

Efektifitas implementasi program CSR 21+ campaign dalam membentuk citra perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk. = Effectiveness implementation of CSR program 21+ campaign in creating PT Multi Bintang Indonesia corporate image

Indira Nuranissa Ardiwidjaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349178&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara efektivitas implementasi program CSR 21+ Campaign dan Citra Perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi perusahaan melalui program CSR terhadap citra perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatif. Data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 161 responden dan melalui literatur. Penelitian ini mengukur tiga dimensi komunikasi yaitu awareness, attitudes, dan Actions. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara efektifitas implementasi program CSR 21+ Campaign dengan pembentukan citra perusahaan. Dari ketiga dimensi tersebut, dimensi attitudes yang memiliki pengaruh paling kuat dalam mempengaruhi citra perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk.

.....

This research discuss about the effectiveness of implementing a CSR Program 21+ Campaign and corporate image of PT Multi Bintang Indonesia Tbk. The purpose of this study is to analyze corporate communications strategy through CSR Programs towards corporate image. This research is using quantitative explananatory design. The data were collected by questionere and literature. This research analyzes three dimentions of CSR Program 21+ Campaign, which are awareness, attitudes, and actions. Result from this research shows that there are correlation between effectiveness of implementing CSR Program 21+ Campaign and Corporate Image. From three dimention of CSR Program, attitudes is the most dominant to influence corporate image of PT Multi Bintang Indonesia Tbk.