

**PERAN PROGRAM CSR ONLINE SCHOLARSHIP COMPETITION  
DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN MEDCOM**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh :**

**Shidiq Purwa Pandawa A.**

**18107030109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN

### Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Shidiq Purwa Pandawa Adjie

Nomor Induk : 18107030109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji skripsi.

Yogyakarta, 22 November 2022

Yang Menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAJI  
YOGYAKARTA



Shidiq Purwa Pandawa

18107030109

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu 'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Shidiq Purwa Pandawa Adjie  
NIM : 18107030109  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### **ANALISIS DAMPAK PROGRAM CSR ONLINE SCHOLARSHIP COMPETITION DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MEDCOM**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 12 Desember 2022  
**Pembimbing**

**Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 19790720 200912 2 001**

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-104/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : Dampak Program CSR OSC Dalam Membentuk Citra Perusahaan Medcom

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SHIDIQ PURWA PANDAWA ADJIE  
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030109  
Telah diujikan pada : Kamis, 05 Januari 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 6343819a58a88



Penguji I  
Niken Puspitasari, S.IP., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 63d75d811318c



Penguji II  
Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 63d7563731d85



Yogyakarta, 05 Januari 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63d779d09148d

**HALAMAN MOTTO**

“مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ”

“Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu maka ia berjihad di jalan Allah  
hingga ia kembali”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* *rabbil 'alamin* puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan dapat saya persembahkan kepada:

1. Kampus tercinta khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Orang tua saya, Ayah Ir. Dahana Nusantara Herlambang dan Bunda Sutiyah Herlambang yang telah memberikan *support* yang besar sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai dengan S1.
3. Keluarga besar saya, yang juga telah memberikan *support* penuh berupa kebutuhan materil maupun non-materil.
4. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Niken Puspitasari, S.IP, M.A yang telah membimbing saya sejak awal berkuliah di UIN Sunan Kalijaga.
6. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si. yang telah membimbing skripsi sehingga dapat terselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan karunia dan rahmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Sholawat serta salam tak luput tucurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliah menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penyusunan skripsi ini adalah analisis terhadap program *Online Scholarship Competition* Medcom dalam membentuk citra perusahaan yang baik. Penyusun menyadari bahwasanya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, arahan, bimbingan dan *support* dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Bapak Dr. Mochamad Sodik, S. Sos., M. Si.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak  
Dr. Rama Kertamukti, S. Sos, MSn.
3. Dr. Sulistyarningsih, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Niken Pustpitasari, S. IP., M. A.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta.

7. Kedua orang tua saya, Ir. Dahana Nusantara Herlambang dan Ibu Sutiayah Herlambang yang telah memberikan *support* yang besar sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai dengan S1.
7. Keluarga besar Hermansyah bin Rifa'i Muhammad Dalil.
8. Keluarga besar Syahroni bin Muhammad Ali.
9. Hestisya Devi Aisamana yang telah memberikan *support* dan ikut terlibat membantu dalam proses penyusunan skripsi.
10. Toni Fajar Ristanto, Ulil Albab Makarim, Muhammad Afif Dzakwan selaku teman saya yang berperan besar dalam perjalanan saya.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah ikut serta membantu proses skripsi yang saya susun hingga selesai.

Kepada semua pihak tersebut, besar harapan saya semoga amal baik yang telah diberikan selama proses yang saya jalankan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapatkan limpahan rahmat dan rezeki dari-Nya, aamiin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
<b>E. Tinjauan Pustaka</b> .....	8
<b>F. Landasan Teori</b> .....	10
1. CSR (Triple Bottom Line) .....	10
2. SWOT .....	13
3. Citra Dalam Komunikasi .....	15
4. Integrasi Interkoneksi.....	16
<b>G. Kerangka Pemikiran</b> .....	18
<b>H. Metode Penelitian</b> .....	19
1. Jenis Penelitian .....	20
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3. Lokasi Penelitian .....	21

4. Metode Pengumpulan Data .....	21
5. Metode Analisis Data .....	22
BAB IV .....	25
PENUTUP .....	25
<b>A. Kesimpulan</b> .....	25
<b>B. Saran</b> .....	26
DAFTAR PUSTAKA .....	27
LAMPIRAN.....	1
<b>Lampiran 1: Interview Guide</b> .....	1
<b>Lampiran 2: Dokumentasi</b> .....	4
Curriculum Vitae.....	7



