

STRATEGI KOMUNIKASI CSR MELALUI *INFORMING*, *RESPONSE*, DAN *INVOLVEMENT* DALAM PROGRAM DESA MITRA INDOFOOD: STUDI KASUS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI RW 08 CIKETING UDIK, BEKASI

TUGAS AKHIR

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



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**HIDAYATUS SALSABILA ANWARI
1201003124**


**PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU EKONOMI ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Hidayatus Salsabila Anwari

NIM : 1201003124

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hidayatus Salsabila Anwari

NIM : 1201003124

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CSR Melalui *Informing, Response, dan Involvement* dalam Program Desa Mitra Indofood: Studi Kasus Pemberdayaan Masyarakat di RW 08 Ciketing Udik, Bekasi

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 Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. MediaPnc.

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Proses penyusunan skripsi ini tentu bukanlah perjalanan yang mudah, dan penulis tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Uma, Abi dan keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi yang tiada henti. Kasih sayang, pengorbanan, dan kesabaran yang kalian berikan adalah sumber kekuatan yang tiada ternilai harganya. Penulis tidak akan sampai di titik ini tanpa cinta dan dukungan yang kalian berikan setiap hari.
2. Kepada Ibu Mirana, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan dengan penuh kesabaran serta keikhlasan, Ibu tunjukkan dalam membimbing penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kepada dosen penguji, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, dan saran yang sangat berharga bagi perbaikan skripsi ini.
4. Kepada Ibu Wanti, selaku Manager Ekonomi CSR Indofood, yang telah memberikan banyak bantuan dukungan, dan informasi yang sangat berharga. Terima kasih atas waktu yang Ibu luangkan, serta motivasi yang selalu Ibu berikan.
5. Kepada para informan, yang telah dengan sukarela meluangkan waktu dan berbagi pengalaman serta pengetahuan mereka untuk mendukung penelitian ini. Tanpa informasi yang kalian berikan, penelitian ini tidak akan mungkin dapat diselesaikan dengan baik.
6. Kepada Vivian dan Ijah, *bestie* penulis sejak semester pertama hingga akhir, yang selalu ada untuk mendukung dan memotivasi. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan dukungan moral yang kalian berikan. Kalian telah menjadi bagian penting dari perjalanan akademik ini, dan kehadiran kalian sangat berarti bagi penulis.
7. Kepada teman-teman Public Relations angkatan 2020, yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan. Kebersamaan dan solidaritas yang kalian tunjukkan telah membuat perjalanan ini lebih bermakna dan menyenangkan.

8. Kepada seluruh teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020, yang telah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan.
9. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam bentuk apapun. Setiap bantuan yang diberikan sangat berarti dan penulis sangat bersyukur atas semua dukungan yang diterima selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, serta menjadi langkah awal untuk terus berkarya dan memberikan yang terbaik di masa depan.

Jakarta, 13 Agustus 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hidayatus Salsabila Anwari', written over a light grey rectangular background.

Hidayatus Salsabila Anwari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hidayatus Salsabila Anwari
NIM : 1201003124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI CSR MELALUI *INFORMING, RESPONSE, DAN INVOLVEMENT* DALAM PROGRAM DESA MITRA INDOFOOD: STUDI KASUS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI RW 08 CIKETING UDIK, BEKASI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 27 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Hidayatus Salsabila Anwari

STRATEGI KOMUNIKASI CSR MELALUI *INFORMING*, *RESPONSE*, DAN *INVOLVEMENT* DALAM PROGRAM DESA MITRA INDOFOOD: STUDI KASUS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI RW 08 CIKETING UDIK, BEKASI

HIDAYATUS SALSABILA ANWARI

ABSTRAK

Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) massal yang terjadi di masyarakat sering kali berdampak negatif terhadap perekonomian keluarga, terutama ketika tidak adanya kepala keluarga yang bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di RW 08, Ciketing Udik, program Corporate Social Responsibility (CSR) dijalankan sebagai upaya perusahaan untuk membantu masyarakat yang terdampak dari sisi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dalam program Desa Mitra Indofood di RW 08 Kelurahan Ciketing Udik, Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Melalui dimensi *informing*, *response*, dan *involvement*, penelitian ini berusaha menjawab bagaimana strategi komunikasi CSR yang dilakukan Indofood dapat meningkatkan efektivitas program pemberdayaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Indofood berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kondisi sosial-ekonomi di RW 08 Ciketing Udik.

Kata Kunci: Komunikasi: Strategi Komunikasi CSR, *Informing*, *Response*, *Involvement*.

