

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. TMMIN SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN  
*GREEN CORPORATE IMAGE*  
(KASUS PROGRAM TOYOTA ECO YOUTH)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**ANGGI ZHAFIRA**

**1161003086**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar

Nama : Anggi Zhafira

NIM : 1161003086

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 September 2020

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Anggi Zhafira

NIM : 1161003086

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.TMMIN Dalam Upaya Mempertahankan *Green Corporate Image* (Kasus Program Toyota Eco Youth)

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

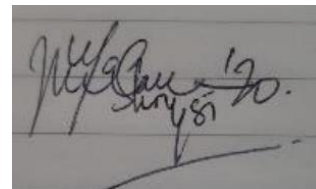
**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing: Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si. (



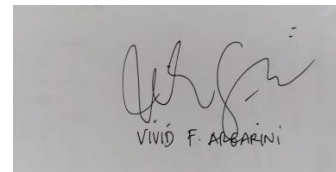
)

Penguji 1: Mirana Hanastasia, MMediaPrac (



)

Penguji 2 : Dr. Vivid F Argarini, B.Arts. (



)

Ditetapkan di: Jakarta

Pada Tanggal: 28 Agustus 2020

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.. Dalam penyelesaian laporan magang ini penulis menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan serta motivasi serta pertolongan dari yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan tepat waktu.

Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses perkuliahan penulis dan proses penyusunan tugas akhir ini diantaranya penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala

Puji serta syukur, penulis senantiasa ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang selalu memberikan penulis berkah dan rahmat-Nya. Karena nikmat Allah, penulis mendapat kekuatan penuh atas segala kesulitan selama menyusun penelitian tugas akhir ini. Sesungguhnya, Allah memberikan cobaan yang bisa diselesaikan oleh umat-Nya & menambahkan kekuatan untuk umat-Nya. Allah maha baik atas segala nikmatnya untuk selalu memberikan penulis keberkahan sehat dan dikelilingi oleh orang-orang yang menyayangi penulis.

2. Mama, Papa dan Adik

Terima kasih kepada keluarga inti penulis, khususnya Mama tersayang yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan penelitian ini dan mendengarkan semua cerita penulis. Kepada Papa yang tidak henti-hentinya bekerja keras untuk terus mendukung pendidikan penulis. Kepada Iqbal yang selalu mau membantu penulis pada saat dibutuhkan. Terima kasih untuk selalu memberikan doa yang terbaik untuk Kakak dan semua jasa-jasa yang diberikan hingga penulis bisa sampai di titik ini.

3. Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si.

Terima kasih kepada Pak Kresna selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberi masukan dan saran, selalu menyediakan waktu dan bantuan kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Lia Suci Mulyati

Terima kasih untuk Mbak Lia yang sudah menyempatkan waktu sibuknya untuk menjadi narasumber dan memberikan data lengkap kepada penulis. Mbak Lia adalah user yang membimbing penulis untuk menjadi lebih baik di dunia kerja maupun kehidupan sehari-hari dengan suasana kerja yang menyenangkan.

5. Aina Rahma Wulan & Atika Try Harini Isa

Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Ainaw & Kak Atik yang selalu ada dalam susah maupun senang bersama penulis. Terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah penulis dan menyemangati penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih untuk selalu ada dan selalu mau direpotkan oleh penulis 24/7. Terima kasih selalu sabar dan memberikan kekuatan kepada penulis khususnya dalam menyusun penelitian ini. *It means a lot.*

6. Nurlatifah Dewi & Rifa Aisyah Putri

Terima kasih Rifa.. Terima kasih Tipong.. yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis, yang menjadi *support system* penulis ketika penulis sedang berada di titik sulit.

7. Group Main Game

Terima kasih untuk Lena yang selalu menjadi teman pergi, skripsian kemanapun dan segala macam makanan yang enak. Terima kasih Asri, Pao, Aldi, Eja, Nabil & Harry yang telah menemani hari-hari penulis pada saat pandemi menjadi lebih menyenangkan. Semoga kalian sukses ya!

8. HMILKOM-UB & Komunal 2016

Terima kasih untuk teman-teman semua atas warna di setiap perjalanan menuju gelar sarjana dan selama proses perkuliahan.

