



**PROMOSI PT. ESQWay 165 pada PROGRAM
“PENGEMBANGAN SDM bagi SATU JUTA GURU
INDONESIA” DALAM BENTUK KEGIATAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi HUMAS

Diajukan Oleh :

Aristiyanto Suhendar

0906015020



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Judul Skripsi : Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nama : Aristiyanto Suhendar

Nim : 0906015020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi Allah SWT, dengan surat ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkan hasil ujian skripsi saya dan atau dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Februari 2017

Yang menyatakan



Aristiyanto Suhendar

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Promosi PT.ESQWay165 Pada Program Pengembangan SDM
Bagi 1 Juta Guru Indonesia Dalam Bentuk Kegiatan Corporate
Social Responsibility (CSR)

Nama : Aristiyanto Suhendar

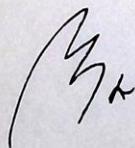
NIM : 0906015020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat (Humas)

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti sidang skripsi oleh:

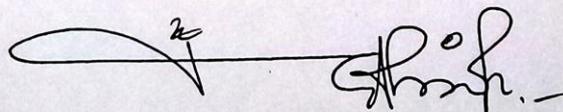
Pembimbing I



Dr. Maryono Basuki, M.Si

Tanggal : 27/01/17

Pembimbing II



Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si

Tanggal ; 20/2-17

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nama : Aristiyanto Suhendar

Nim : 0906015020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Humas

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 24 Februari 2017 dan dinyatakan LULUS


Dra. Tejiys Corliana, M.Hum.

Penguji 1

Tanggal : 10-04-2017


Dini Wahdiani, S.Sos., M.Hum.

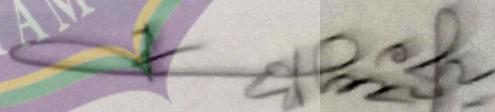
Penguji 2

Tanggal : 15-04-2017


Dr. Maryono Basuki M.Si

Pembimbing 1

Tanggal : 13-04-2017

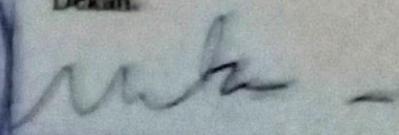

Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si

Pembimbing 2

Tanggal : 17-04-2017



Mengetahui,
Dekan.


Sula Ramadhan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul : Promosi PT.ESQWay 165 pada Program “Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia” dalam Bentuk Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Nama : Aristiyanto Suhendar
NIM : 0906015020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Humas
Halaman : 123 halaman + xiii halaman + 3 tabel + 7 gambar + 15 lampiran

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kewajiban yang diemban oleh perusahaan, karena telah diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas jo. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial, bahwa perusahaan baik swasta maupun BUMN, perusahaan memiliki kewajiban memberikan kelayakan bagi lingkungan disekitar tempat usahanya bukan hanya meraih keuntungan bagi perusahaan tersebut

Begitu pula halnya dengan perusahaan swasta seperti PT. ESQWay 165 yang bergerak pada bidang jasa pelatihan, perusahaan tidak hanya mencari keuntungan yang bersifat internal bagi perusahaan, tetapi juga dapat memberikan keuntungan secara eksternal bagi masyarakat sekitar, ESQ memberikan pelatihan secara cuma-cuma yang menguntungkan bagi eksternal dan menguntungkan secara internal yaitu berupa promosi.

Penelitian ini mengkaji tentang kegiatan promosi PT. ESQWay 165 dalam bentuk jasa pelatihan, promosi ini dibalut dengan kegiatan CSR yang diberikan melalui pelatihan. Peneliti menggunakan paradigma postpositivis, pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif, data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku CSR, web ESQWay 165, wawancara kepada dirut dan peserta pelatihan ESQWay 165.

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif *Marketing Public Relations* melalui metode ceramah dan seminar yang diberikan dari trainer kepada para peserta pelatihan, pesan yang diberikan dari trainer dianalisis menggunakan teori persuasif pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Penemuan dalam penelitian ini adalah adanya kegiatan promosi serta berlakunya teori persuasif pada saat pelaksanaan pelatihan pengembangan SDM bagi satu juta guru di Indonesia yang diberikan oleh PT. ESQWay 165, pada saat pelatihan peserta disentuh sisi emosional, melalui materi-materi spiritual, agar tersentuh sisi emosionalnya, setelah itu melakukan promosi, mengisi dengan nilai-nilai yang ditekankan ESQ, tujuh budi utama dan generasi emas 2020.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar lebih meneliti tentang pengaruh pesan persuasif pada program CSR melalui kegiatan pelatihan sumber daya manusia (SDM).

