

Implementasi Kegiatan CSR (Coorporate Social Responsibility) PT.Mondelez Indonesia tahun 2022 (Studi Deskriptif Pada Implementasi kegiatan CSR di PT. Mondelez Indonesia Cabang Magelang)

Winda Eliya Yunita

NIM 18071324

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis perusahaan senantiasa dituntut untuk memperbarui sistem dan pengembangan potensi guna menyelaraskan program yang searah dengan perusahaan. PT.Mondelez merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi *dairy*, dan snack dituntut untuk selalu memberikan hasil produksi yang berkualitas agar dapat dipasarkan dan akhirnya dikonsumsi dimasyarakat juga senantiasa memberikan sumbangsih yang bermanfaat bagi lingkungan perusahaan dan masyarakat. PT.Mondelez juga memiliki Humas/ PR yang profesional dan mumpuni dalam menangani setiap masalah atau konflik, kemudian bagaimana cara PR itu sendiri mencari solusi yang terbaik, maka disinilah peran seorang PR akan dilihat kirnerjanya. Penelitian ini menggunakan menggunakan *post-positivistik* dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, penulis akan mengulas tentang bagaimana implementasi kegiatan CSR PT.Mondelez Indonesia cabang magelang sebagai bentuk tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada stakeholders dan pihak- pihak lain yang berkepentingan, termasuk masyarakat . Proses implementasi dari kegiatan CSR ini dikaji menggunakan teori Enkalton tentang konsep *Tripple Bottom Line*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi kegiatan CSR memberikan manfaat untuk masyarakat dalam keberlangsungan kerja sama untuk jangka waktu yang panjang dan juga bermanfaat untuk perusahaan sebagai ikhtiar dalam pembentukan citra di masyarakat . Tim humas PT.Modelez Indonesia hanya perlumempertahankan dan memperbaiki perorganisasian tim agar dapat menjalankan tugas lebih maksimal dan berakhir positif bagi perusahaan maupun kepada masyarakat Magelang. Dan menjalankan evaluasi disetiap akhir kegiatan sebagai upaya untuk mempertahankan kualitas SDM yang ada.

Kata-kata Kunci: Implementasi , Humas, *Corporate Social Responsibility*

ABSTRACT

In facing competition in the business world, companies are always required to update systems and develop potential in order to align programs that are in line with the company's. PT. Mondelez is a company engaged in the production of dairy and snacks which is required to always provide quality products so that they can be marketed and ultimately consumed in the community as well as always make a beneficial contribution to the company environment and society. PT. Mondelez also has a PR/PR that is professional and capable of dealing with any problems or conflicts, then how does PR itself find the best solution, so this is where the role of a PR will be seen. This research uses using postpositivistic and using descriptive qualitative research methods. In this study, the author will review how the implementation of CSR activities of PT. Mondelez Indonesia Magelang branch as a form of corporate social responsibility to stakeholders and other interested parties, including the community. The implementation process of this CSR activity is studied using Enkalton's theory of the concept of the Triple Bottom Line. The results of this study can be concluded that the implementation of CSR activities provides benefits to the community in the continuation of cooperation for a long period of time and is also beneficial for companies as an endeavor in image formation in society. PT. Modelez Indonesia's public relations team only needs to maintain and improve the organization of the team so that they can carry out their duties more optimally and end positively for the company and for the people of Magelang. And carry out evaluations at the end of each activity as an effort to maintain the quality of existing human resources.

Key Words:Implementation, Public Relation , Corporate Social Responsibility