

ABSTRAKSI

NAMA : ANA ADWIYANTI
NIM : D0C007008
JUDUL : KEGIATAN CSR PT. DJARUM MELALUI PROGRAM
BHAKTI LINGKUNGAN SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI PR
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

CSR merupakan salah satu bentuk strategi PR yang dapat digunakan untuk membentuk citra positif perusahaan dimata *stakeholder*. Dengan program CSR perusahaan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga terjadi hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan komunitasnya. PT. Djarum sebagai perusahaan yang bergerak dibidang industri rokok tentu mengalami berbagai pro-kontra dari masyarakat, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk melakukan program CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PR PT. Djarum Kudus dalam mengelola kegiatan CSR khususnya program Bakti Lingkungan sehingga mampu meningkatkan citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dengan panduan *interview guide* kepada Manager Bakti Lingkungan dan warga yang merasakan dampak CSR Bhakti Lingkungan "Djarum Trees For Life".

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan CSR Bakti Lingkungan merupakan salah satu upaya PT. Djarum dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan pemerintah (*stakeholder*). Melalui kegiatan CSR, perusahaan dapat membentuk persepsi positif masyarakat bahwa Djarum bukan hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan, yang pada gilirannya hal tersebut secara tidak langsung telah membantu meningkatkan citra perusahaan. Dalam pengelolaan kegiatan CSR Bakti Lingkungan, Djarum memiliki manajemen strategi untuk menunjang keberhasilan program, diantaranya adalah merangkul LSM, Masyarakat dan Beswan Djarum Kudus dalam tiap pelaksanaan program agar mereka merasa menjadi bagian dari perusahaan. Selain itu media juga selalu dilibatkan agar perusahaan memperoleh publisitas. Manajemen strategi yang dijalankan PR PT. Djarum terbukti cukup efektif untuk menunjang keberhasilan program, terutama untuk publisitas. Dengan adanya publisitas citra positif corporate lebih mudah terbentuk karena lebih banyak masyarakat yang mengetahui program yang dilakukan PT. Djarum.

Semarang, Mei 2010
Dosen Pembimbing

Dr. Hedi Pudja Santosa
NIP. 19610510.198902.1.002