

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Strategi *Corporate Communications* PT.Garuda Indonesia,Tbk Dalam Membangun Reputasi Melalui CSR (Studi Deskriptif Kualitatif Program CSR Garuda Indonesia Peduli Kanker Serviks,Hiv dan Aids di Tanjung Pinang)”**.

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain. Dinyatakan secara tertulis di dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi seluruhnya dari skripsi ini maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Firamaya Pola M.O

153140007

## **MOTTO**

LIFE ISN'T PERFECT, SOMEDAY MAKE A MASTERPIECE

*Ne Jamais Abandonner, Continuer a Se Battre et a Prier*

(Teruslah berjuang dan berdoa, jangan pernah menyerah)

The Grass Withers And The Flowers Fall, But The Lord Of The Word Of The  
Lord Endures Forever- 1 Peter 1:24

## **Psalms 56:4**

### **Trust In God, So Why Should I Be Afraid?**

Karya ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tuaku yang tercinta, Bapak Drs. Frans Maxi Oematan M,Si dan Ibu Nunuk S.Tapatab, yang selalu memberikan dukungan dan do'anya, baik moral maupun material selama menimba ilmu beserta kasih sayangnya.

Opa saya tercinta Drs. Cornelis Tapatab yang selalu memberikan do'a dan memberikan motivasi,material,dorongan serta memberikan semangat selama ini.

Sahabat terbaikku dan tercinta Reni Krisnawati, Astrid Lutfi, Kiki Oktavia, Devi Mutiara,Ulfah Zayyana, Anna Jevera ,Cintya Nareswari, Aloysius Dhimas, Rinti Rohmatun, Binta Arum, JelithaSuina, Bangunmulyo Squad, Rempong Squad yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi,masukkan dan semangatnya sampai saat ini.

Seluruh sahabat penulis yang telah mendukung, mendoakan, dan serta menemani sampai saat ini.

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi

Khususnya Angkatan 2014

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”Yogyakarta

Terimakasih

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas berkat rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang diberi judul “Strategi *Corporate Communications* PT.Garuda Indonesia,Tbk Membangun Reputasi Melalui CSR”. Tujuan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat bisa menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Didalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu,disini penulis sampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prayudi MA,Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Sigit Tripambudi, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Ibu Dr. Christina Rochayanti, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah menguji dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dewi Novianti, SIP, M.Si selaku Dosen Penguji II dan selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang telah menguji dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi. Terimakasih yang sebesar-besarnya telah memberikan ilmu yang bermanfaat pada saya.
6. Bapak M.Ikhsan Rosan selaku Senior Manager Public Relations PT.Garuda Indonesia,Tbk selaku narasumber utama yang telah membantu saya untuk menggali data terkait dengan penelitian ini.

7. Ibu Yulianti Dwi Utami selaku Analysist CSR PT.Garuda Indonesia,Tbk selaku narasumber yang telah membantu saya untuk menggali data terkait dengan penelitian ini.
8. Ibu Ekasari selaku Pegawai Ticketing PT. Garuda Indonesia,Tbk selaku narasumber.
9. Rio Askari, Defa Meidi, Maghfur Zakiy selaku narasumber yang telah membantu saya untuk menggali informasi terkait penelitian ini.
10. Orangtua tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai.
11. Kakak dan adik tercinta juga anggota keluarga dan kerabat yang senantiasa memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis.
12. Reni,Kiki,Ulfa,Astrid,Devi,Dhimas,Cintya,Jeve,Rinti,Jelita,Binta,Bangun munlyo Squad, Rempong Squad yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang tiada henti memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
13. Semua Pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Penulis

Firamaya Pola M.O

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>ABTRAK</b> .....	xvii
<b>ABSTRAC</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	9
1.4. Kerangka Teori.....	10
1.4.1 Teori <i>Corporate Communications</i> .....	10
1.4.2 Teori CSR.....	16
1.4.3 Teori Stakeholders.....	25
1.5. Kerangka Pemikiran.....	30

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Arti Penting CSR.....	33
2.1.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	33
2.1.2 Tiga Generasi CSR.....	35
2.1.3 Interaksi CSR dan Komunikasi Perusahaan.....	37
2.1.4 Manfaat CSR.....	39
2.2. Reputasi.....	40
2.3. <i>Corporate Communications</i> .....	51
2.4. Penelitian Terdahulu.....	67

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	72
3.2. Objek Penelitian.....	73
3.3. Lokasi Penelitian.....	73
3.4. Sumber Data.....	74
3.4.1 Data Primer.....	74
3.4.2 Data Sekunder.....	74
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.5.1 Wawancara.....	75
3.5.2 Teknik Dokumen.....	75
3.5.3 Observasi.....	76
3.6. Teknik Analisa Data.....	76