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka .....	8
---------------------------------	---



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1   Diagram peserta OSC .....	6
Bagan 2   Kerangka Pemikiran.....	18



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1   Gambar Konsep CSR .....	11
<b>Gambar 2   Wawancara Corcomm Medcom .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 3   Wawancara Pengamat OSC .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 4   Wawancara Head of Corcomm Medcom .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 5   Wawancara Andeara (Peserta OSC) .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 6   Wawancara Athilla (Peserta OSC) .....</b>	<b>6</b>



## **ABSTRACT**

*The background of this research is phenomenon corporate social responsibility that many companies do. This phenomenon not detached from constitution arrange. In additional to aborting obligations, corporate certainly obtain the benefit either in the form of material and non material benefit, spesifically image for the corporate. In this reseacrh, researcher see the program is what the mess media can do, especially Medcom.id. The corcoraton conduct the education program which is known as Online Scholarship Competiton or OSC. This research discuss focused on how the OSC (Online Scholarship Competiton) or build up the image of corporate and how the program yield a material and non material profit. This research spesifically use three theory, the tripple bottom line, corporate image theory and SWOT analytic theory. This research construct OSC (Online Scholarship Competiton) or not only describe material benefit but also the corporate image. Medcom succeed develop the corporate image by receiving an award from Kemenristekdikti at 2018.*

**Keyword: Corporate Social Responsibility, Medcom, Corporate Imgae, SWOT**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi yang semakin meningkat dan persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, perusahaan diharapkan untuk selalu beradaptasi dan mencari cara untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Hal ini dilakukan untuk menjamin keberlangsungan perusahaan dan memungkinkan mereka untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan tentunya tidak selalu memikirkan profit berupa ekonomi semata, perusahaan juga membuka mata dan peluang untuk membentuk dan membangun progres jangka panjang yang tentunya diharapkan dapat menjadikan profit serta keuntungan dimasa yang akan datang. Ada banyak cara dari perusahaan untuk mencapai hal tersebut salah satunya adalah dengan menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Bambang Rudito dan Melia Famiola menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility adalah merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (bukan hanya) perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Rudito & Famiola, 2013).

CSR merupakan kewajiban korporat kepada masyarakat dan

lingkungan sekitar. Dalam undang – undang nomor 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 dikatakan bahwa :

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Selain sebagai sebuah kewajiban, program CSR tentunya memiliki tujuan untuk menguntungkan perusahaan baik dari ekonomi, politik, dan juga mungkin terhadap citra perusahaan itu sendiri. Perusahaan pasti memiliki tujuan jangka panjang dibalik niat baiknya, salah satunya adalah membentuk citra perusahaan agar dikenal umum. Perusahaan tentunya akan tetap memikirkan apa yang diperoleh dari apa yang digelontorkan.

Salah satu perusahaan yang peneliti temukan dan berkewajiban menjalankan Program CSR adalah PT Citra Multimedia Indonesia. PT Citra Multimedia Indonesia atau Medcom.id adalah sebuah situs berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari Tim Corcomm Medcom, Medcom berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Medcom.id hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Melansir dari Wikipedia, Medcom.id dikatakan merupakan yang terdepan dalam hal berita- berita baru atau *breaking news*. Medcom.id juga menjadi bagian dari Media Group sejak 2017.

Selain program bertemakan berita, Medcom memiliki program CSR



dalam bidang pendidikan yaitu *Online Scholarship Competition*. *Online Scholarship Competition* atau yang biasa disingkat menjadi OSC, adalah program beasiswa bagi putra putri Indonesia yang diprakarsai oleh Media Grup sejak tahun 2015. Sesuai namanya, OSC adalah sebuah kompetisi yang memberikan hadiah berupa beasiswa kepada para pemenangnya. Mereka berkesempatan untuk melanjutkan studinya di beberapa perguruan tinggi yang menjadi mitra OSC.

Pra penelitian ini, peneliti menemukan fakta bahwa, OSC pertama kali diadakan di tahun 2015, perguruan tinggi mitra OSC hanya terdiri dari 5 PTS yang berlokasi di Jakarta dan Tangerang dan hanya untuk jenjang S1 saja. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak perguruan tinggi yang bergabung dengan OSC, saat ini ada 19 PTS mitra yang tersebar di 8 kota besar di tanah air. Mulai tahun 2020 OSC juga menyediakan beasiswa untuk jenjang S2 di 7 PTS.

