

## SUMMARY

# PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MELALUI KEGIATAN TALKSHOW DAN WORKSHOP DALAM RANGKA MEMBANGUN CITRA BRAND MEDIA INDONESIA

Created by STEPHEN WILLIAM SETIAWAN

**Subject** : PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MELALUI KEGIATAN TALKSHOW DAN WORKSHOP DALAM RANGKA MEMBANGUN CITRA BRAND MEDIA INDONESIA

**Subject Alt** : PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MELALUI KEGIATAN TALKSHOW DAN WORKSHOP DALAM RANGKA MEMBANGUN CITRA BRAND MEDIA INDONESIA

**Keyword** : Komunikasi, CSR, Komunikasi Korporasi, Citra, Media Indonesia, Humas

### **Description :**

Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility  
Melalui Kegiatan Talkshow dan Workshop dalam Rangka  
Membangun Citra Brand Media Indonesia

Jumlah Halaman : 86 halaman, vii lampiran

Kata Kunci : Komunikasi, CSR, Komunikasi Korporasi, Citra, Media Indonesia, Humas

Daftar Pustaka : 13 judul buku

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau membangun pemahaman tentang esensi program CSR yang dikembangkan oleh Media Indonesia, aspek atau elemen kehumasan apa saja yang terdapat di dalam event talkshow dan workshop tersebut, serta untuk mengetahui gambaran kegiatan CSR dalam proses image building Media Indonesia tersebut.

Penulis menggunakan metode studi kasus. Desain penelitian yang digunakan adalah tipe 2, yaitu tipe desain kasus tunggal terjal (embedded), di mana subyek penelitian memiliki kasus tunggal dan unit analisisnya lebih dari satu. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa program CSR yang dijalankan oleh Media Indonesia tersebut dapat dikatakan sudah mewakili prinsip pemberdayaan masyarakat, baik itu ditinjau dari perspektif teori kehumasan maupun perspektif teori CSR.

Namun demikian, dari program CSR yang sudah dilaksanakan, penulis menemukan beberapa kelemahan yang perlu untuk segera dilakukan pembenahan. Di antaranya ialah pada tahap evaluasi yang dinilai belum optimal serta peran dari pihak sponsor yang kurang dimaksimalkan.

Saran yang bisa penulis berikan ialah perusahaan sebaiknya memperjelas struktur programnya dari segi penjadwalan. Kemudian, divisi CSR perlu menggandeng organisasi mahasiswa dari fakultas tertentu yang terdapat di universitas untuk diajak berpartisipasi dalam penyelenggaraan acara. Di sisi lain, perusahaan juga perlu mengundang perwakilan dari pemerintah dan pelaku industri untuk memberikan pandangan dan pengetahuan yang lebih lengkap bagi para peserta.

**Date Create** : 12/11/2014

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-undergraduate\_2010-52-129  
**Collection** : undergraduate\_2010-52-129  
**Source** : Undergraduate these communication of faculty  
**Relation Collection** Universitas Esa Unggul  
**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : copyright2014@esaunggul

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor