

**ANALISIS STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PT INDOCEMENT DALAM MENINGKATKAN CITRA MELALUI
PROGRAM KAMPUNG IKLIM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Dibuat Oleh:
CAHYO NUGROHO
044116213**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
FEBRUARI 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

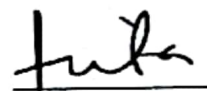
Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Cahyo Nugroho
NPM : 044116213
Judul : Analisis Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indocement Dalam Meningkatkan Citra Melalui Program Kampung Iklim

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peugui dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

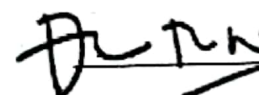
Pembimbing I : Tiara Puspandra, M.Si
NIK. 1.0815 033 671



Pembimbing II : Karina Pramita N, M.Si
NIK. 1.1410 18 851



Pembaca : Dr.David Rizar Nugroho, M.Si
NIK. 1.0909 048 514



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 04 Februari 2021

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

CAHYO NUGROHO. 044116213. 2021. Analisis Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indocement Dalam Meningkatkan Citra Melalui Program Kampung Iklim. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan:Tiara Puspanidra dan Karina Pramita

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai salah satu bukti komitmen dunia usaha dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan penduduk Indonesia semakin meningkat. Pada hakekatnya CSR telah menjadi nilai yang melandasi aktivitas Perseroan secara umum. CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Kampung Iklim atau Proklam adalah program berlingkup nasional dalam rangka mendorong masyarakat untuk melakukan peningkatan kapasitas adaptasi terhadap dampak perubahan iklim dan penurunan emisi gas rumah kaca, serta memberikan penghargaan terhadap upaya-upaya adaptasi dan mitigasi perubahan iklim yang telah dilaksanakan di tingkat lokal sesuai dengan kondisi wilayah. Penelitian ini menggunakan konsep Suharto dengan tiga aspek agar strategi komunikasi menjadi efektif serta menggunakan metode penelitian pengumpulan data wawancara, foto, dua data informan kunci dan dua data informan dalam hal ini, yang disebut kampung adalah wilayah administratif yang terdiri atas rukun warga, dusun atau dukuh, kelurahan atau desa, dan wilayah administratif lain yang dipersamakan dengan itu. (<http://proklam.menlhk.go.id>). Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi pribadi dan resmi, foto, rekaman dan informasi percakapan yang merupakan sumber data kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Indocement terhitung mulai Agustus 2020 sampai dengan Januari 2021 menggunakan wawancara dan observasi mendalam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan uji reduksi data dan penyajian model data, penarikan/verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa CSR PT Indocement telah melakukan program-program kepada masyarakat guna meningkatkan citra positif.

Kata kunci: Citra, Corporate Social Responsibility, PT Indocement, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

CAHYO NUGROHO. 044116213. 2021. PT Indocement Corporate Social Responsibility (CSR) Strategy Analysis in Enhancing Image Through the Climate Village Program. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Study Program, Bogor University of Pakuan. Under the guidance of: Tiara Puspanidra and Karina Pramita.

Corporate Social Responsibility (CSR) is proof of the commitment of the business world in realizing the sustainable development of the increasing population of Indonesia. In essence, CSR has become a value that underlies the Company's activities in general. CSR becomes a comprehensive foundation in economic, social and environmental aspects. The Climate Village or Proklim is a national program in order to encourage the community to increase their adaptation capacity to the impacts of climate change and reduce greenhouse gas emissions, and to reward climate change adaptation and mitigation efforts that have been implemented at the local level in accordance with regional conditions. . This study uses the Suharto concept with three aspects so that communication strategies are effective and uses the research method of collecting interview data, photos, two key informant data and two informant data in this case, what is called a village is an administrative area consisting of rukun residents, hamlets or hamlets. , sub-district or village, and other administrative areas equivalent to it. (<http://proklim.menlhk.go.id>). Types and sources of data used are observation, interviews, personal and official documentation, photos, recordings and conversation information which are sources of qualitative data. This research was conducted at PT Indocement from August 2020 to January 2021 using interviews and in-depth observations. The data analysis technique used in this research is qualitative analysis with data reduction test and data model presentation, conclusion drawing / verification. The results of the research indicate that PT Indocement's CSR has carried out programs for the community to increase a positive image.

Keywords: Image, Corporate Social Responsibility, PT Indocement, Strategy Communication