



Judul Tugas Akhir Skripsi:

STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PILAR PENDIDIKAN PT FIFGROUP

(Studi pada Program - Program CSR FIFGROUP “Peduli Pendidikan”)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Kholifah HS

NIM : 2010411228



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL

“VETERAN” JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Kholifah HS
NIM : 2010411228
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,



(Kholifah HS)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kholifah HS
NIM : 2010411228
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PILAR PENDIDIKAN PT FIFGROUP (STUDI PADA PROGRAM-PROGRAM CSR FIFGROUP “PEDULI PENDIDIKAN”)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 15 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Kholifah HS)

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Kholifah HS
NIM : 2010411228
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Untuk Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Pilar Pendidikan PT FIFGROUP (Studi pada Program - Program CSR FIFGROUP "Peduli Pendidikan")

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si.,Ph.D)

Penguji 1

(Dra.Siti Maryam,M.Si)

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi Afriani,M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 03 Juli 2024

**STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PILAR PENDIDIKAN PT FIFGROUP
(STUDI PADA PROGRAM-PROGRAM CSR FIFGROUP PEDULI PENDIDIKAN”)**

KHOLIFAH HS

ABSTRAK

Kewajiban implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah aksi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai organisasi yang berada di tengah-tengah masyarakat dalam rangka untuk melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan masyarakat dan membantu menyelesaikan permasalahan sosial. Permasalahan sosial dan lingkungan, terutama di sektor pendidikan, merupakan hal yang dihadapi oleh masyarakat di Indonesia. FIFGROUP hadir sebagai salah satu perusahaan yang memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu “*Peduli Pendidikan*”. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Public Relations*. Konsep pada penelitian ini mencakup pendidikan, strategi komunikasi dan *Corporate Social Responsibility*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data primer penelitian ini didapatkan melalui *in-depth interview* dan dokumentasi pada konten publikasi yang dilakukan oleh FIFGROUP, kemudian data sekunder di peroleh melalui referensi dari jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh divisi CSR PT FIFGROUP telah menggunakan strategi komunikasi yang baik dan tepat, mulai dari tahapan, implementasi, evaluasi dan publikasi. Menggunakan pendekatan program dengan berbagai indikator seperti SDGS, SNP, serta model evaluasi program yang beragam atau bervariasi, menysasar hampir ke seluruh lapisan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali, melakukan adanya publikasi melalui *website* perusahaan, *social media* (*instagram, facebook, dll*), dan melakukan publikasi melalui media dan meluncurkan *CID Book/ Sustainability report* di tiap tahunnya.

Kata kunci: Pendidikan, Strategi Komunikasi, *Corporate Social Responsibility*

**COMMUNICATION STRATEGY FOR THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM ON PT FIFGROUP'S EDUCATION PILLAR
(STUDY ON FIFGROUP'S CSR PROGRAMS CARE FOR EDUCATION")**

KHOLIFAH HS

ABSTRACT

The obligation to implement Corporate Social Responsibility (CSR) is an action carried out by companies as organizations in the midst of society in order to fulfill community needs and help resolve social problems. Social and environmental problems, especially in the education sector, are things faced by society in Indonesia. FIFGROUP is present as one of the companies that has a Corporate Social Responsibility (CSR) program, namely "Care for Education". The theory used in this research is Public Relations Theory. The concepts in this research include education, communication strategies, and Corporate Social Responsibility. The research method used in this research is descriptive qualitative. The primary data for this research was obtained through in-depth interviews and documentation on the content of publications conducted by FIFGROUP, then secondary data was obtained through references from relevant journals, articles and previous research. The results of this research show that the communication strategy carried out by PT FIFGROUP's CSR division has used good and appropriate communication strategies, starting from stages, implementation, evaluation and publication. Using a program approach with various indicators such as SDGS, SNP, as well as various or varied program evaluation models, targeting almost all levels of Indonesian society without exception, carrying out publications through the company website, social media (instagram, facebook, etc.), and carrying out publications through the media and launching the CID Book/Sustainability report every year.

Keywords: *Education, Communication Strategy, Corporate Social Responsibility*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Strategi Komunikasi Untuk Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Pilar Pendidikan PT FIFGROUP (Studi pada Program - Program CSR FIFGROUP “Peduli Pendidikan”)**”. Selama proses dalam penyusunan skripsi ini, peneliti merasa berterima kasih dan beruntung mendapatkan banyak dukungan serta bantuan yang sangat amat berarti bagi peneliti, mulai dari keluarga, teman-teman, dan kerabat. Dukungan ini sangat bernilai bagi peneliti selama menghadapi tantangan, hambatan yang muncul selama penelitian. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih secara khusus kepada:

1. Ibu saya tercinta Rosmi dan Ayah saya Hairudin Hasibuan yang selalu memberikan dukungan, doa, cinta dan semangat yang tidak henti-hentinya selama proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Yani Hendrayani, S.Sos, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
3. Saudara kandung saya Lia Zuraidah Hasibuan dan kakak ipar saya Marizal Dovanda yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penulisan skripsi ini.
4. Nadila Safitri yang selalu memberikan semangat dan dukungan positif selama penyelesaian skripsi ini.
5. Delia Zalfa Elliza dan Rossi Dewi Apriliani yang selalu memberikan semangat dan dukungan positif selama penyelesaian skripsi ini.
6. Kholifah HS yang telah berhasil untuk memberikan hasil yang terbaik dan telah berjuang sedemikian rupa dalam menyelesaikan skripsi ini dalam menempuh pendidikan dan telah mampu untuk menyelesaikan segala bentuk tanggung jawab selama masa perkuliahan di UPN Veteran Jakarta meskipun dalam keadaan tersulit.