Dengan OSC peserta tidak lagi perlu datang ke kampus/universitas untuk mendaftarkan diri dan mengikuti tes secara langsung. OSC mempersingkat proses tersebut dengan metode Online, pendaftaran dan test tahap awal dilakukan melalui sistem online. OSC kini telah memasuki tahun keempat, bekerjasama dengan 18 Perguruan tinggi swasta ternama di Indonesia, dan menyediakan 360 beasiswa S1 yang dapat diperebutkan oleh setiap siswa/i SMA/SMK/MA sederajat di Indonesia. Diharapkan mampu menjadi daya dukung pendidikan tinggi yang memfasilitasi anak- anak

berprestasi dari berbagai kalangan di seluruh Indonesia.

Dengan itu anak-anak penerus bangsa bisa lebih semangat, dan mudah untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yang diinginkan. OSC bertujuan untuk membantu putra – putri bangsa yang ingin melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi. Melihat banyaknya putra – putri Indonesia yang putus sekolah dan tidak melanjutkan ke bangku perkuliahan. Medcom berharap, dengan adanya OSC dapat menjadi daya dukung bagi pendidikan tinggi yang memfasilitasi anak–anak berprestasi Indonesia. Karena Medcom percaya bahwa jika Sumber Daya Manusia atau SDM Indonesia maju maka kedepannya Indonesia bisa menjadi negara yang lebih baik. OSC juga membantu pemerintah dalam menerapkan SDM unggul, Indonesia maju.

Program ini termasuk salah satu dari beberapa *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ada dalam perusahaan Citra Multimedia Indonesia (Medcom) Menurut (Rudito & Famiola, 2013) CSR pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Peneliti sebelumnya sempat berbincang sedikit dengan *Head Of Corporate Communication* Medcom, Bapak Herfindo Gading tepatnya pada bulan Januari 2022. Herfindo mengatakan bahwa, selain bertujuan mencerdaskan dan memajukan anak bangsa program OSC juga bertujuan membentuk citra perusahaan yang belum banyak dikenal masyarakat.

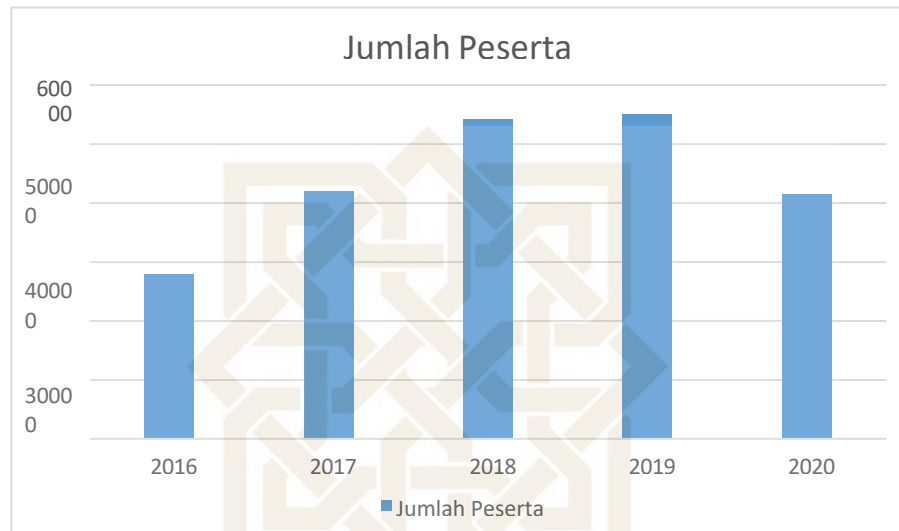
CSR juga akan sangat mempengaruhi citra perusahaan jika dapat

terwujud dengan baik dan sesuai tujuan. Peran CSR sangat besar bagi perusahaan, selain berperan penting dalam pembentukan citra positif perusahaan, CSR juga menjadi wujud kepedulian perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada para publik. (Andraina, 2014)

Berdasarkan pada argumen yang disampaikan Bapak Herfindo selaku *Head Of Corporate Communication* Medcom dan pra penelitian yang dilakukan. Citra bagi perusahaan Medcom adalah hal yang penting dan OSC diharapkan dapat menjadi faktor yang membentuk hal tersebut. Pada dasarnya “akar rumput” dari perusahaan adalah citra. Citra mutlak dan wajib hukumnya bagi perusahaan, tidak peduli citra baik atau buruk akan selalu menyertai langkah perusahaan sampai kapanpun (Dian, 2012).