9. Shin Hyo Seob

Penelitian ini akan terasa hampa tanpa suara *Crush* di setiap prosesnya. Terima kasih untuk musik dan lirik yang indah. *You are really beautiful.*

Jakarta, 5 Agustus 2020

Penulis,



Anggi Zhafira

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggi Zhafira  
NIM : 1161003086  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif** (*non-exclusive royalty-free rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. TMMIN SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN *GREEN CORPORATE  
IMAGE* (KASUS PROGRAM TOYOTA ECO YOUTH)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis,

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 3 September 2020

Yang Menyatakan,



Anggi Zhafira

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. TMMIN SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN *GREEN  
CORPORATE IMAGE*  
(STUDI KASUS PROGRAM TOYOTA ECO YOUTH)**

**ANGGI ZHAFIRA**

---

**ABSTRAK**

Salah satu aktivitas yang dapat digunakan oleh seorang *Public Relations* untuk menjaga citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility*. Sebagai perusahaan otomotif yang besar di Indonesia, selain sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan, program Toyota Eco Youth menjadi strategi mempertahankan *green corporate image* PT.TMMIN yaitu perusahaan yang selalu peduli dan menyeimbangkan tanggung jawab bisnisnya kepada lingkungan. Namun, mendapatkan citra perusahaan yang diharapkan perusahaan tidaklah mudah, melainkan penting bagi perusahaan membentuk rencana yang strategis dalam implementasi program inisiatif CSR. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat implementasi CSR melalui tahapan *Scanning & Monitoring, Formative Research, Create the CSR Initiative, Communicate CSR Initiative* dan *Evaluation & Feedback* menurut Coombs & Holladay (2012). Penelitian ini melihat proses pembentukan citra berdasarkan komponen Persepsi, Kognisi, Motivasi dan Sikap menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto (2010). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan teori. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT.TMMIN telah melakukan seluruh tahap implementasi CSR dan mendapatkan *feedback* yang baik dari *audiences*. Namun, program TEY bukan satu-satunya indikator keberhasilan melainkan menjadi faktor pendukung PT.TMMIN dalam mendapatkan *green corporate image*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Green Corporate Image, Toyota Eco Youth PT.TMMIN*



**ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
IMPLEMENTATION PT. TMMIN AS AN EFFORT TO MAINTAIN GREEN  
CORPORATE IMAGE  
(CASE STUDY OF TOYOTA ECO YOUTH PROGRAM)**

**ANGGI ZHAFIRA**

---

**ABSTRACT**

*One activity that can be used by a Public Relations to maintain the company's image through the Corporate Social Responsibility program. As a large automotive company in Indonesia, in addition to being a form of Corporate Social Responsibility, the Toyota Eco Youth program is a strategy to maintain the corporate image of PT. TMMIN, a company that always cares and balances its business responsibilities to the environment. However, getting the company image that the company expects is not easy, but it is important for the company to form a strategic plan in implementing the CSR initiative program. To that end, this study aims to see the implementation of CSR through the stages of Scanning & Monitoring, Formative Research, Create the CSR Initiative, Communicate CSR Initiative and Evaluation & Feedback according to Coombs & Holladay (2012). This study looks at the process of image formation based on components of Perception, Cognition, Motivation and Attitudes according to Soleh Sumirat and Elvinaro Ardianto (2010). This research uses qualitative research methods through a case study approach. Data collection techniques by observation, in-depth interviews and literature study. Data validity test is done using triangulation of data sources and theory. The results of this study indicate that PT. TMMIN has carried out all stages of CSR implementation and got good feedback from audiences. However, the TEY program is not the only indicator of success but is a supporting factor of PT. TMMIN in getting a green corporate image.*

**Keywords :** *Corporate Social Responsibility, Green Corporate Image, Toyota Eco Youth PT.TMMIN.*

**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	b
HALAMAN PENGESAHAN .....	c
KATA PENGANTAR .....	d
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	g
ABSTRAK.....	h
ABSTRACT.....	i
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
BAB II.....	11
KERANGKA TEORITIS.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	30
2.2.1 Corporate Communication .....	30
2.2.2 Corporate Social Responsibility .....	33
a. Definisi Corporate Social Responsibility (CSR).....	33
b. Prinsip CSR .....	34
c. Pandangan Corporate Social Responsibility .....	36
d. Manfaat Corporate Social Responsibility.....	38
e. Implementasi Corporate Social Responsibility .....	40
2.2.3 Citra/Image .....	47
a. Definisi Citra Perusahaan .....	47

b. Proses Pembentukan Citra .....	50
c. Green Corporate Image.....	52
2.3 Kerangka Pemikiran .....	54
BAB III.....	56
METODOLOGI PENELITIAN .....	56
3.1 Metode Penelitian.....	56
3.2 Objek Penelitian .....	58
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.3.1 Sumber Data .....	58
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	64
3.5 Teknik Analisis Data .....	70
3.6 Teknik Pengujian dan Keabsahan Data .....	73
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB IV .....	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	76
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.2 Sejarah Singkat PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia .....	82
4.1.3 Filosofi dan Nilai Perusahaan.....	86
4.1.4 Visi & Misi.....	90
4.1.5 Logo Perusahaan .....	91
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	91
4.3 Hasil Penelitian .....	96
4.3.1 Implementasi Corporate Social Responsibility PT.TMMIN.....	97
4.3.1.1 Scanning and Monitoring .....	99
4.3.1.2 Formative Research.....	107
4.3.1.3 Create the CSR Inisiativa .....	121
4.3.1.4 Communicate the CSR Intiative .....	136

