

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.1.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.1.2 Ruang Lingkup CSR	12
2.1.3 Manfaat CSR	14
2.1.4 Model CSR	17
2.1.4 Peran <i>Public Relations</i> dalam CSR	19
2.1.5 CSR di Bidang Pertambangan	25
2.2 <i>Public Affairs</i>	26
2.2.1 Strategi Pendekatan Kelompok Kepentingan	30
2.2.2 Strategi Pendekatan Media Massa.....	39
2.2.3 Strategi Pendekatan Terhadap Pemerintah	36
2.3 <i>Public Affairs</i> dalam CSR	44
2.4 Penelitian Terdahulu	49
2.5 Kerangka Berpikir	52
BAB III METODE PENELITIAN	54

3.1 Desain Penelitian	54
3.1.1 Metode Penelitian	54
3.1.2 Pendekatan Penelitian	54
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	55
3.2.1 Partisipan Penelitian	55
3.2.2 Tempat Penelitian	57
3.3 Fokus Penelitian	57
3.4 Instrumen Penelitian	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Penganalisisan Data	58
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data	60
3.8 Pertanyaan Penelitian	61
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Tentang PT Timah (Persero) Tbk.....	69
4.1.1 Sejarah Perusahaan	69
4.1.2 Profil Perusahaan	71
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	77
4.1.4 Tata Nilai Perusahaan	78
4.1.5 Budaya Kerja	78
4.1.6 Sikap Kerja	79
4.1.7 Etos Kerja	82
4.1.8 Struktur Perusahaan	82
4.1.8.1 Struktur Grup Perusahaan.....	82
4.1.8.2 Struktur Organisasi PT Timah (Persero) Tbk.....	83
4.1.8.3 Struktur Organisasi Humas PT Timah (Persero) Tbk ..	84
4.1.8.4 Struktur Organisasi CSR dan PKBL PT Timah	89
4.2 Profil Informan Penelitian	93
4.2.1 Profil Informan Penelitian Utama	93
4.2.2 Profil Informan Penelitian Pendukung	93
4.3 Deskripsi Hasil dan Pembahasan Penelitian	94

4.3.1 Strategi Pendekatan Kelompok Kepentingan	95
4.3.1.1 Pendekatan.....	95
4.3.1.2 Pembentukan <i>Opinion Leader</i>	103
4.3.1.3 Penyelesaian Konflik.....	109
4.3.2 Strategi Pendekatan Media Massa	115
4.3.2.1 Proaktif Media	116
4.3.2.2 Semi Kontrol Media	120
4.3.2.3 Kontrol Penuh Media	125
4.3.2.4 Memegang Media.....	130
4.3.2.5 Komunikasi Langsung.....	135
4.3.3 Strategi Pendekatan Pemerintah	140
4.3.3.1 Lobi Langsung.....	140
4.3.3.2 Lobi Akar Rumput.....	149
4.3.3.3 Aktivitas Politik.....	157
4.3.3.4 Komunikasi Litigasi	160
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	164
5.1 Simpulan.....	164
5.1.1 Strategi Pendekatan Kelompok Kepentingan	164
5.1.2 Strategi Pendekatan Media Massa.....	166
5.1.3 Strategi Pendekatan Pemerintah	167
5.2 Implikasi.....	168
5.2.1 Implikasi Akademik	168
5.2.2 Implikasi Praktis	168
5.3 Rekomendasi	168
5.3.1 Rekomendasi Akademik.....	169
5.3.2 Rekomendasi Praktis	169
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN.....	175

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Piramida CSR	18
Gambar 2.2 Strategi <i>Public Affairs</i>	29
Gambar 2.3 Strategi Media	33
Gambar 2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lobi.....	40
Gambar 2.5 Karakteristik Isu	42
Gambar 2.6 Karakteristik Perusahaan dan Industri.....	43
Gambar 2.7 Kerangka Berpikir	53
Gambar 4.1 Logo PT Timah (Persero) Tbk	70
Gambar 4.2 Struktur Grup Perusahaan	82
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Timah (Persero) Tbk	83
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Humas PT Timah (Persero) Tbk	84
Gambar 4.5 Struktur Organisasi CSR dan PKBL PT Timah (Persero) Tbk....	89
Gambar 4.6 Pemberian Bantuan CSR Kepada Nelayan	101
Gambar 4.7 Contoh Advertorial Bantuan CSR PT Timah.....	127
Gambar 4.8 Contoh Media Monitoring dan Iklan di Media	133
Gambar 4.9 Akun Media Sosial <i>Facebook Official</i> PT Timah.....	136
Gambar 4.10 Akun Media Sosial <i>Facebook</i> Timah Peduli.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kegiatan dan Target dalam <i>Government Relations</i>	46
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	52
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	56
Tabel 3.2 Pertanyaan Penelitian.....	61
Tabel 4.1 Matriks Pendekatan Kelompok Kepentingan	103
Tabel 4.2 Matriks Pembentukan <i>Opinion Leader</i>	109
Tabel 4.3 Matriks Penyelesaian Konflik.....	115
Tabel 4.4 Matriks Proaktif Media	120
Tabel 4.5 Matriks Semi Kontrol Media	125
Tabel 4.6 Matriks Kontrol Penuh Media.....	130
Tabel 4.7 Matriks Memegang Media	134
Tabel 4.8 Matriks Komunikasi Langsung.....	140
Tabel 4.9 Matriks Lobi Langsung.....	149
Tabel 4.10 Matriks Lobi Akar Rumput.....	156
Tabel 4.11 Matriks Aktivitas Politik.....	160
Tabel 4.12 Matriks Komunikasi Litigasi	163

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian.....	175
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian.....	176
Lampiran 3. Data Analisis Informan.....	178
Lampiran 4. Membercheck	221
Lampiran 5. Riwayat Hidup.....	229