

Abstrak

Peran Public Relations (PR) dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Padasa Enam Utama di Desa Tabing Kecamatan Koto Kampar Hulu Kabupaten Kampar

Alpi Naldi

139110007

Penulis melakukan penelitian terhadap Peran Public Relations PT. Padasa Enam Utama terhadap program CSR. Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis ialah untuk mengetahui lebih dalam peran Public Relations PT. Padasa Enam Utama melalui kegiatan CSR di Desa Tabing, public relations berperan suatu fungsi manajemen yang terskruktur dalam sautu instansi atau organisasi yang mengelola arus informasi secara dua arah dengan media komunikasi tertentu pada khalayak guna mencapai tujuan yang maksimal, dan CSR perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholders* perusahaan, menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasa bagi *stakeholders* perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang di ciptakannya adalah. Metode penelitian yang digunakan penulis ialah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis antara lain ialah wawancara, Observasi dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan oleh penulis antara lain ialah data primer yang merupakan data yang dihasilkan penulis dari penelitiannya dan data sekunder yang didapatkan dari buku, internet dan media lainnya. Dari penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan peran Public Relations PT. Padasa Enam Utama sudah baik karena telah berhasil membuat program CSR.

Kata Kunci : Peran Public Relations, Corporate Social Responsibility

Abstract

Role of Public Relations in the Implementation of Corporate Social Responsibility PT. At Six Main in the Village Tabing sub-District Koto Kampar Upstream Kampar District

Alpi Naldi

139110007

The author conducted research on the role of Public Relations PT. Padasa Enam Utama against CSR Program. The aim of the research by the author is to gain insights into the role of Public Relations of PT. At Six Main through CSR activities in the field of infrastructure, public relations plays a management function that is structured in an agency or organization that manages the flow of information in both directions with the communication media specific to the audience in order to achieve the maximum, and CSR companies are required to consider the interests of stakeholders of the company, create added value (value added) of products and services for the company's stakeholders, and maintaining continuity is the creation of added value. The research method used by writer is a qualitative method. Data collection techniques used by the author, among others, is the primary data is data generated author of the research and secondary data obtained from books, the internet and the media. From research by the author concluded the role of Public Relations of PT. At Six Main is good because it has succeeded in making CSR program

Keywords: Role Public Relations, Corporate Social Responsibility