

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* PT KALBE FARMA TBK DALAM
PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA
SENDANG WONOGIRI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu
Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ALMIRA RAMADHEANTI

1181003083

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

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber kutipan
maupun rujukan telah saya nyatakan benar.**

Nama : Almira Ramadheanti

NIM : 1181003083

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Februari 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Almira Ramadheanti
NIM : 1181003083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)
PT Kalbe Farma Tbk Dalam Program Pemberdayaan
Masyarakat di Desa Sendang Wonogiri

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir 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., MMediaPrac
Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.
Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.



The image shows two handwritten signatures. The top signature is in cursive and includes the date '24/2/25'. The bottom signature is also in cursive and appears to be a stylized signature.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis senantiasa diberikan kemudahan hingga dapat menyelesaikan penugasan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Kalbe Farma Tbk Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat di Desa Sendang Wonogiri” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, tugas ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan kepada Allah *subhanahuwata'ala*, karena berkat-Nya serta nikmat sehat yang diberikan selalu menyertai penulis untuk melewati seluruh proses penyelesaian tugas akhir. Seluruh kemudahan dan kelancaran penulis dalam menuntaskan tugas akhir ini penulis yakini selalu datang dari Allah *subhanahuwata'ala*.

2. Kedua Orang Tua dan Keluarga

Rasa terima kasih tidak terhingga penulis ucapkan teruntuk Ibu, Bapak, lima adik, Mbah Uti dan Mbah Kung, serta Bunda dan Om, karena selalu memberikan dukungan baik dalam bentuk moril dan materil sampai saat ini. Seluruh bentuk doa, semangat, dan perhatian dari keluarga yang telah diberikan juga sangatlah berperan dalam kehidupan penulis ketika menjalankan proses kuliah hingga di titik penyusunan tugas akhir ini. Kemudahan yang penulis rasakan tidak lepas pula dari doa dan kebaikan yang telah mereka taburkan kepada yang membutuhkan.

3. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing tugas akhir ini. Berkat kesabaran, kepercayaan, dan bimbingan Ibu selama ini kepada penulis, membuat penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir. Seluruh bentuk masukan dan solusi yang telah diberikan di kala

penulis menemukan kendala dan hambatan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Seluruh bentuk ilmu yang telah Ibu berikan, akan senantiasa berguna sebagai motivasi bagi penulis untuk tidak pernah berhenti belajar kedepannya.

4. Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

Terima kasih kepada Ms. Afel selaku dosen penguji dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir, berkat arahan dan masukan dari ibu membantu penulis dapat melanjutkan serta menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

5. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Kresna selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir, berkat arahan dan masukan dari Bapak membantu penulis dapat menyelesaikan hingga menyempurnakan tugas akhirnya dengan baik.

6. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ibu Yanti selaku dosen untuk triangulator dalam penelitian ini. Berkat ketersediaan dan kesempatannya sangatlah membantu penulis untuk melanjutkan menulis tugas akhir ini. Seluruh bentuk ilmu dan insight yang telah diberikan menjadi acuan bagi penulis untuk membuat dan menyelesaikan tugas akhir sebaik mungkin.

7. Dosen Ilmu Komunikasi, serta Staff dan Biro Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie atas segala bentuk bimbingan berupa ilmu, pengalaman, dan dukungan berharga yang diberikan kepada penulis selama menempuh studi sarjananya. Terima kasih juga kepada seluruh civitas akademika yakni staff maupun biro di Universitas Bakrie yang telah sedia selalu mau membantu dalam kelancaran proses administrasi perkuliahan penulis.

8. Ilmu Komunikasi 2018 & Corporate Communications 2018

Terima kasih banyak untuk seluruh teman-teman dalam menimba ilmu bersama, khususnya kepada seluruh PR mates selalu memberikan doa dan semangat serta harapan baik kepada penulis. Seluruh bentuk kebersamaan yang ada menjadi sumber kontribusi banyak dalam membuat pengalaman positif bagi penulis selama di jenjang pendidikan sarjana.

9. PT Kalbe Farma dan Masyarakat Desa Sendang Wonogiri

Terima kasih kepada PT Kalbe Farma dan masyarakat Desa Sendang Wonogiri atas kesempatannya untuk peneliti melakukan penelitian. Terima kasih juga atas segala bentuk waktu dan ketersediannya sudah berkenan untuk penulis lakukan wawancara.

10. Retno Kusumastuti & REQ Group

Terima kasih kepada Ibu Retno Kusumastuti dan rekan REQ Group yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, dukungan baik secara moril dan materil kepada penulis. *Insight* dan ilmu baru yang telah dibagikan senantiasa menjadi manfaat bagi penulis.