Program Corporate Social Responsibility (CSR) Medcom telah beroperasi sejak tahun 2016. Tujuan utama dari program ini adalah untuk membentuk citra positif perusahaan dan meningkatkan reputasi mereka. Pada saat program ini diimplementasikan, industri berita digital belum sepopuler saat ini dan oleh karena itu, melalui program CSR Medcom diharapkan dapat membuat perusahaan tersebut dikenal oleh khalayak luas. Indikator kinerja program ini dapat diukur dari tingginya jumlah peminat dan *stakeholder* perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa program ini berjalan dengan baik jika perusahaan berhasil meningkatkan jumlah peminat dan *stakeholder*-nya. Namun jika jumlah peminat dan *stakeholder*-nya sedikit, maka program ini dapat dikatakan gagal dalam mencapai tujuannya.

Bagan 1 | Diagram peserta OSC



Sumber: Data perusahaan Medcom

Informasi diatas menampilkan grafik partisipan yang mendaftar pada *event CSR Online Scholarship Competition*. Pada 2016–2019 Medcom berhasil menyukseskan *event* OSC dengan grafik yang ditunjukkan meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2020, partisipan OSC mengalami penurunan yang cukup drastis dari jumlah partisipan 55. 000 menjadi 41. 000- an partisipan. Perihal ini pastinya merupakan suatu penurunan dalam kesuksesan *event* tersebut. Dengan sebagian penjelasan diatas, Riset bertujuan guna mengetahui bagaimana citra perusahaan terbentuk dengan adanya *event* CSR unggulan Medcom ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana dampak program CSR OSC dalam meningkatkan citra Perusahaan Medcom.id?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis bagaimana *event* OSC dapat mempengaruhi citra perusahaan, serta mengkaitkan kesesuaian teori yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli.

## **D. Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua, manfaat teoritis dan juga manfaat praktis. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi landasan dalam perkembangan keilmuan, khususnya ilmu komunikasi yang terfokus pada pembahasan *Corporate Social Responsibility* dan juga bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian yang ada kedepannya.

### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi korporat terkait yang dalam hal ini adalah PT Citra Media Indonesia (Medcom) dan dapat membantu meningkatkan kompetensi perusahaan.

## E. Tinjauan Pustaka

**Tabel 1. Tinjauan Pustaka**

No.	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ajeng Dian Kartikasari (Dian, 2012)	Corporate Social Responsibility Dan Citra Perusahaan : Studi Deskriptif Kualitatif Proses Public Relations Kegiatan Corporate Social Responsibility Bidang Pendidikan Lorin Business Resort & Spa Dalam Membangun Citra Perusahaan	Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif, Membahas Tentang Citra Perusahaan Dan CSR	Penelitian dilakukan di lokasi yang berbeda.
2	Sena Andraina (Andraina, 2014)	Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada PT Energi Mega Persada Bentu & Korinci Baru Di Pekanbaru)	Menggunakan metode penelitian kualitatif, membahas tentang peningkatan citra perusahaan setelah berjalannya CSR	Penelitian dilakukan di lokasi yang berbeda, Penelitian ini focus pada dampak program CSR yang kurang merata

3	Dela Melinda Savila (Savila & Utami, 2020)	Strategi Corporate Social Responsibility dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi pada Kegiatan CSR di PT. Wijaya Karya)	Menggunakan metode penelitian kualitatif, Membahas tentang citra perusahaan yang muncul setelah terlaksananya <i>event</i> CSR perusahaan	Pembahasan penelitian ini diambil dari 4 program CSR yang ada sedangkan penelitian yang akan ditulis dalam proposal ini hanya fokus pada satu program CSR, Penelitian dilakukan di lokasi yang berbeda
---	---	--	--	---

## F. Landasan Teori

### 1. CSR (Triple Bottom Line)

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an setelah John Elkington mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*. *The triple bottom line* Ditegaskan Elkington bahwa CSR dikemas dalam tiga focus yang disingkat 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Penjabarannya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Dalam penelitian (Dian, 2012) Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (Rahman, 2009:10) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.



