

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENYOSIALISASIKAN PROGRAM  
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT TANGMAS**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk dipertahankan dalam  
Ujian Sidang Sarjana Ilmu Komunikasi  
Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**NABILLAH DWI YANTI**

**044115150**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**BOGOR**

**MARET 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang disusun oleh**

**Nama: Nabillah Dwi Yanti**

**NPM: 04415150**

**Judul: Strategi Komunikasi dalam Mensosialisasikan Program Tanggung Jawab Sosial PT Tangmas**

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan**

### DEWAN PENGUJI

**Pembimbing 1 : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn**

**NIK : 1.0113 001607**

**Pembimbing 2 : Prasetyo Adinugroho, M.Ikom**

**NIK : 1.0616 049760**

**Pembaca : Ismail Taufik Rusfien, M. Si**

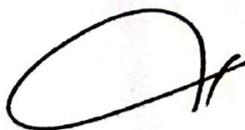
**NIK : 1.1215 047681**

**Ditetapkan di : Bogor**

**Tanggal : 08 Maret 2019**

**oleh**

**Dekan,**



**Dr. Agnes Setyowati H, M.Hum**

**NIK : 1.0536 088229**



**Ketua Program Studi,**



**Muslim, M.Si**

**NIK : 1.0909 048513**

## RINGKASAN

**NABILLA DWI YANTI 044115150. 2019. "Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Program Tanggung Jawab Sosial PT Tangmas". Program Ilmu Komunikasi. Hubungan Masyarakat. Universitas Pakuan Bogor. Di bawah Bimbingan : Dr Dwi Rini Sovia F, M.Comn dan Prasetyo Adinugroho, M.Ikom.**

Program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam beberapa tahun terakhir seakan menjadi *trend* dalam lingkup perusahaan di Indonesia. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan menjadi program wajib bagi perusahaan sebagai wujud dari kontrak sosial tersebut. Dalam bisnis harus ada bentuk pengembalian kepada masyarakat yang disebut dengan CSR. Program Tanggung Jawab Sosial sangat penting untuk dilakukan perusahaan agar tetap menjaga hubungan yang berkesinambungan dengan semua *stakeholder*, yakni pemerintah dan masyarakat.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui implementasi Program Tanggung Jawab Sosial PT Tangmas sekaligus Strategi Sosialisasi dalam menjalankan Program Tanggung Jawab Sosial tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan dua konsep, diantaranya yaitu konsep Strategi Komunikasi milik R. Wayne, dkk dan konsep *Tripple Bottom Line*. Sumber dan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian ini adalah mewawancarai informan kunci dan informan, serta observasi langsung mengamati kegiatan sosialisasi. Adapun teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan dan pengujian kesimpulan, serta pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian diketahui bahwa PT Tangmas belum melaksanakan Program Tanggung Jawab Sosial dengan merata. Meski begitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan PT Tangmas sejak tahun 2016 cukup konsisten. Hanya saja, program CSR yang dilaksanakan hanya berupa *charity*. Beberapa program diantaranya adalah bantuan-bantuan kepada masyarakat seperti acara peringatan HUT RI setiap tahun, pemberian hewan Qurban ke masjid-masjid di sekitar perusahaan. Selain itu, sosialisasi selama ini yang dilakukan PT Tangmas hanya sebatas melakukan diskusi kepada perwakilan Desa untuk membicarakan terkait program CSR yang akan dilaksanakan. PT Tangmas selalu melakukan evaluasi atas pencapaian program CSR sebelumnya dengan turun langsung kepada masyarakat.

**Kata kunci : Komunikasi, Perencanaan, Strategi, Sosialisasi, *Corporate Social Responsibility*, Hubungan masyarakat.**