

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
POJOK SELERA PT INDOFOOD DEMI
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

VIVIAN METTA

1201003127

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN 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 : Vivian Metta

NIM : 1201003127

Tanda Tangan :



Tanggal : 6 September 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Vivian Metta

NIM : 1201003127

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pojok Selera PT Indofood Demi Mempertahankan Citra Positif

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

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M

()
()
()

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan hikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Mami, Papi dan keluarga tercinta, yang memberikan doa, dukungan, dan bimbingan tiada henti dari awal sampai pada titik ini.
2. Kepada Bapak Kresna, selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan dan arahan yang baik kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Kepada dosen penguji, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan saran dalam memperbaiki skripsi ini.
4. Kepada Ibu Sukwanti, selaku CSR *Manager* bidang ekonomi di Indofood, yang telah memberikan dukungan, informasi, dan motivasi yang berharga dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada para informan, yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi dan pengalaman yang berharga untuk mendukung penelitian ini.
6. Kepada Bibia dan Ijah, yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan menemani penulis selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian menjadi hal yang berarti bagi penulis.
7. Kepada Stevanny dan Febby, yang tiada henti memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada EXO, yang telah memberikan motivasi melalui karya indah mereka sehingga penulis dapat menikmatinya dan menambah rasa semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman *Public Relations* angkatan 2020, yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan. Kebersamaan yang kita lalui menjadi momen yang berharga dan bermakna.

10. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020, yang menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan masa perkuliahan ini.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam bentuk apa pun. Penulis sangat bersyukur atas semua bentuk dukungan yang diterima selama proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan di masa depan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan ke depan.

Jakarta, 19 Agustus 2024

Penulis

Vivian Metta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Vivian Metta
NIM : 1201003127
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 PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) POJOK SELERA PT INDOFOOD DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

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 : 6 September 2024

Yang menyatakan,



Vivian Metta

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) POJOK SELERA PT
INDOFOOD DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF**

VIVIAN METTA

ABSTRAK

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat angka kemiskinan di Indonesia berada di 9,36 persen. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia masih berada pada tingkat kemiskinan. Indofood sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pangan memiliki konsentrasi terhadap hal tersebut. Kemitraan dengan wirausahawan kuliner atau Pojok Selera adalah program pemberdayaan ekonomi untuk mendukung SDGs pertama yaitu menghapus kemiskinan. Dalam mewujudkan bentuk kepedulian perusahaan, *Corporate Communications* Indofood menerapkannya melalui program yang telah direncanakan sebelumnya. Tujuannya adalah membangun hubungan dan pendekatan antara perusahaan dan masyarakat atau publik. *Corporate Social Responsibility* tercipta sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada aspek sosial. Penerapannya merupakan suatu etika profesional yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagai penggerak kegiatan dan pelaku bisnis. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyajikan informasi dan gambaran mengenai strategi pemberdayaan masyarakat yang dijalankan oleh Indofood melalui program CSR Pojok Selera demi mempertahankan citra positifnya. Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada para informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Indofood melalui prinsip kesetaraan, partisipasi, kemandirian, dan keberlanjutan dapat memberikan dampak dan manfaat yang baik bagi masyarakat. Dengan demikian, Indofood dapat mempertahankan citra positifnya di masyarakat.

Kata kunci: *Corporate Communications*, CSR, Pemberdayaan Masyarakat, Citra

**STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) POJOK SELERA PT
INDOFOOD DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF**

VIVIAN METTA

ABSTRACT

The Central Statistics Agency (BPS) recorded the poverty rate in Indonesia at 9.36 percent. This proves that Indonesia is still at the poverty level. Indofood as a company engaged in the food sector has a concentration on this matter. The partnership with culinary entrepreneurs or Pojok Selera is an economic empowerment program to support the first SDGs, which is to eradicate poverty. In realizing the company's form of concern, Indofood Corporate Communications implements it through a pre-planned program. The goal is to build relationships and approaches between the company and the community or public. Corporate Social Responsibility was created as a form of corporate responsibility to social aspects. Its implementation is a professional ethic that must be carried out by companies as initiators of activities and business actors. This research aims to present information and an overview of the community empowerment strategy implemented by Indofood through the CSR Pojok Selera program in order to maintain its positive image. In this research, the design used is descriptive qualitative. Data collection was conducted through in-depth interviews with informants. The results showed that the community empowerment strategy carried out by Indofood through the principles of equality, participation, independence, and sustainability can provide good impacts and benefits for the community. Thus, Indofood can maintain its positive image in the community.

Keywords: *Corporate Communications, CSR, Community Empowerment, Image*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 <i>Corporate Communications</i>	11
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.1.3 Pemberdayaan Masyarakat	17
2.1.4 Citra Perusahaan	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	22
2.3 Model Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain dan Pendekatan.....	38
3.2 Objek dan/ atau Subjek	39
3.2.1 Objek Penelitian	39
3.2.2 Subjek Penelitian.....	39

3.3	Pengumpulan Data	40
3.3.1	Sumber Data	40
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4	Analisis Data	42
3.5	Triangulasi Data	43
3.6	Operasionalisasi Konsep	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	47
4.1.1	Profil PT Indofood	47
4.1.2	Visi dan Misi PT Indofood	48
4.1.3	Nilai PT Indofood	48
4.1.4	Logo PT Indofood	49
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.1.6	Profil Informan	50
4.2	Penyajian Data	55
4.2.1	Pemberdayaan Masyarakat	55
4.2.1.1	Kesetaraan	55
4.2.1.2	Partisipasi	57
4.2.1.3	Kemandirian	59
4.2.1.4	Keberlanjutan	60
4.2.2	Citra Perusahaan	62
4.2.2.1	Sekumpulan Kesan	62
4.2.2.2	Kepercayaan	65
4.2.2.3	Sikap	66
4.3	Pembahasan dan Diskusi	68
4.3.1	Strategi Pemberdayaan Masyarakat pada Program Pojok Selera PT Indofood	68
4.3.2	Citra Perusahaan yang Terbentuk Melalui Program Pojok Selera	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Simpulan	73
5.2	Kendala dan Keterbatasan	73
5.3	Saran dan Implikasi	74

5.3.1	Saran untuk Penelitian Berikutnya	74
5.3.2	Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek	74
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Kemiskinan di Indonesia 2023.....	4
Gambar 1.2 Program Pojok Selera Meraih Penghargaan.....	5
Gambar 1.3 Pelatihan Pojok Selera di Paroki Bintaro	6
Gambar 1.4 Kegiatan CSR Pojok Selera Indofood di Bandung	8
Gambar 2.1 Konsep Piramida CSR.....	16
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Miles dan Huberman.....	42
Gambar 4. 1 Logo PT Indofood	49
Gambar 4. 2 Sukwanti Koesno.....	52
Gambar 4. 3 Cucu Kustini.....	53
Gambar 4. 4 Ida Mahrita	53
Gambar 4. 5 Ratna Indrayani	54
Gambar 4. 6 Pelatihan E-Commerce UKM Bersama Blibli.com	62
Gambar 4. 7 Pelatihan Pojok Selera untuk Pembuatan Roti.....	64
Gambar 4. 8 Pelatihan UKM Go Digital Bersama Smartfren.....	69
Gambar 4. 9 Baking Demo Pojok Selera	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	46
Tabel 4. 1 Biodata Informan.....	51
Tabel 4. 2 Pemberdayaan Masyarakat, Najiyati (2014)	68
Tabel 4. 3 Indikator Citra, Kanaidi (2015).....	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Corporate Communications PT Indofood.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

I. Transkrip Wawancara.....	79
II. Hasil Dokumentasi	91