

# Analisis strategi program corporate social responsibility PT XL Axiata Tbk dalam meningkatkan reputasi perusahaan (studi kasus : XL Future Leaders) = Analysis of PT XL Axiata corporate social responsibility program strategy in increasing company <sup>TM</sup>s reputation (case study : XL Future Leaders)

Kenny Hutomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20480374&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

PT XL Axiata (XL), sebuah perusahaan yang bergerak di industri telekomunikasi telah melakukan corporate social responsibility (CSR) sebagai bagian dari kegiatan public relations. Harapannya dari CSR, yaitu adanya peningkatan reputasi positif perusahaan. Salah satu CSR unggulannya yang telah dilakukan sejak tahun 2012, yaitu XL Future Leaders (XLFL). Program ini dibuat untuk mengembangkan pendidikan soft skills mahasiswa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelaksanaan program XL Future Leaders dalam meningkatkan reputasi XL. Hasil analisis tentang strategi pelaksanaan program menunjukkan bahwa XL sebelum melaksanakan program XLFL telah melakukan penelitian terkait kebutuhan mahasiswa di aspek pendidikan di Indonesia. Kemudian dalam melakukan komunikasi terkait program XLFL, XL melakukan roadshow ke berbagai universitas dan kota di Indonesia yang sekarang disebut dengan acara XL Youth Town Hall dan juga memaksimalkan media sosial yang XL miliki terutama, Instagram. Kesimpulannya menunjukkan bahwa strategi pelaksanaan program XL Future menggunakan dua strategi CSR dari Galbreath, yaitu strategi timbal balik dan kewarganegaraan.

.....PT XL Axiata (XL), a company operating in telecommunication industry, has done corporate social responsibility (CSR) as a part of public relations activities. From the CSR, XL hopes it can increase its positive reputation. One of XL most distinguished corporate social responsibility programs that has been executed since the year 2012 is XL Future Leaders. The program is created to develop Indonesian students soft skills education. This research has a purpose to analyze the implementation strategy of XL Future Leaders program to increase company <sup>TM</sup>s reputation. The analysis result shows that before executing the program XLFL, XL has done a research regarding the needs of students in education aspect in Indonesia. To communicate the XLFL Program, XL does roadshow to various universities and cities in Indonesia which is now named as XL Youth Town Hall and also maximizes its own social media, especially Instagram. The conclusion of this research is that XL Future Leaders program uses two CSR strategies from Galbreath, which are reciprocal strategy and citizenship strategy.