

ABSTRAK

Nama/NIM	: Stephen William Setiawan/2010-52-129
Judul	: Pelaksanaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Melalui Kegiatan <i>Talkshow</i> dan <i>Workshop</i> dalam Rangka Membangun Citra <i>Brand Media</i> 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 terjalin (*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.