

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Kegiatan CSR Renovasi Balai Banjar PT BUSSAN AUTO FINANCE)**

Anita Amelia

NIM : 051303503125101

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia

Jl. Arteri Pondok Indah, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12240

Telp. (021) 7398393

E-mail : anitajakrawijaya@gmail.com

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam membangun citra perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Penulis mencari tahu hasil dari implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* apakah mampu menciptakan kesan dan membangun citra suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan Teori Legitimasi dan diperkuat oleh Konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono 2007) ,Elkington memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan "3P". Selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Dalam penelitian ini menggunakan paradigma *Konstruktivistif*, pendekatan kualitatif, penelitian ini bersifat deskriptif. Pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Melalui Analisa data secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa informant menyatakan bahwa hasil implementasi *Corporate Social Responsibility* dengan tema Renovasi Balai Banjar oleh PT Bussan Auto Finance sudah sangat efektif dalam menciptakan kesan dan membangun citra perusahaan. Dari hasil penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Bussan Auto Finance dengan tema Renovasi Balai Banjar berhasil membangun citra perusahaan di mata penerima manfaat kegiatan ini yaitu masyarakat Desa Rama Indra Dusun 1 Seputih Raman , Lampung Tengah, Indonesia.

Kata kunci : Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, Citra

Abstract

In this study the authors examine the implementation of Corporate Social Responsibility in building corporate image and find out the results whether able to create an impression and build the image of a company. This study used Legitimacy Theoroyb and the Triple Bottom Line theory by John Elkington in 1997 in (Wibisono 2007), Elkington gives the view that if a company wants to maintain its survival, then the company should pay attention to "3P". In addition to the pursuit of profit (profit), the company must also pay attention and be involved in the fulfillment of people's welfare (people) and contribute actively in preserving the environment (planet). In this study using constructivist paradigm, qualitative approach, this research is descriptive. Data collection by way of in-depth interview, observation and literature study. Through data analysis as a whole it can be concluded that informant stated that the result of Corporate Social Responsibility implementation with the theme of Banjar