

**EVALUASI *PUBLIC RELATION* PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DALAM MENINGKATKAN CITRA
PT. ANGKASA PURA II DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh:

RAHMI DESWITA

1310861031

Pembimbing :

Yesi Puspita, M.Si

Revi Marta, M.I.Kom

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

ABSTRAK
EVALUASI KOMUNIKASI PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DALAM MENINGKATKAN CITRA PT. ANGKASA PURA II DI KOTA PADANG

Oleh :
Rahmi Deswita
1310861031

Pembimbing :
Yesi Puspita, M.Si
Revi Marta M.I.Kom

Evaluasi merupakan bagian penting dilakukan setelah melakukan kegiatan *Public Relation*, evaluasi berguna untuk melihat keberhasilan dari kegiatan yang dilaksanakan. Kegiatan CSR merupakan salah satu bagian kegiatan *Public Relation* yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan. PT. Angkasa Pura II adalah salah satu badan usaha milik negara yang bergerak dibidang pengelolaan bandar udara, salah satunya PT. Angkasa Pura II cabang Bandara Internasional Minangkabau. PT Angkasa Pura II melakukan kegiatan CSR yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat kota padang. Evaluasi dalam pelaksanaan kegiatan CSR dilakukan untuk melihat pencapaian tujuan dari kegiatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan CS PT. Angkasa Pura II Di Kota Padang dan melihat bagaimana citra PT. Angkasa Pura II dikalangan masyarakat kota padang.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi. Model *PR Effectivness Yardstick* yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan CSR PT. Angkasa Pura II. Model ini dinilai relevan untuk melihat dan mengetahui masalah dalam pelaksanaan kegiatan CSR.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa PT. Angkasa Pura II dalam pelaksanaan CSR tidak dilakukan oleh orang yang ahli dalam bidangnya, sehingga tujuan dari kegiatan yang dilakukan tidak tercapai. Publikasi dan penyampaian informasi mengenai kegiatan CSR yang dilakukan tidak merata sampai kepada masyarakat, berdampak kepada citra PT. Angkasa Pura II yang tidak jelas dikalangan masyarakat Kota Padang. Hasil evaluasi dari penelitian ini dapat dijadikan panduan untuk pelaksanaan kegiatan CSR Perusahaan kedepannya.

Kata Kunci: Evaluasi, Kegiatan *Corporate Social responsibility*, Citra Perusahaan, PT. Angkasa Pura II