

Evaluasi program corporate social responsibility dalam memelihara reputasi merek dan membentuk perilaku masyarakat terkait kesehatan gigi dan mulut studi kasus pada kegiatan bulan kesehatan gigi nasional 2013 PT. Unilever Indonesia tbk = Evaluation of corporate social responsibility program in maintaining brand reputation and shaping societies behavior concerning on oral health case study on event national oral health month 2013 PT. Unilever Indonesia tbk / Rininta Octarini

Rininta Octarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388692&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Penelitian ini membahas program Corporate Social Responsibility di perusahaan yang bergerak dibidang consumer goods. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana implementasi sebuah program CSR dapat membentuk reputasi perusahaan di mata stakeholder-nya dan juga membentuk perilaku masyarakat terkait kesehatan gigi dan mulut. Melalui penelitian ini diketahui implementasi program ini sudah sangat baik, namun belum ditunjang oleh strategi komunikasi yang dapat membentuk perubahan perilaku masyarakat. Meskipun demikian, program CSR terbukti dapat membentuk reputasi perusahaan di mata para peserta program. Untuk masa mendatang, penelitian ini dapat disertai dengan melakukan evaluasi perencanaan dan evaluasi proses untuk dapat memperkaya hasil penelitian terhadap reputasi dan tercapainya tujuan CSR.

<hr>

ABSTRACT

This research discusses the CSR Program in the consumer goods company. The research uses qualitative method in order to describe how the implementation of a CSR program could form the reputation of a company by its stakeholder and also in shaping societies' behavior. The research discovered that the implementation of the program is already been well-executed but haven't been supported by a communication strategy that could help shape the societies' behavior. However, the CSR program is proved to have been successful in forming the corporate reputation on its participant. In the future, this research should be equipped with a planning and process evaluation in order to enrich the result of the research related on reputation and reaches the CSR purposes.