**THE CSR COMMUNICATION STRATEGY THROUGH INFORMING, RESPONSE,
AND INVOLVEMENT IN INDOFOOD'S DESA MITRA PROGRAM: A CASE
STUDY OF COMMUNITY EMPOWERMENT IN RW 08 CIKETING UDIK,
BEKASI.**

HIDAYATUS SALSABILA ANWARI

ABSTRACT

The mass layoffs that have occurred in society often have a negative impact on family economies, especially when there is no head of the household responsible for meeting daily needs. In RW 08, Ciketing Udik, a Corporate Social Responsibility (CSR) program was implemented by the company to assist communities economically affected by these circumstances. This study aims to analyze the effectiveness of PT. Indofood Sukses Makmur Tbk's Corporate Social Responsibility (CSR) communication strategy in the Indofood Partner Village program in RW 08, Ciketing Udik, Bekasi. The research method used is descriptive with a qualitative approach. Through the dimensions of informing, response, and involvement, this study seeks to determine how Indofood's CSR communication strategy can enhance the effectiveness of the empowerment program. The results indicate that Indofood's communication strategy successfully increased community participation and had a significant positive impact on the socio-economic conditions in RW 08, Ciketing Udik.

Keywords: Communication, CSR Communication Strategy, Informing, Response, Involvement.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Konsep yang Relevan	13
2.1.1 <i>Corporate Communication</i>	13
2.1.2 Komunikasi	16
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	35
2.3 Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Desain dan Pendekatan	49
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	50
3.2.1 Objek Penelitian	50
3.2.2 Subjek Penelitian.....	50
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51

3.3.1 Sumber Data Primer	51
3.3.2 Sumber Data Sekunder	53
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	54
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	56
3.7 Keterbatasan Penelitian	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Tentang PT Indofood Sukses Makmur Tbk	58
4.1.2 Gambaran Produk dan Manfaat Utama	60
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	63
4.1.4 Logo dan Makna.....	64
4.1.5 Profil Informan.....	65
4.2 Penyajian Data	71
4.2.1 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	71
4.2.2 Strategi Komunikasi CSR pada Program Desa Mitra Indofood	79
4.3 Pembahasan dan Diskusi	86
4.3.1 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Program Desa Mitra Indofood oleh Tim <i>Corporate Social Responsibility Strengthening Economic Value</i>	86
4.3.2 Analisa Strategi Komunikasi CSR pada Program Desa Mitra Indofood	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Simpulan.....	110
5.2 Kendala dan Keterbatasan	111
5.3 Saran dan Implikasi	112
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya	112
5.3.2 Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Program CSR Desa Mitra Indofood.....	3
Gambar 1.2 Bagan Tujuan Pelaksanaan Program CSR.....	4
Gambar 1.3 Kasus PHK di Provinsi Jawa Barat Tahun 2009.....	7
Gambar 2.1 <i>Triple Bottom Line</i>	24
Gambar 2.2 Piramida Tanggung Jawab Sosial	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Produk ICBP	61
Gambar 4.2 Produk Bogasari	62
Gambar 4.3 Produk Agribisnis	63
Gambar 4.4 Bagan Struktur Divisi <i>Corporate Communcations</i>	63
Gambar 4.5 Logo PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.....	64
Gambar 4.6 Sukwanti Machyar Koesno	66
Gambar 4.7 Ane Puji Astuti.....	67
Gambar 4.8 Umi Salamah.....	69
Gambar 4.9 Dani Akhyar	70
Gambar 4.10 Pelatihan dan Lisensi BBC	77
Gambar 4.11 <i>Headline Press Release</i>	78
Gambar 4.12 Kutipan dari Lurah Cikiwul, Bantar Gebang.....	79
Gambar 4.13 <i>Landscap</i> Vidio Dokumentasi Desa Mitra Indofood	81
Gambar 4.14 Hasil Pembuatan Roti dari Pelatihan Pojok Selera	82
Gambar 4.15 Tanda Berdirinya Pusat Pelatihan Kewirausahaan Pojok Selera	93
Gambar 4.16 Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia	95
Gambar 4.18 Salah Satu Pelaku Usaha Pojok Selera	103
Gambar 4.19 Umi Salamah Pemiliki Daffa Bakery.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Tingkat Kemiskinan, 2006-2008.....	5
Tabel 1.2 Perkembangan Tingkat Kemiskinan, 2009-2011.....	6
Tabel 2.1 Strategi Komunikasi CSR.....	22
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya.....	39
Tabel 3.1 Narasumber Wawancara.....	52
Tabel 3.2 Operasional Konsep.....	54
Tabel 4.1 Biodata Informan.....	65
Tabel 4.2 Proses Perencanaan CSR Coombs dan Holladay (2012).....	72
Tabel 4.3 Analisa SWOT.....	73
Tabel 4.4 Pemetaan <i>Stakeholder</i>	75
Tabel 4.5 Strategi Komunikasi CSR Menurut Moshing &Schultz, 2006.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 TRANSKIP WAWANCARA 117
Lampiran 2 DOKUMENTASI..... 128