

STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN “COCOA LIFE” OLEH PT. MONDELEZ INDONESIA



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh :

Nama: Daniel

NIM : 68130251

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2017



PENGESAHAN

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
“Hak Cipta Diliik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

KOMUNIKASI PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN “COCOA LIFE” PADA PT. MONDELEZ INDONESIA

Diajukan Oleh :

Nama: Daniel

NIM : 68130251

Jakarta, 24 Agustus 2017

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2017

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilengkung mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilengkung mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

©

1. **Daniel / 68130251 / 2017 / Strategi Komunikasi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan “Cocoa Life” oleh PT. Mondelez Indonesia / Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si.**

Halaman ini dibuat dengan menggunakan Microsoft Word

Kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat menjadi tanggung jawab seluruh insan yang hidup di suatu Negara. Karena itulah, setiap pelaku usaha termasuk salah satunya PT. Mondelez Indonesia turut ambil bagian dalam hal ini dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan melalui program *Cocoa Life*. Perusahaan juga perlu untuk mengomunikasikan program tanggung jawab sosialnya kepada setiap khalayak yang spesifik, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman mengenai program yang dijalankan. Karena itu, komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan perlu dilakukan oleh setiap perusahaan termasuk PT. Mondelez Indonesia.

Coombs & Holladay (2012:10) menyatakan bahwa dalam menyusun strategi komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu target khalayak, isi pesan, serta pemilihan media penyampaian pesan. Hal ini perlu diperhatikan karena setiap target khalayak sasaran ingin mendapatkan pesan yang berbeda sesuai dengan apa yang ingin mereka dengar, dan untuk menyampaikan pesan ke khalayak yang berbeda dibutuhkan media penyampaian pesan yang berbeda pula. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk keabsahan data, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber untuk memastikan bahwa data yang diteliti adalah data yang absah.

Hasil penelitian ini adalah bahwa PT. Mondelez Indonesia sudah memiliki target khalayak sasaran yang spesifik dalam melakukan komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan-nya. Isi pesan yang disampaikan pun terdiri dari pesan umum, yaitu mengenai isu komoditas kakao di Indonesia dan bagaimana PT. Mondelez Indonesia turut ambil bagian dalam menghadapi isu tersebut, serta pesan khusus, yakni pesan yang di desain khusus untuk di sampaikan kepada masing-masing target khalayak yang spesifik. Media komunikasi yang digunakan pun spesifik, sesuai dengan karakteristik target khalayak yang dituju. Terdiri dari media komunikasi internal seperti situs web, laporan keberlanjutan, dan media sosial, serta media komunikasi eksternal seperti media massa.

Kesimpulan dari penelitian ini memperlihatkan strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. Mondelez Indonesia dalam mengomunikasikan program *Cocoa Life*-nya. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan target khalayak yang merupakan para pemangku kepentingan yang bersentuhan secara langsung dengan perusahaan dan menerima manfaat dari program, penyusunan isi pesan umum dan khusus sesuai dengan karakteristik target khalayak yang dituju, serta pemilihan media yang spesifik sesuai dengan karakteristik tiap target khalayak dengan harapan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan tepat oleh para pemangku kepentingan.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Target Khalayak, Isi pesan, Media Komunikasi

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin iBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar iBIKKG.



ABSTRACT

©

.Daniel / 68130251 / 2017 / Corporate Social Responsibility Communication Strategy at Cocoa Life Program by PT. Mondelez Indonesia / Glorya Agustiningsih, S.sos., M.Si.

Social prosperity and the improvement of quality of life is the responsibility of all humanbeings that living in a country. Therefore every business actor, including PT. Mondelez Indonesia taking part by doing the corporate social responsibility (CSR) through Cocoa Life program. Corporation needs to communicate the CSR program to the specific stakeholder, so there is no miss-understanding about the program that being run. Therefore, CSR communication need to be done by every corporation including PT. Mondelez Indonesia.

Coombs & Holladay (2012:10) state that there are three important things that must be noted at doing CSR communication planning, such as target audience, primary messages, and the selection of communication media. These things must be noted because every target audience wish to get the difference messages according to what they want to hear, and the corporation needs different communication media to deliver messages to the specific target audience. This research is conducted by using qualitative research methods with descriptive approach. Collecting data technique is done by doing in-depth interview, documentation, and literature study. Data analysis technique using three stages, such as data reduction, data display and conclusion drawing or verification. For data validity, researcher uses source triangulation to ensure the data that being researched is valid.

The result of this research is that PT. Mondelez Indonesia has a specific target audience at doing their CSR communication. The delivered messages consist of general messages, that is about the issue of cocoa commodities in Indonesia and how PT. Mondelez Indonesia take part at facing the issue, and special message, that is messages that are specially designed to be delivered to the specific target audience. The communication media that used is also specific, fit to the target audience characteristic. Consist of internal communication media such as website, sustainability report, and social media, and also external communication media such as mass media.