7. Sherly Maria Monalisa, teman seperbimbingan saya yang selalu ada dan memberikan dukungan positif satu sama lain selama proses penyelesaian skripsi ini
8. Nada Salsabila, Dina Nabila, Namira Nazhami, Nabila Caramia, Lathif Pramana, Anggi Maulana, Farid Athabillya, Hayyatudin Arrofi, Rakha Dwiputra selaku rekan perkuliahan saya yang turut memberikan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Amelia Tri Rahayu dan Fadlillah Aldynif Winoto yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penulisan skripsi ini.
10. Bapak Charles DW Simare mare, Bapak Beryl Abdi Sahata Ebenezer, dan Bapak Achmad Abdul Majid dari FIFGROUP yang telah membantu saya dalam pemberian informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Ibu Lili Maliyah, S.Ag dan Ibu Sarpiah dari SMK Al-Ihsan yang telah membantu saya dalam pemberian informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Serta teman-teman seangkatan dari Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2020 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah berjuang bersama dan saling membantu selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

Jakarta, 20 Juni 2024



(Kholifah HS)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.4.1 Tujuan Praktis.....	10
1.4.2 Tujuan Teoritis	10
1.5 Manfaat Penulisan	11
1.5.1 Manfaat Akademis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Penelitian	13
2.1.1 Teori <i>Public Relations (Public Relations Theory)</i>	13
2.2 Konsep Penelitian.....	16

2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.2.1.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.2.1.2 Landasan Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.2.1.3 Jenis - Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.2.1.4 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.2.1.5 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.2.2 Kirkpatrick’s Models.....	23
2.2.2.1 Definisi Kirkpatrick’s Models	23
2.2.2.2 Tahapan Kirkpatrick’s Models	24
2.2.3 Pendidikan.....	25
2.2.3.1 Definisi Pendidikan.....	25
2.2.3.2 Jenis Pendidikan di Indonesia.....	27
2.2.3.3 Mutu Kualitas Pendidikan	28
2.3 Kerangka Berpikir	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 31

3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Data Primer.....	33
3.3.1.1 Wawancara (<i>In-depth Interview</i>).....	33
3.3.1.2 Dokumentasi	34
3.3.2 Data Sekunder.....	34
3.3.2.1 Studi Kepustakaan	34
3.4 <i>Key Informan</i> dan Informan Penelitian	35
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Uji Keabsahan Data.....	38

3.7 Tempat dan Waktu Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	40
4.1.2 Profil Perusahaan.....	41
4.1.2.1 Logo Perusahaan	42
4.1.2.2 Visi dan Misi Perusahaan	43
4.1.2.3 Struktur Organisasi CSR Perusahaan.....	44
4.1.2.4 Nilai Perusahaan PT FIFGROUP	45
4.1.2.5 Profil <i>Key Informan</i> dan Informan Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Program CSR PT FIFGROUP Pilar Pendidikan.....	47
4.2.1.1 Beasiswa Ceria	47
4.2.1.2 Beasiswa FIF <i>Group Young Leader</i> (FYL).....	49
4.2.1.3 FIFGROUP Peduli Pelatihan Guru	51
4.2.1.4 Jam Sosial FIFGROUP Mengajar	54
4.2.1.5 <i>Explore (Experience Learning for Student)</i>	56
4.2.2 Indikator <i>Standard</i> Program CSR Pilar Pendidikan PT FIFGROUP	57
4.2.3 Strategi Komunikasi Divisi CSR PT FIFGROUP	59
4.2.3.1 Perencanaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	60
4.2.3.2 Pelaksanaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
4.2.3.3 Evaluasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	63
4.2.3.4 Publikasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	65
4.2.4 Peranan Strategi Komunikasi Dalam Program CSR Pilar Pendidikan PT FIFGROUP	67
4.3 Pembahasan Penelitian	70
4.3.1 Strategi Komunikasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	

FIFGROUP	72
4.3.2 Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) FIFGROUP	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Teoritis.....	83
5.2.2 Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proporsi anak-anak yang tidak mengenyam prasekolah, tidak bersekolah dan tidak memiliki akses ke internet, 2015–2019	2
Gambar 2 <i>Triple Bottom Line</i>	17
Gambar 3 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4 <i>Website</i> FIFGROUP	42
Gambar 5 <i>Instagram</i> FIFGROUP	42
Gambar 6 Logo Perusahaan	42
Gambar 7 Struktur Organisasi Perusahaan	44
Gambar 8 Program Beasiswa Ceria	47
Gambar 9 <i>Background</i> Program FYL	49
Gambar 10 Program Peduli Pelatihan Guru	51
Gambar 11 Program Peduli Pelatihan Guru (<i>Via Online</i>).....	52
Gambar 12 Program <i>Explore</i>	56
Gambar 13 Publikasi FIFGROUP.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Informan.....	56
Tabel 2 Rencana Penelitian.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Riset Penelitian	88
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara Penelitian	91
Lampiran 3 Bukti Surat Wawancara Penelitian	92
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Peneltian	94