

ABSTRAK

Amirudin, Zen, 071148008 **“Pengembangan Model Corporate Social Responsibility Berbasis Two Way Communication Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Community Relation”** Studi Pada Devisi Hrd Dan Public Relations Pt. Nestle Kejayan Pasuruan Dan Masyarakat Sekitar Perusahaan

Pembimbing: Prof. Dr. Mustain Mashud, MSi

Komunikasi SCR adalah proses yang membutuhkan pemahaman tentang para pemangku kepentingan, termasuk informasi yang mereka butuhkan dan saluran komunikasi yang bisa merangkul dengan mereka. Ini karena setiap elemen stakeholder memiliki karakteristik, kepentingan dan agenda yang berbeda-beda. Suatu pesan perusahaan dapat menciptakan reaksi negatif ketika stakeholder melihat pesan tersebut terlalu berpromosi. Disamping itu tidak semua stakeholder menginginkan informasi yang sama tentang suatu kegiatan CSR. Karena itu komunikasi CSR termasuk pesannya harus disesuaikan dengan masing-masing stakeholder. Tujuan penelitian ini secara umum adalah ingin mengetahui pengembangan model CSR yang berbasis two ways communications dalam rangka meningkatkan community relation pada Public Relations PT. Nestle Pasuruan dan Masyarakat Sekitar Perusahaan.

Penelitian ini merupakan telaah tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan melalui aktivitas *community relations* (hubungan komunitas) di Nestle Factory Pasur . Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, *community relations* tidak lagi dipandang sebagai kegiatan yang dapat dilakukan atau dapat pula tidak dilakukan suatu organisasi bisnis, melainkan sudah merupakan kegiatan yang wajib dilaksanakan.

Metode yang peneliti pakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penggambaran fenomena sosial untuk membuat generalisasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dan berikutnya peneliti menafsirkan data yang diperoleh dengan menggunakan metode interpretatif menjadi teori substantif yang berupa hasil akhir penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi CRS yang dibangun perusahaan dengan komunitas berdasar pada dua aras utama, yakni model komunikasi keterlibatan langsung dan keterlibatan tidak langsung. Pada berbagai kegiatan CSR PT Factory Nestle Pasuruan menggunakan keduanya dalam rangka menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar perusahaan yakni dengan cause promotion, Cause-Related Marketing, Corporate Social Marketin, Corporate Philanthroph, dan Corporate Volunteering. Hal tersebut mampu menjadi jembatan penghubung yang efektif baik untuk kepentingan perusahaan maupun masyarakat setempat. Adapun yang sarannya adalah tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi perannya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif dan statis, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antara *stakeholders*.