The conclusion of this research shows about the communication strategy that has been implanted in communicating the Cocoa Life program. We can see this things from: how company choose their stakeholders who get the deepest impact from the company activity and the stakeholders who gets the benefit from the program, the general and special messages that designed based on the characteristic of each stakeholders, and how they choose the specific communication media for each stakeholders so that they can understand the message clearly.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Target Audience, Primary Messages, Communication Media

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

- .Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Pertama-tama, Peneliti memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi yang dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun, Peneliti sudah melakukan yang terbaik dan berharap agar penelitian skripsi ini dapat diterima oleh pihak-pihak bersangkutan sehingga dapat bermanfaat bagi pembaca yang ada.

Pada kesempatan ini juga, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung Peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Beberapa pihak tersebut di antaranya adalah:

1. Bapak Deavy M.R.Y Johassan, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan kesempatan kepada Peneliti untuk melakukan penelitian ini.
2. Ibu Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang sudah bersedia untuk meluangkan waktu, memberikan banyak masukan dan saran bagi peneliti hingga saat ini peneliti sudah menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Khrisma Fitriasari dan Ibu Verena dari PT. Mondelez Indonesia yang telah meluangkan waktu dan bersedia menjadi informan peneliti.
4. Orang tua dan kakak peneliti, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.

5. Teman-teman seperjuangan semenjak tahun pertama hingga sekarang, yaitu Lenny, Fendry, Agnes, Asprilia, dan Liberty, serta seluruh mahasiswa-mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2013.
6. Semua pihak, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, Peneliti berharap penelitian ini dapat diterima dan menjadi wawasan yang berguna bagi kita semua, dan demi perkembangan ilmu pengetahuan di jurusan Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie dan bagi kita semua. Karena Peneliti menyadari ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini, maka saran dan kritik yang bersifat membangun sangat Peneliti harapkan.

Jakarta, 24 Agustus 2017

Penulis

Daniel

Hak Cipta Milik BI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Identifikasi Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Akademis	8
1. Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Teori Stakeholders	9
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	11
7. Jenis-Jenis Aktivitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	15
a. Promosi Kegiatan Sosial.....	15
C. Hak Cipta dan Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.	



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

A Subjek Penelitian	47
---------------------------	----

B Penelitian Terdahulu	41
C Kerangka Pemikiran	43

BAB III METODE PENELITIAN	47
---------------------------------	----

b. Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial	15
c. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat	16
d. Kegiatan Filantropi Perusahaan.....	16
e. Pekerja Sosial Kemasyarakatan secara Sukarela	16
f. Praktek Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial	17
8. Komunikasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17
a. Pengertian Komunikasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	17
b. Fungsi Komunikasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	24
c. Media Komunikasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	26
1) Laporan Keberlanjutan.....	26
2) <i>Website</i>	28
3) Media Massa	29
4) Media Sosial.....	30
d. <i>Stakeholder</i> Perusahaan	32
e. Pesan Komunikasi	34
1) Isi Pesan	35
2) Struktur Pesan	36
a) <i>Message Sideness</i>	37
b) <i>Order of Presentation</i>	37
c) <i>Drawing a Conclusion</i>	37
B. Penelitian Terdahulu	41



B. Desain Penelitian	47
C. Jenis Data	49
1. Data Primer	49
2. Data Sekunder	49
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data	51
1. <i>Data Reduction</i>	51
2. <i>Data Display</i>	52
3. <i>Conclusion Drawing/ Verification</i>	52
F. Keabsahan Data	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum PT. Mondelez Indonesia	55
1. Profil Perusahaan	55
2. Visi dan Misi PT. Mondelez Indonesia	57
3. Program <i>Cocoa Life</i>	57
B. Analisis dan Pembahasan	61
1. Target Khalayak (<i>stakeholder</i>)	62
a. <i>External Stakeholder</i>	63
b. <i>Internal Stakeholder</i>	65
2. Pesan Komunikasi	66
a. Isi Pesan	66
1) Pesan Umum	66
2) Pesan Khusus	67
b. Struktur Pesan.....	71

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



1) <i>Message Sideness</i>	72
2) <i>Order of Presentation</i>	73
3) <i>Drawing a Conclusion</i>	73
3. Pemilihan Media Komunikasi	74
C. Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP	85
A. Simpulan	85
B. Saran	86
1. Saran Akademis	86
2. Saran Praktis	87
Daftar Pustaka	88
Lampiran	91

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

C hak cinta misk IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
2.1 Kerangka Pemikiran	44
3.1 Triangulasi Sumber	53
3.2 Triangulasi Sumber	54
4.1 Website resmi <i>Cocoa Life</i>	60
4.2 Informasi mengenai program <i>Cocoa Life</i> di media sosial youtube	61
4.3 Liputan program <i>Cocoa Life</i> di media berita online sindonews.com	77
4.4 Liputan program <i>Cocoa Life</i> di media berita online beritasatu.com	77
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	