

# Analisis Strategi CSR Online Travel Agency dalam Membangun Corporate Image melalui Liputan Media Online (Studi Kampanye Jagoan Pariwisata tiket.com) = Analysis the CSR Strategy of Online Travel Agency in Building a Corporate Image through Online Media Coverage (Study of Jagoan Pariwisata tiket.com)

Aldo Brian Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516229&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Jagoan Pariwisata merupakan sebuah program CSR yang dilakukan oleh tiket.com dalam bentuk pembinaan kepada pelaku usaha di desa wisata terpilih. Pembinaan tersebut dilakukan dengan mentoring terpadu untuk dapat menemukan solusi kreatif bisnis mereka. Program ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal di dalamnya. Tentunya hal tersebut akan berpengaruh sedikit banyaknya terhadap citra positif perusahaan tiket.com. Oleh karena itu, penulisan ini akan menganalisis cara tiket.com membangun citra perusahaan melalui program CSR Jagoan Pariwisata serta komunikasi strategis humas yang digunakan untuk menjangkau stakeholders perusahaan maupun publik. Penulisan ini akan melihat pendekatan Corporate Social Responsibility dengan turunan Community Development untuk melihat bagaimana program Jagoan Pariwisata dirancang dengan konsep pemberdayaan berkelanjutan. Kemudian, Corporate Image positif menjadi konteks yang akan dibangun oleh perusahaan tiket.com melalui program tersebut dengan meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan dan New Media, dalam konteks ini liputan pemberitaan media.

.....Jagoan Pariwisata is a CSR program carried out by tiket.com in the form of coaching for business actors in selected tourist villages. The coaching is carried out with integrated mentoring to find creative business solutions for them. This program involves various internal and external stakeholders in it. Of course, this will affect, to some extent, the positive image of the tiket.com company. Therefore, this paper will analyze how tiket.com builds a corporate image through the CSR program of Jagoan Pariwisata and strategic public relations communication that is used to reach corporate stakeholders and its public. This paper will look at the Corporate Social Responsibility approach with Community Development derivatives to see how the Jagoan Pariwisata program is designed with the concept of sustainable empowerment. Then, a positive corporate image becomes the context that tiket.com company will build through the program by increasing stakeholder involvement and New Media, in this context, media coverage.