3.6.1 Reduksi Data.....	76
3.6.2 Display Data.....	77
3.6.3 Verifikasi Data.....	77
3.6.4 Uji Keabsahan Data.....	77

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Objek Perusahaan.....	80
4.1.1 Lokasi Perusahaan.....	83
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	84
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	85
4.1.4 Struktur <i>Coporate Communications</i> PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	86
4.1.5 Logo PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	89
4.2. Hasil Penelitian <i>Corporate Communications</i> PT. Garuda Indonesia	
Dalam Membangun Reputasi Melalui CSR.....	90
4.2.1 Strategi <i>Corporate Communications</i>	
PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	90
4.2.2 Strategi Pelayanan.....	92
4.2.3. Strategi Komunikasi Efektif.....	97
4.2.4. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	98
4.2.5. Tahapan Pembentukan Program	
CSR PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	107
4.2.6. Program CSR PT. Garuda Indonesia Tbk untuk masyarakat.....	112
4.2.7. Wawancara Bersama Stakeholders <i>External</i> Perwakilan Masyarakat	
Tanjung Pinang dan <i>Internal</i> PT. Garuda Indonesia, Tbk.....	123



4.3. Pembahasan.....	127
----------------------	-----

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	156
----------------------	-----

5.2. Saran.....	158
-----------------	-----

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1.1. Perkembangan Konsep CSR.....	16
1.2. Contoh Maktrijs Aktivitas CSR.....	24
2.1 Penelitian Terdahulu.....	67
4.1 Strategi Pembentukan Progam CSR.....	116

## DAFTAR GAMBAR

1.1. Piramida Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin tahun 2016.....	6
1.2. Kerangka Kerja Komunikasi Korporat.....	11
1.3. Tripple Bottom Line.....	21
1.4. Tahapan Pengembangan Strategi CSR.....	21
1.5. Kerangka Pemikiran.....	30
2.1. Diagram Panorama CSR.....	34
2.2. Diagram Interaksi Generasi CSR.....	36
2.3. Manajemen CSR dan Reputasi Perusahaan.....	37
2.4 Klarifikasi Aset.....	41
2.5. Kaitan Komunikasi Reputasi Untuk Bisnis.....	43
2.6. Hubungan Citra, Identitas dan Reputasi.....	53
3.1 Uji Validitas Data.....	79
4.1. Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	85
4.2. Struktur <i>Corporate Communications</i> PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	86
4.3. Logo PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	89
4.4. Jumlah OTP Maskapai di Indonesia 2017.....	93
4.5. Berita Pembelian Pesawat oleh PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	96
4.6. Seragam Office PT. Garuda Indonesia,Tbk.....	99
4.7. Jumlah Kasus Hiv dan Aids di Kota Tanjung Pinang 2016.....	115
4.8. Data Yang Terkena Kanker Serviks,Hiv dan Aids.....	119

4.9. Komen Pengguna Maskapai Garuda Indonesia	
Melalui Media Sosial.....	126
4.10. Tahapan Strategi <i>Corporate Communications</i>	
PT. Garuda Indonesia, Tbk.....	131
4.11. Brand Co Card BNI Garuda	
Indonesia.....	133
4.12. Koordinasi <i>Corporate Communications</i>	
PT. Garuda Indonesia, Tbk.....	136
4.13. Jenis- Jenis <i>Stakeholders</i> .....	148
4.14. Program CSR PT. Garuda Indonesia, Tbk.....	150

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2. Interview Guide

Lampiran 3. Garuda Management Building

Lampiran 4. Berita Garuda Indonesia Peduli Kanker Serviks, Hiv dan Aids di Tanjung Pinang

Lampiran 5. Garuda Indonesia Fasilitas 700 peserta penanganan kanker serviks, hiv dan aids di Tanjung Pinang

Lampiran 6. Berita Garuda Perangi Kanker dan Aids

Lampiran 7. Press Release Garuda Indonesia Peduli Kanker Serviks, Hiv dan Aids

Lampiran 8. Pelatihan Dini Deteksi Kanker Serviks, Hiv dan AIDS.

Lampiran 9. Kliping Program Penanaman Pohon Garuda Indonesia

Lampiran 10. Kliping Program CSR Garuda Indonesia

Lampiran 11. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk

Lampiran 12. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk “Social Business Inovation”

Lampiran 13. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk “Indonesia Corporate PR”

Lampiran 14. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk tahun 2018

Lampiran 15. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk “Sustainable Responsible Kehati Index”

Lampiran 16. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk “Transportation and Safety”

Lampiran 17. Awards PT. Garuda Indonesia, Tbk “The Best Social Business Innovation Company” .