11. Orang-orang Terdekat

Teruntuk Muhamad Dimas Aditya, 5 Serangkai, *Little Calula*, AlMonRah, Oreo *Squad*, dan Wacana Forevah, terima kasih sudah senantiasa menemani penulis selama masa perkuliahan hingga di titik selesainya tugas akhir. Seluruh bentuk dukungan berupa doa, canda tawa, dan beragam cerita yang telah diukir bersama akan senantiasa berada di memori baik penulis. Kepada seluruh orang-orang terdekat penulis, doa-doa baik dari penulis akan terus selalu menyertai kalian. Kita sukses bersama yaa.

12. Seluruh pihak yang senantiasa membantu penulis

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu. Terima kasih sedalam-dalamnya dari hati penulis kepada kalian yang selalu berkenan ada dan mau membantu penulis sejak awal hingga penyelesaian tugas akhir dalam perkuliahannya.

Demikian seluruh bentuk ungkapan terima kasih dari penulis kepada pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 24 Februari 2025



Almira Ramadheanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Almira Ramadheanti
NIM : 1181003083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PT KALBE FARMA TBK DALAM PROGRAM PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DI DESA SENDANG WONOGIRI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) 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 : 24 Februari 2025

Yang menyatakan,



Almira Ramadheanti

Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Kalbe Farma Tbk Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Sendang Wonogiri

Almira Ramadheanti

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan. PT Kalbe Farma Tbk menjalankan program CSR di Desa Sendang, Wonogiri, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat agar lebih mandiri secara ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan PT Kalbe Farma dalam menjalankan program CSR tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan berdasarkan aspek *informativeness, third party endorsement, personal relevance, transparency, consistency, dan frequency*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kalbe Farma menggunakan strategi komunikasi berbasis partisipasi masyarakat, termasuk melibatkan local hero sebagai penghubung antara perusahaan dan warga. Media digital dan laporan CSR juga digunakan untuk menyampaikan informasi. Namun, terdapat tantangan dalam transparansi dan kesinambungan program. Kesimpulannya, strategi komunikasi yang baik dapat meningkatkan efektivitas program CSR dan membangun citra positif perusahaan. Rekomendasi bagi PT Kalbe Farma adalah meningkatkan keterbukaan informasi dan evaluasi program secara berkala agar dampaknya lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Strategi Komunikasi, Pemberdayaan Masyarakat, PT Kalbe Farma

Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Kalbe Farma Tbk Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Sendang Wonogiri

Almira Ramadheanti

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) is a company's effort to contribute to society and the environment. PT Kalbe Farma Tbk implements its CSR program in Sendang Village, Wonogiri, focusing on empowering the local community to achieve economic independence. This study aims to analyze the communication strategies used by PT Kalbe Farma in carrying out its CSR program. The research method used is qualitative descriptive, with data collected through interviews, observations, and document studies. The analysis is based on the aspects of informativeness, third-party endorsement, personal relevance, transparency, consistency, and frequency. The findings show that PT Kalbe Farma applies a participatory communication strategy, involving local heroes as a bridge between the company and the community. Digital media and CSR reports are also used to disseminate information. However, challenges remain in terms of transparency and program sustainability. In conclusion, an effective communication strategy enhances the impact of CSR programs and strengthens the company's positive image. It is recommended that PT Kalbe Farma improve information transparency and conduct regular program evaluations to ensure long-term benefits.

Keywords: CSR, Communication Strategy, Community Empowerment, PT Kalbe Farma

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep yang Relevan.....	9
2.1.1 <i>Corporate Communications</i>	9
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	15
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain dan Pendekatan.....	22
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	24
3.3 Pengumpulan Data.....	25
3.4 Analisis Data.....	27
3.5 Triangulasi Data.....	28
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Konteks dan Penelitian.....	32
4.1.1 Profil PT Kalbe Farma Tbk.....	32
4.1.2 Visi dan Misi PT Kalbe Farma Tbk.....	33
4.1.3 Profil Informan.....	35
4.2 Penyajian Data.....	38

4.2.1 Informativeness.....	38
4.2.2 Third-party endorsement.....	39
4.2.3 Personal Relevance.....	39
4.2.4 Consistency.....	43
4.2.5 Frequency.....	45
4.2.6 Transparency.....	47
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	49
4.3.1 Corporate Communications dalam Program CSR.....	49
4.3.2 Implementasi CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat.....	49
4.3.3 Analisis Strategi Komunikasi CSR PT Kalbe Farma.....	51
4.3.4 Implikasi Strategi Komunikasi CSR PT Kalbe Farma.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
DAFTAR LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 YouTube One Kalbe CSR Watuagung Wonogiri..... 5
Gambar 1.2 YouTube One Kalbe CSR Desa Boto Wonogiri..... 5
Gambar 4.1 Strategi Keberlanjutan Kalbe CSR..... 34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Kalbe Farma Tbk..... 34
Gambar 4.3 Logo PT Kalbe Farma..... 35
Gambar 4.4 Head of Corporate Sustainability Kalbe Farma..... 36
Gambar 4.5 Koordinator Warga Desa Sendang.....36
Gambar 4.6 Warga Desa Sendang Wonogiri.....37
Gambar 4.7 Dosen Prodi Sosiologi FIS UNJ..... 37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	30

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 21