sekaligus implementasi GCG. Praktik CSR di Indonesia diatur dalam UU No 40 tahun 2007 yang mewajibkan setiap PT untuk melaksanakan CSR. Ditahun 2020, IKT memiliki program CSR “IKT Peduli” yang mencakup sektor: pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Citra perusahaan timbul dari persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap (Nimpoena dalam Abdullah, 2015). Komunikasi merupakan alat penghubung perusahaan dengan publik. Melalui publikasi publik dapat mengetahui informasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan. Hal tersebut dapat menjadi faktor citra perusahaan terbentuk. Kemajuan teknologi informasi, membuat media komunikasi semakin bervariasi. Selain itu, perbedaan karakteristik khalayak, serta elemen komunikasi yang lain dapat menjadi masalah atau faktor yang menghambat proses komunikasi, untuk itu penyusunan strategi menjadi penting guna mendukung keberhasilan berkomunikasi.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan PT IKT dalam mengkomunikasikan pesan CSR. Teori yang digunakan adalah teori strategi komunikasi Hafied Cangara. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan studi pustaka. Sedangkan metode analisis data yang digunakan yakni analisis data kualitatif Miles & Huberman.

Temuan dalam penelitian ini ialah, target sasaran IKT adalah masyarakat secara luas, namun secara khusus komunikasi ditujukan untuk penerima CSR yakni warga Kalibaru. Dalam pemilihan komunikator, IKT memiliki seorang PIC yang dekat dengan masyarakat. Pesan yang ingin disampaikan adalah perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, begitu juga sebaliknya. Untuk menyampaikan pesan tersebut IKT menggunakan beragam media, baik itu digital maupun konvensional. Selanjutnya ialah tahap evaluasi program dengan melihat hasil dan pelaksanaan program CSR.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, CSR, Citra Perusahaan

ABSTRACT

ZALITA ALDA MIARTA, D0216113, COMMUNICATION STRATEGY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO BUILD CORPORATE IMAGE (A Case Study on Communications Strategy of *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” Program in PT. Indonesia Kendaraan Terminal, North Jakarta to Build a Good Corporate Image), Undergraduate Thesis, Department of Communications Science, Faculty of Social and Political Science, Sebelas Maret University, Surakarta, 2020.

PT Indonesia Kendaraan Terminal (IKT) is a public company which provide terminal service for vehicles that were established since 2012. The discourse that IKT would be a world-class port, requires trust and support from public, therefore it is important to maintain and build good relations with the public. As a public company, IKT have to be maintain its corporate image and corporate governance through the implementation of Good Corporate Governance (GCG) principles. The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) program is a form of its responsibility to public also a form of GCG implementation. In Indonesia, CSR are regulated on UU No. 40/2007 which regulate to obligates for each public company to implement CSR. In 2020, IKT have CSR program called “IKT Peduli” which has 3 types, there are: education, health and environment. A good corporate image is made from perception, cognition, motivation, and attitude (Nimpoena in Abdullah, 2015). Communication is a tool for the company to make relations between its public. Through the publication, public could find out an information or activity that company had done. It can be a factor that may influence the corporate image. The technology advance made a lot of option or variation in media. In addition, the differences characteristics of the audience, as well as other element of communication, therefore, it's important to formulate the right communications strategy in communicating CSR.

This research purpose is to find the communication strategy which used by IKT in communicating CSR. Theory that used in this research are Cangara's communication strategy theory. The type of this research is qualitative with a case study method. To pick informant whom representative, researcher use purposive sampling technique. Data collections in this research are gathered by in depth interview, observation and literature review. For data analysis, researcher use Miles & Huberman's method.

From this research, it can be concluded that IKT target audiences are the society in general, but specifically are addressed to CSR beneficiaries (Kalibaru's society). For communicator, IKT has a key person or PIC whom close to society. The message that is wanted to be shown, that the company is a part of the society, and vice versa. To deliver its messages IKT uses various media, but it tends to use the digital media as the medium of communications. For the evaluation phase, IKT sees how the output and the CSR implementation.

Keywords: *Communications Strategy, CSR, Corporate Image*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
1. Strategi Komunikasi.....	9
2. <i>Public Relations</i>	22
3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	29
4. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Berpikir	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
B. Jenis Penelitian	49
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
D. Data dan Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Uji Validitas Data	55
G. Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	57
1. Deskripsi Lokasi	57
2. Profil Informan.....	65
3. Temuan atau Sajian Data	67
a. Program CSR PT IKT, dari Rangkul Warga Jadi “IKT Peduli”	67
b. Macam Sektor Program CSR “IKT Peduli”	71
c. Arah Kebijakan Penyelenggaraan CSR	75
d. Penghargaan CSR PT Indonesia Kendaraan Terminal	75
e. Warga Kalibaru Sebagai Target Sasaran Prioritas	76
f. Komunikator Utama dalam Program CSR IKT Peduli.....	83
g. Pesan dari Pelaksanaan CSR IKT Peduli	86
h. Media yang Digunakan IKT dalam Penyampaian Pesan CSR.....	89
i. Evaluasi	101
j. Citra IKT di Mata Masyarakat	104
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	106
1. Strategi Komunikasi CSR IKT Peduli	106
2. Komunikasi Program CSR Untuk Membangun Citra Perusahaan	121

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	125
B. Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep <i>Triple bottom lines</i>	35
Gambar 2 Terbentuknya Citra Komunikasi Nimpoena	38
Gambar 3 Kerangka Berpikir.....	47
Gambar 4 Logo PT Indonesia Kendaraan Terminal	61
Gambar 5 Struktur Organisasi PT Indonesia Kendaraan Terminal	63
Gambar 6 Penghargaan TOP CSR 2019	75
Gambar 7 Peta Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara	80
Gambar 8 Tampilan Website PT Indonesia Kendaraan Terminal.....	91
Gambar 9 Media Sosial PT IKT (Instagram&Twitter).....	93
Gambar 10 Laporan Tahunan IKT tahun 2019	96
Gambar 11 Majalah Internal	97
Gambar 12 Media Komunikasi Luar Ruang & Format Kecil	99