

Peran dan strategi Public Relations melalui Corporate Social Responsibility (studi kasus CSR BNI Syariah Pengembangan Pendidikan dengan tema "Dari BNI Syariah Untuk Indonesia yang Lebih Cerdas" = The Role and strategy of Public Relations in Corporate Social Responsibility (case study in CSR of BNI Syariah in Education Development "Dari BNI Syariah Untuk Indonesia yang Lebih Cerdas"

Novie Ayu Mariana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20293373&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Skripsi ini membahas peran dan strategi Public Relations melalui Corporate Social Responsibility pada Bank BNI Syariah yang baru saja melakukan spin off dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) dan peduli dalam mencerdaskan anak bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut, BNI Syariah menggunakan Public Relations (PR) yang menjadi salah satu kunci keberhasilan pelaksanaan CSR. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran dan strategi PR dalam pelaksanaan CSR. Pendekatan Penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk mendapatkan data-data berdasarkan dari hasil wawancara dan studi literatur sehingga menghasilkan penggambaran yang mendalam mengenai peran dan strategi PR dalam CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR berperan penting dalam pelaksanaan CSR BNI Syariah, tidak hanya pada pembentukan strategi, namun juga implementasi serta komunikasi CSR, untuk membentuk corporate image.

*The focus of this study is the role and strategy of Public Relations in corporate social responsibility activities in BNI Syariah Bank recently did spin off from PT Bank Negara Indonesia (Persero) and educating of Indonesian children. In order to build its reputation, BNI Syariah use Public Relations in CSR activities. This study aim to identify the role of Public Relations in CSR. This study is using a qualitative method to obtain a descriptive data based on depth interview and literature study resulting in-depth description of the role and strategy of Public Relations in CSR. The result of this study shows that PR has an important role, not only in strategy development but also in execution and communication of programs, to create corporate image.*