Gambar 1 | Gambar Konsep CSR



Sumber: [zerowaste.id](http://zerowaste.id)

Dari gambar di atas, dapat dipahami bila *profit* merupakan orientasi yang harus dikejar oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi agar usaha mereka dapat terus beroperasi dan berkembang. Kemudian, *people* diartikan perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia di sekitar mereka beroperasi. Beragam model telah dijalankan pihak perusahaan dalam memberikan dana CSR, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan sebagainya. Sedangkan planet, dimaksudkan sebagai bentuk kepedulian pihak perusahaan kepada lingkungan hidup. Contoh nyata yang akan kami bahas, ialah salah satu

program CSR yang terdapat pada perusahaan Medcom.id. Program tersebut adalah pemberian dana beasiswa bagi pelajar dan calon mahasiswa yang dikenal dengan nama OSC. Sementara menurut para ahli, seperti Kotler dan Lee (2005) menyatakan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktek bisnis yang terbuka dan kontribusi sumber daya Perusahaan.

Menurut Hartman dalam (Widenta, 2012) CSR merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok-kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan startegis. Secara umum CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Serta bagaimna memberikan pengaruh terhadap dibidang ekonomi, sosial dan lingkungan. Melihat dari beberapa aspek tersebut dalam bidang ekonomi, CSR diharapkan dapat meningkatkan atau mempengaruhi suatu bentuk perekonomian, dalam aspek hukum perusahaan dituntut untuk mengikuti setiap peraturan yang berlaku yang menyangkut tentang CSR. Dalam artian bahwa setiap

perusahaan baik skala lokal maupun perusahaan asing harus melakukan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan peraturan ketentuan hukum yang berlaku, jika dilihat dari segi etika serta kontribusi pada isu sosial perusahaan harus berperan penting dalam menjaga etika dalam kegiatan perusahaan tersebut seperti dalam memperhatikan dampak yang dihasilkan serta menjaga keadaan lingkungan. Dalam (Astri, 2012) menurut Rogovsky dalam Wibisono (2007:48) menunjukkan beberapa manfaat CSR sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi individu yakni
- b. Manfaat bagi penerima program
- c. Manfaat bagi perusahaan

## 2. SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu analisis yang digunakan oleh organisasi, perusahaan maupun lembaga pemerintahan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan dari organisasi. (Fatimah, 2016). Dalam analisis SWOT ada 4 poin yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk melihat dan menganalisa kinerja suatu organisasi atau pun perusahaan. Antara lain adalah:

### a. *Strength*

Digunakan untuk melihat potensi dan kekuatan dari perusahaan yang dapat menyaingi *competitor* yang ada, analisis ini digunakan

dalam penelitian ini digunakan untuk melihat seberapa besar potensi yang dapat dijual oleh *event Online Scholarship Competition* ini.

b. *Weakness*

Kedua adalah *weakness*, analisis ini berguna untuk melihat kelemahan, tantangan, dan masalah yang ada dalam sebuah perusahaan maupun organisasi. Dalam hal ini analisis ini akan digunakan dalam penelitian ini untuk melihat kelemahan dan kekurangan dari program OSC.

c. *Opportunities*

*Opportunities* adalah peluang, peluang dari sebuah perusahaan atau organisasi yang dapat diperoleh. Analisis ini akan berguna bagi penelitian *event* OSC untuk melihat peluang kedepannya bagaimana sebaiknya perusahaan (Medcom) bertindak kedepannya untuk lebih mengangkat *event Online Scholarship Competition* ini dan juga mungkin dapat melihat peluang apa yang sebenarnya OSC ini punya untuk dijual dan mendapatkan keuntungan baik segi materi maupun non materi.

d. *Threats*

*Threats* atau ancaman juga diperlukan untuk melihat ancaman apa yang akan terjadi terhadap perusahaan dan organisasi. Dalam penelitian ini, analisis ini juga diperlukan untuk melihat ancaman apa

yang ada dari *event* yang digelar oleh Medcom.id yaitu *Online Scholarship Competition*.

### 3. Citra Dalam Komunikasi

Beberapa definisi tentang citra banyak dikemukakan oleh para ahli, Kotler (2000) menyatakan bahwa "*Image is the set beliefs, ideas, and impressions that a person hold of on object*". Pendapat lain juga dikemukakan oleh Aacker & Myers mengatakan bahwa "*The total impression of what person a group of people think and know about or object*"

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya (Puput Purwanti, 2018). Dalam Tulisan (Puput Purwanti, 2018) dari Frank Jefkins, yang dikutip oleh Doemirat &

Ivinaro (2002): 117) citra dapat digolongkan menjadi empat jenis:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) management terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaanya.
- b. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal yang berdasarkan pada pengalaman publik eksternal. citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.