4.3.1.5 Evaluation & Feedback .....	143
4.3.2 Pembentukan Citra PT. TMMIN berdasarkan Pandangan Audiences	
Toyota Eco Youth.....	145
4.3.2.1 Persepsi.....	147
4.3.2.2 Kognisi .....	150
4.3.2.3 Motivasi.....	155
4.3.2.4 Sikap .....	158
4.4 Pembahasan.....	166
4.4.1 Implementasi Corporate Social Responsibility Sebagai Strategi	
Mempertahankan Green Corporate Image dalam Program CSR Toyota Eco Youth	
.....	166
4.4.2 Implementasi Corporate Social Responsibility program Toyota Eco Youth	
dalam Mendukung Audience Memberi Penilaian PT.TMMIN sebagai Green	
Corporate .....	190
BAB V.....	196
PENUTUP .....	196
5.1 Kesimpulan .....	196
5.2 Saran.....	198
5.2.1 Saran Teoritis .....	199
5.2.2 Saran Praktis.....	199
DAFTAR PUSTAKA.....	202
LAMPIRAN .....	206

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Nominasi Dengan Tingkat Kemacetan Tertinggi di Dunia Tahun	
2019; Jakarta No. 10 .....	07
Gambar 2.1 <i>Triple Bottom Line</i> .....	40
Gambar 2.2 Pandangan CSR menurut Mostovicz.....	41

Gambar 2.3 Model Proses Implementasi CSR oleh Coombs dan Holladay (2012)	46
Gambar 2.4 Model Pembentukan Citra	56
Gambar 3.1 Alur Interactive Models of Analysis Miles and Huberman	75
Gambar 4.1 Logo Toyota Eco Youth #11	83
Gambar 4.2 <i>Kick Off</i> TEY #11 di Bandung	84
Gambar 4.3 Sosialisasi Toyota Eco Youth #11 di Medan	85
Gambar 4.4 <i>Final Judgement</i> Toyota Eco Youth	86
Gambar 4.5 <i>Awarding</i> Toyota Eco Youth	86
Gambar 4.6 Presentase Saham Toyota Indonesia	86
Gambar 4.7 Logo Toyota Berbeda	88
Gambar 4.8 Produk & Teknologi PT.TMMIN	89
Gambar 4.9 Produksi Mobil PT.TMMIN	89
Gambar 4.10 Transfer Technology Toyota Indonesia	91
Gambar 4.11 Toyota Way	93
Gambar 4.12 Logo Toyota	96
Gambar 4.13 Lia Suci Mulyawati	97
Gambar 4.14 Edi Prilmadi (dua dari kanan) & Edgar Parrusa (paling kanan)	
Pemenang <i>Best of the Best</i> TEY 11	98
Gambar 4.15 Foto Peneliti bersama Ika Astri Kristi (Kiri)	99
Gambar 4.16 Foto Emilia Bassar	100
Gambar 4.17 Toyota Way Process	104
Gambar 4.18 Pembangunan Infrastruktur Indonesia	105
Gambar 4.19 Data Energy Mix Indonesia	106
Gambar 4.20 SWOT Program Toyota Eco Youth	108
Gambar 4.21 <i>Milestone</i> Toyota Eco Youth	115
Gambar 4.22 <i>Government Mapping</i> CSR 2019	121
Gambar 4.23 Kondisi Pasar Otomotif Indonesia	124
Gambar 4.24 Prospek Demografis Pelanggan Indonesia	125

Gambar 4.25 Tujuan Toyota Eco Youth .....	128
Gambar 4.26 Konsep Toyota Eco Youth .....	134
Gambar 4.27 Tema <i>Ecosociopreneur</i> .....	136
Gambar 4.28 Proses Implementasi TEY .....	137
Gambar 4.29 Invesment Toyota Eco Youth .....	140
Gambar 4.30 Konten Instagram Toyota Eco Youth .....	143
Gambar 4.31 Konten Twitter Toyota Eco Youth .....	144
Gambar 4.32 <i>Microsite</i> Toyota Eco Youth .....	145
Gambar 4.33 Konten Youtube Toyota Indonesia .....	146

#### DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran .....	60
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	74
Tabel 4.1 <i>Program Improvement</i> TEY .....	119
Tabel 4.2 <i>Current &amp; New Improvement</i> Toyota Eco Youth .....	132
Tabel 4.3 Mekanisme Implementasi Proyek Toyota Eco Youth .....	139
Tabel 4.4 Sosialisasi Toyota Eco Youth .....	142

#### DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Proses Pembentukan Citra PT.TMMIN Melalui Program TEY .... .....	170
---	-----