

Implementasi *Corporate Social Responsibility* melalui *Event Festival Ketoprak Pelajar* (Studi Kasus pada CV Amigo Mangesti Utomo)

Samuel Yogasara

Abstrak

Event Ketoprak Pelajar merupakan suatu fenomena yang cukup unik disaat maraknya masyarakat dengan *new media*. Amigo Group memprakarsai *corporate social responsibility* (CSR) yang dibagi menjadi 2 (dua) yaitu CSR Sosial dan CSR Budaya. Festival Ketoprak Pelajar merupakan *event* dari Amigo Peduli Budaya yang diprakarsai sendiri oleh Amigo Group. Tujuan diadakannya *event* adalah untuk terus menjaga relasi antara perusahaan dan pelanggan dapat tetap terjaga dengan baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* melalui *Event Festival Ketoprak Pelajar* (Studi Kasus pada CV Amigo Mangesti Utomo). Teori yang digunakan kali ini adalah *Relationship Management theory*, merujuk pada proses hubungan manajemen antara organisasi dengan publik internal dan eksternal. Sedangkan metode yang penulis pakai yaitu kualitatif dan triangulasi. Hasil penelitian ini menjelaskan mengenai proses program kerja humas yang diterapkan pada perusahaan yang tidak memiliki divisi *public relations* secara khusus dan juga tanpa bantuan dari *agency-agency public relations* yang ada

Kata Kunci: *Event*, Festival Ketoprak Pelajar, CSR

Implementation of Corporate Social Responsibility through Event Festival Ketoprak Pelajar (Case Study on CV Amigo Mangesti Utomo)

Samuel Yogasara

Abstract

Event Festival Ketoprak Pelajar is a phenomenon that is quite unique when the rampant society with new media. Amigo Group initiated corporate social responsibility (CSR) which is divided into 2 (two) namely CSR Social and CSR Culture. Festival Ketoprak Pelajar is an event of Amigo Peduli Budaya initiated by Amigo Group. The purpose of holding an event is to continue to maintain the relationship between the company and the customer can stay well maintained. The purpose of this study is to Know how the Implementation of Public Relations in Corporate Social Responsibility activities through Event Festival Ketoprak Students at Amigo Group. The theory used this time is Relationship Management theory, refers to the process of management relationship between the organization with internal and external public. While the method used by the author is qualitative and triangulation. The results of this study explain the process of public relations work programs applied to companies that do not have a public relations division in particular and also without the help of the public relations agencies that exist

Keywords: Event, Festival Ketoprak Pelajar, CSR