- c. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis) yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

#### 4. Integrasi Interkoneksi

Integrasi dalam KBBI adalah pembaruan hingga menjadi kesatuan utuh yang bulat. Maksudnya adalah perpaduan antara beberapa aspek. Sedangkan Interkoneksi adalah hubungan antara satu sama lain. Dalam konteks penelitian ini khususnya dalam lingkun penelitian ini diterbitkan yaitu zona UIN Sunan Kalijaga, peneliti mengambil konsep Integrasi-Interkoneksi bapak Prof. Dr. H. M. Amin Abdullah yang berbicara tentang integrasi dan interkoneksi antara ilmu agama dengan ilmu umum.

Peneliti mengambil ayat dalam Surat Al – Isra ayat 7:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

Artinya:

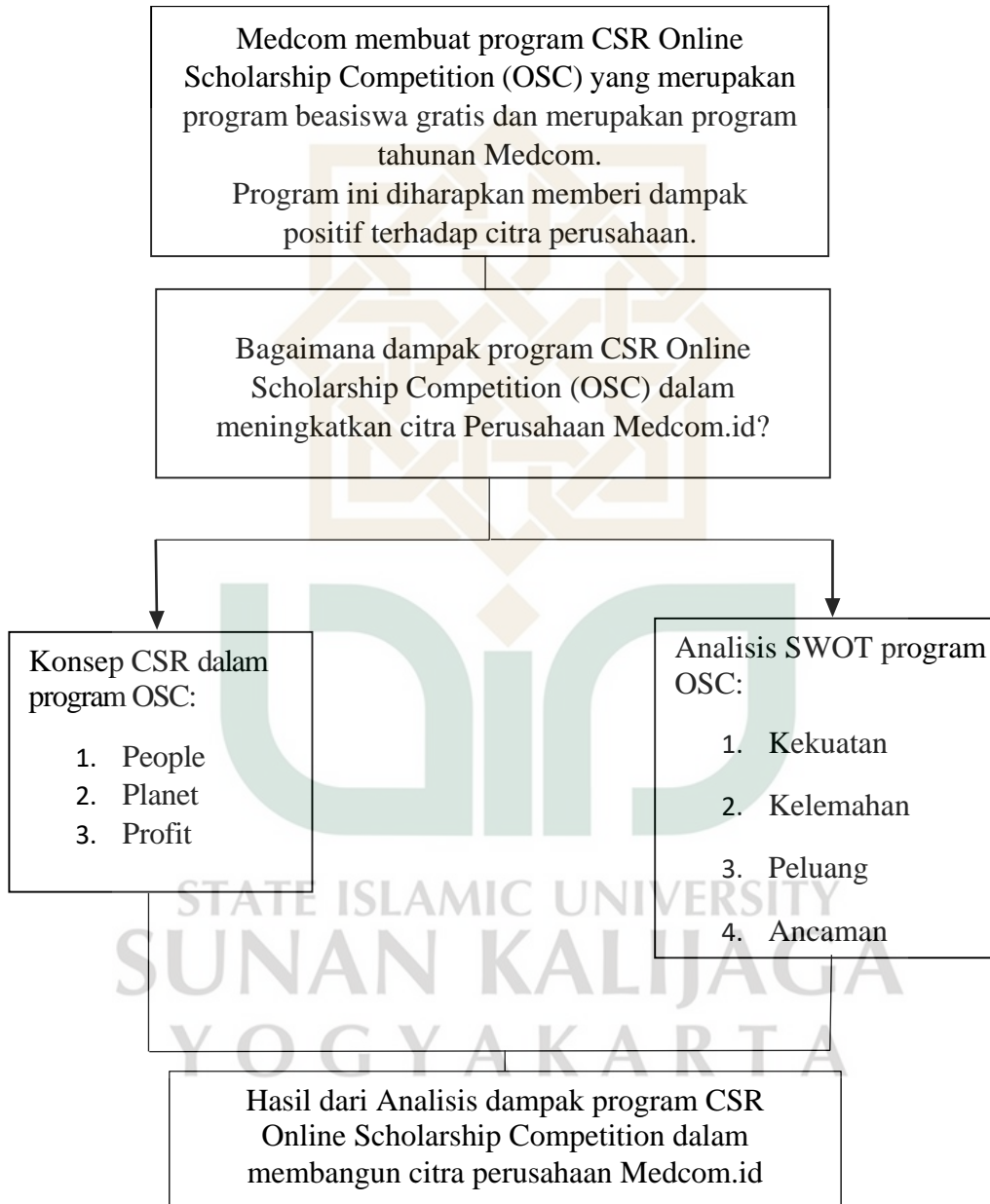
“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri.”

