

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN OLEH EXTERNAL RELATION PT
PERTAMINA MARKETING OPERATION REGION VIII MALUKU PAPUA DI
JAYAPURA**

(studi pada perangkat PT Pertamina dan masyarakat penerima CSR kota Jayapura)

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Diajukan Oleh :

YERUEB MURIB

1410529001

Pembimbing :

Hafiz Rahman SE, MSBS.Ph.D

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2021

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: (1) Untuk mengetahui peran External Relation dalam mengimplementasikan program Corporate Social Responsibility sebagai upaya meningkatkan citra PT Pertamina di Jayapura; (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat peran External Relation dalam mengimplementasikan program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan oleh PT Pertamina di Jayapura. **Metode Penelitian:** Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. **Metode Analisis:** Dianalisis secara deskriptif kualitatif. Pengamatan langsung terhadap obyek penelitian dan wawancara dengan beberapa orang yang terlibat langsung dalam program CSR PT Pertamina Region VIII di Jayapura. **Hasil Penelitian:** Menunjukkan bahwa implementasi Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan citra perusahaan oleh External Relation PT Pertamina Marketing Operation Region VIII sudah sesuai dengan proses manajemen public relations, yakni Defining the Problem (Pengumpulan Fakta), Planning and Programming (Perencanaan), Taking Action and Communicating (Tindakan dan Mengkomunikasikan), dan Evaluating the Program (Mengevaluasi Program). Adapun program CSR PT Pertamina Marketing Operation Region VIII Maluku Papua di Jayapura sebagai berikut: Pengadaan pemberian bibit pohon, Pemberian modal, pementasan buta huruf, pembentukan desa binaan dan pendampingan Pemberian bibit pertanian dan pupuk. faktor pendukung dan faktor penghambat yang memengaruhi aktivitas CSR. Faktor pendukung antara lain, Perangkat dalam kegiatan CSR (Pemerintah), Media Relation. Faktor penghambat antara lain, Sumber Daya Manusia pada divisi External Relation, Masyarakat di sekitar daerah operasional perusahaan. **Kesimpulan:** Implementasinya CSR dapat mendongkrak citra perusahaan oleh external relation PT Pertamina marketing operation region VIII dan sejalan dengan manajemen public relation. **Saran:** Penelitian selanjutnya meneliti lebih mendalam lagi tentang kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations di PT. Pertamina. Menghimpun responden dan objek yang banyak, berbeda dan akurat. **Kata Kunci:** Implementasi *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, external Relation, *Marketing Operating*.