

Nama : Octaviniant Aspary
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Model Komunikasi *Stakeholder* Berdasarkan Persepsi Orangtua Siswa Sanggar Fortune 2 dalam Kegiatan CSR PT Fortune Indonesia Tbk.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap model komunikasi *stakeholder* yang terjadi antara PT Fortune Indonesia Tbk., sebuah perusahaan komunikasi terpadu dan sekolah PAUD Sanggar Fortune 2 berdasarkan persepsi orangtua siswa dalam kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan di sekolah PAUD tersebut. PT Fortune Indonesia Tbk. sebagai perusahaan yang sahamnya diperjualbelikan di BEI sejak tahun 2002 wajib melakukan kegiatan CSR. Menurut Dwi Kartini, terdapat 8 indikator kinerja kunci untuk menunjukkan keberhasilan dari program CSR yang terdiri dari *Leadership*, Proporsi Bantuan, Transparansi dan Akuntabilitas, Cakupan Wilayah, Perencanaan dan Mekanisme Monitoring, Pelibatan *Stakeholder*, Keberlanjutan, dan Hasil Nyata. Joep Cornelissen menjelaskan bahwa ada tiga model komunikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* yaitu *One Way Symmetrical*, *Two Way Assymetrical*, dan *Two Way Symmetrical*. Untuk itu, model komunikasi yang digunakan akan menentukan keberhasilan penyampaian pesan kepada *stakeholder* dan keberhasilan program itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana penulis melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan sumber data langsung dari informan orangtua siswa Sanggar Fortune 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi *stakeholder* yang digunakan perusahaan adalah *two way assymetrical* karena segala keputusan perusahaan tidak akan berubah karena masukan dari *stakeholder*, namun perusahaan yang akan berupaya untuk merubah sikap *stakeholder* sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

Kata kunci : Komunikasi *Stakeholder*, *Stakeholders*, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), *Corporate Communication*.

Name : Octaviniant Aspary
Course Study : Ilmu Komunikasi
Research Title : Analysis of Stakeholder Communication Model Based on Perception of Parents Sanggar Fortune 2 in Activities of CSR 2 PT Fortune Indonesia Tbk.

ABSTRACT

This research aims to analyze stakeholder communication model between PT Fortune Indonesia Tbk, the integrated communications development companies and early children education school (sekolah PAUD) Sanggar Fortune 2 based on perception of parent in CSR activities that held on Sanggar Fortune 2. PT Fortune Indonesia Tbk. as company that listed on the Indonesia Stock Exchange since 2002 as FORU should undertake CSR activities. According to Dwi Kartini, there are 8 key performance indicators for measure the CSR activities consisting Leadership, Proportion of Budgeting, Transparantion and Aaccountability, Coverage Area, Planning and Monitoring Mechanism, Stakeholder Engagement, Sustainability, and Result. Joep Cornelissen describe about three models of communication stakeholder that can be used for communication with stakeholders, there are One Way Symmetrical, Two Way Assymetrical, and Two Way Symmetrical. the communication model used will determine the success of delivering a message to stakeholders and program itself.

This research uses descriptive qualitative methods, which the writer undergoes in-depth interview to gain direct data from parents of Sanggar Fortune 2 for this research. The research result shows that model used by the company stakeholder communication is Two Way Assymetrical for all the company's decision will not change because of the feedback of stakeholders, but the company will attempt to change the attitudes of stakeholders as company expectation.

Key words : *Stakeholder Communication, Stakeholders, Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Communication.*