Dengan ayat tersebut peneliti akan mencoba mengintegrasikan dan menginterkoneksi program OSC Medcom dengan perspektif dan pandangan agama yang dalam hal ini adalah agama Islam.



## G. Kerangka Pemikiran

### Bagan 2 | Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti



## H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian metode kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja. (Raco, 2018) Pendekatan kualitatif dipilih karena berorientasi pada kasus dan konteks.

Sedangkan studi deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala atau realitas agar dapat memberikan pemahaman (*understanding verstehen*) mengenai gejala atau realitas tersebut. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Metode kualitatif ini diharapkan mampu menjelaskan fenomena yang ada dengan sedalam-dalamnya. Dengan metode ini peneliti tidak mengutamakan besaran sampling data yang ada, namun lebih kepada kualitas data yang dipaparkan dalam penelitian ini serta sumber yang dipercaya dalam menyajikan informasi yang terkait.

## 1. Jenis Penelitian

Kualitatif deskriptif dijadikan metode pada penelitian ini yang merupakan pencarian fakta dengan mengumpulkan data-data berupa kata-kata, gambar, bukan angka. Dengan demikian, penelitian ini akan berisi beberapa kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari kegiatan wawancara dan hasil dokumentasi (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Kualitatif deskriptif fokus pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena, sehingga memungkinkan studi ini dapat dilakukan secara mendalam dan kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini (Soraya, 2017). Penelitian kualitatif dapat memperlihatkan pengalaman individu ataupun organisasi menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak diketahui sebelumnya.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah semua aspek yang mencakup dalam *event* OSC Medcom.id Spesifiknya adalah segala kegiatan yang berlangsung selama berjalannya acara atau *event* OSC. Objek yang diambil adalah dari beberapa rangkaian acara kegiatan OSC Medcom.id dari mulai pembukaan, pendaftaran, hingga pada puncak acara yaitu malam penghargaan (*Awarding Night*). Subjek dalam penelitian ini pula, termasuk orang-orang yang

terlibat dalam acara tersebut. Peneliti mengambil beberapa narasumber diantaranya adalah masyarakat umum, peserta OSC, *staff Corcomm Medcom, Head Of Corporate Communication Medcom,* dan pakar atau akademisi yang memahami tentang *event CSR.*

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT Citra Multimedia Indonesia (Medcom) yang berlokasi di Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. 11015.

### 4. Metode Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan data dari *Online Scholarship Competition Medcom.id.* Adapun data sekunder adalah Wawancara.

Pengumpulan data dengan teknik observasi dan wawancara merupakan cara yang utama sekaligus sebagai penciri utama bagi penelitian kualitatif ini. Selain itu, data dalam penelitian kualitatif dapat dikumpulkan melalui sumber data sekunder yang berupa dokumentasi, dengan berbagai alternatif wujudnya. (Nugrahani, 2014). Adapun kriteria narasumber ialah 3 orang *Tim Corporate Communication Medcom,* 2 orang mantan peserta OSC Medcom, 5

Masyarakat umum (remaja) yang cukup mengerti tentang beasiswa OSC dan 2 narasumber ahli dari akademisi.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pendukung untuk memperkuat data primer. Adapun data sekunder penelitian ini didapatkan dari berbagai literatur seperti jurnal, artikel berita, buku-buku, dan internet searching.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental (Sugiyono, 2013).

5. Metode Analisis Data

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Hal yang dilakukan dalam mereduksi data yakni melakukan editing, pengelompokan, dan meringkas data. Kemudian peneliti menyusun catatan-catatan (memo) mengenai aktivitas dan proses sehingga dapat menemukan kelompok-kelompok dan pola-pola data.

b. Penyajian Data (Data Display)

Pada bagian ini perlu diuraikan pokok-pokok data yang ditemukan dalam proses penggalan data di lapangan atau dalam pustaka kajian. Urutan penyajian datanya sesuai dengan urutan

rumusan masalah yang telah dirumuskan. (Nugrahani, 2014)

c. Penarikan Dan Pengujian Kesimpulan

Penarikan dan pengujian kesimpulan yaitu mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari data display yang telah disusun.

