

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI
AKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI PT MITRABARA
ADIPERDANA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Satu
Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:

ARI FIRMANSYAH

051403503125040

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2018**

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN ACTIVITY

COMMUNICATION ORGANIZATION PT MITRABARA

ADIPERDANA

ESSAY

**Proposed as One of the Conditions for Obtaining a Bachelor's Degree in
Communication Science**



Arranged By:

Ari Firmansyah

051403503125040

UNIVERSITY SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

JAKARTA

2018

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Ari Firmansyah
NIM : 051403503125040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Corporate Social Responsibility Sebagai Aktivitas Organisasi PT Mitrabara Adiperdana.

Jumlah halaman : IX + 106 halaman + 7 lampiran

Bibliografi : 22 Buku (1994-2016); 2 Web Internet

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility sebagai aktivitas komunikasi organisasi PT Mitrabara Adiperdana. Penulis ingin mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi organisasi PT Mitrabara Adiperdana dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*, apakah mampu dalam membangun komunikasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar untuk mendukung program-program perusahaan.

Penelitian ini menggunakan Teori Legitimasi dan diperkuat juga dengan Konsep *Tiple Buttom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono 2007), yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya hidup dari keuntungan (*Profit*) saja, tetapi harus memperhatikan masyarakat (*People*) dan lingkungan (*Planet*) atau dikenal sebagai “3P” dalam melangsungkan kehidupannya dan mendapat legitimasi dalam masyarakat. Paradigma dalam penelitian ini adalah Konstruktivistik, pendekatan kualitatif, dan bersifat deskriptif. Dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, studi pustaka, dokumentasi, *internet searching*.

Hasil analisis data secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa hasil dari *Corporate Social Responsibility* sebagai aktivitas komunikasi organisasi PT Mitrabara Adiperdana tersebut berjalan dengan baik dan program dari CSR dapat tersalurkan dengan baik kepada masyarakat setempat di Malinau Selatan, Kalimantan Timur. Penulis menyimpulkan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai aktivitas komunikasi organisasi PT Mitrabara Adiperdana sudah berjalan dengan baik dan program yang diberikan masyarakat juga sudah tepat dan efektif. Sehingga dapat membantu menciptakan dukungan masyarakat kepada perusahaan dan masyarakat dapat hidup lebih mandiri dan sejahtera.

Kata Kunci : Aktivitas, *Corporate Social Responsibility*, Komunikasi Organisasi

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom.

Pembimbing II : Dr. Syaifuddin, M.Si.

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Ari Firmansyah
NIM : 051403503125040
Study Program : *Communication Studies*
Specialization : *Public Relations*

Corporate Social Responsibility As Activity Organization PT Mitrabara Adiperdana
Number of pages : IX + 106 pages + 7 attachment
Bibliography : 22 Books (1994-2016) + 2 Web Internet

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility as an activity communication organization PT Mitrabara Adiperdana. The author wants to know how the activities of organizational communication PT Mitrabara Adiperdana in Corporate Social Responsibility activities, whether capable in establishing good communication between the company and the surrounding community to support the company's programs.

This study uses Legitimacy Theory and is also strengthened by the concept of Triple Bottom Line proposed by John Elkington in 1997 in (Wibisono 2007), which states that companies not only live from profit (Profit), but must pay attention to the community (People) and lingkungan (Planet) otherwise known as "3P" in carrying out its life and gain legitimacy in society. In this study using constructivist paradigm, qualitative approach, and is descriptive. And data collection methods used are observation, in-depth interview, literature study, documentation, internet searching.

Based on the result of data analysis as a whole, it can be concluded that the result of Corporate Social Responsibility as the communication activity of PT Mitrabara Adiperdana organization is running well and the program from CSR can be channeled well to local community in South Malinau, East Kalimantan. From the results of this study the authors concluded that the activities of Corporate Social Responsibility as an organizational communication activities of PT Mitrabara Adiperdana already running well and the program provided by the community also has been appropriate and effective. So it can help create community support to the company and society can live more independently and prosperous.

Keywords : *Activities, Corporate Social Responsibility, Organizational Communication*

Conselor I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom.
Conselor II : Dr. Syaifuddin, M.Si.