d. Triangulasi

Adapun jenis keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah triangulasi yang digunakan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan membandingkan atau mengecek ulang data dari sumber yang berbeda. Penggunaan triangulasi sangat membantu, tetapi sekaligus juga sangat mahal. Dalam banyak penelitian kualitatif, peneliti umumnya menggunakan teknik triangulasi dalam arti menggunakan interview dan observasi (Raco, 2018)

Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai

perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil informan yang berbeda demi mendapatkan hasil penelitian yang valid dan terstruktur. Adapun informan tersebut adalah:

- a. Herfindo Satria Gading (Head of Corporate Communication Medcom)
- b. Tarisno Amijoyo M. Kom (Pengamat OSC dan Dosen Universitas Saintek Muhammadiyah Jakarta)
- c. Andi Pajolloi Bate S. Ikom, M. A (Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta)

Ketiga narasumber di atas sebagai sumber informan dari penelitian ini sebagai dasar penguat bagi penelitian “Dampak Program CSR OSC Dalam Membentuk Citra Perusahaan Medcom”.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada program *Online Scholarship Competition* (OSC) terutama dari sisi kekuatan program, OSC memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra perusahaan Medcom.id di mata masyarakat, universitas dan pemerintah. Hal ini dapat dilihat dari penghargaan yang diterima oleh perusahaan pada tahun 2018 dari Kemendikbudristek. Penghargaan tersebut merupakan bukti bahwa program CSR yang dilakukan oleh perusahaan berhasil meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat membantu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat karena perusahaan terlihat peduli terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas perusahaan. Selain itu, program OSC juga dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan, seperti dengan meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko reputasi.

Program CSR dari Medcom.id yang diakui Kemendikbudristek pada tahun 2018 sebagai salah satu perusahaan yang berperan aktif dalam hal-hal sosial yang dapat memberikan dampak yang signifikan pada lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa program CSR yang

dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan membantu meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kesimpulannya, perusahaan Medcom.id dengan program CSR yang dilakukan telah berhasil meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat sebagaimana ditunjukkan dengan penghargaan yang diterima dari Kemendikbudristek pada tahun 2018.

#### **B. Saran**

Dalam penemuan yang terdapat dalam skripsi ini, peneliti melihat bahwa Medcom perlu lebih memperhatikan aspek SDM perusahaan, teknis berjalannya program hingga program serupa yang muncul agar dapat terus menjalankan program OSC dengan baik dan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Y. (2018). Kompetensi Dosen, Motivasi Belajar Mahasiswa dan Dampaknya terhadap Prestasi Mahasiswa dalam Pembelajaran Pengantar Ekonomi (studi pada mahasiswa program studi Manajemen Informatika AMIK Bina Sriwijaya Palembang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(1), 23–30. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i1.6244>
- Andraina, S. (2014). Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan ( Studi Pada PT Energi Mega Persada Bentu & Korinci Baru Di Pekanbaru ). *Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 1–11.
- Astri, H. (2012). PEMANFAATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BAGI PENINGKATAN KUALITAS HIDUP MANUSIA INDONESIA The Influence of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement of Quality of Life In Indonesia. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 3, 1–16.
- Dian, A. (2012). *Corporate Social Responsibility Dan Citra Perusahaan*.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT : Pedoman Penyusunan Strategi Yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman. 1*.
- Jati, W. R. (2020). *Bonus Demografi sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi : Jendela Peluang atau Jendela Bencana di Indonesia*.
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. *信阳师范学院*, 1(1), 38–42.
- Puput Purwanti. (2018). *Teori Citra Dalam Komunikasi Perusahaan*.

Pakarkomunikasi.Com.

- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). CSR : Corporate Social Responsibility. *CSR : Corporate Social Responsibility*.
- Savila, D. M., & Utami, L. S. S. (2020). Strategi Corporate Social Responsibility dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi pada Kegiatan CSR di PT. Wijaya Karya). *Prologia*, 4(2), 288. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6511>
- Siswanto, S. (2015). Perspektif Amin Abdullah tentang Integrasi-Interkoneksi dalam Kajian Islam. *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 376. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2013.3.2.376-409>
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Widenta, Y. P. (2012). Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Indosat Tbk. Tahun 2007-2011 Berdasarkan Global Initiative. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1(1), 1–19.