ABSTRACT

Title : Promotion PT.ESQWay 165 on Program "Human Resource Development for One Million Teachers Indonesia" in the Form of Activity Corporate Social Responsibility (CSR)
Name : Aristiyanto Suhendar
NIM : 0906015020
Study Program : Communication Studies
Specialization : Public Relations
Pages : 123 pages + xiii pages + 3 tables + 7 pictures + 15 enclosures

Corporate Social responsibility is an obligation assumed by the company, as it has been regulated by the Act No. 40 Year 2007 on Limited Liability jo. Government Regulation No. 47 Year 2012 on the social responsibility that companies both private and state-owned enterprises, the company has the obligation to provide eligibility for the environment around the place of business is not only a benefit for the company

Similarly, private companies such as PT. ESQWay 165 which operates in the field of training services, the company not only for profit which is internal to the company, but also generate revenue externally to the surrounding community, ESQ provide training free of charge beneficial for external and profitable internally in the form of promotion.

This study examines the promotional activities of PT. ESQWay 165 in the form of training services, this promotion is wrapped with CSR activities are provided through training. Researchers used postpositivis paradigm, qualitative and descriptive research, data used in this study comes from books CSR, ESQWay 165 website, interview with the president and trainees of ESQWay 165.

The method in this research using qualitative data analysis methods of Marketing Public Relations through lectures and seminars given on the trainer to the participants, the messages given from trainer analyzed using persuasive theory at the time of execution of the training activities.

The findings in this study is their promotional activities as well as the enactment of a persuasive theory at the time of implementation of human resource development training for one million teachers in Indonesia by PT. ESQWay 165, during the training the participants touched the emotional, spiritual through the material, so that touched the emotional side, after doing sale, fill with values that are emphasized ESQ, seven morals and the golden generation of 2020.

For further recommended that more research to investigate about the effect of a persuasive message to the CSR program through training of human resources (HR).

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Puji serta Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat, serta karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan. Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Baginda Nabiullah Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya, serta para pelanjut risalahnya yang telah berjuang semata-mata untuk menyiarkan ajaran-ajaran dan nilai-nilai Islam kepada umatnya.

Dengan Kuasa-Nya, penulis mengucapkan syukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM Bagi 1 Juta Guru Indonesia Dalam Bentuk Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*” dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukan semata-mata hasil dari pemikiran sendiri, melainkan berkat bimbingan dari banyak pihak yang mengerti tentang penyusunan skripsi ini, untuk itu pada kesempatan ini, dengan senang hati yang tulus, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Said Ramadhan, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si selaku wakil dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
3. Dini Wahdiati, S.Sos., M.Ikom selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. DR. Hamka.

4. Dr. Maryono Basuki, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan arahan serta masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang sangat sabar dan teliti dalam memberikan arahan dan masukan serta telah memotivasi penulis.
6. Dosen-dosenku dari semester awal hingga semester akhir, serta segenap staff sekretariat FISIP UHAMKA terima kasih atas segala ilmu dan kemudahan yang telah diberikan selama ini.
7. Almh. Sumiati dan Alm. Sudarto kedua orangtua yang telah memberikan kasih sayangnya, mengajarkan penulis banyak hal. Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik di sisi-Nya dan semoga raihan ini dapat mengukir senyum kalian di alam sana.
8. Sudarmanto, dan Hermaini selaku wali sekaligus orang tua yang telah memberikan waktu luangnya untuk memberikan lecutan berupa semangat, secara moral dan material, saya sangat bersyukur serta mengucapkan banyak terima kasih dan semoga kelak saya dapat membalas segala jasa om.
9. Maulida Zahara, pemberi semangat sekaligus motivasi, terima kasih atas setiap usahanya yang pantang menyerah untuk bisa membuktikan bahwa aku juga bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Adik-adikku tercinta, Nuning, Eko, Dimas dan Puji yang telah memberikan penulis semangat juga motivasi untuk melakukan yang terbaik bagi kalian. Aa sayang kalian.

11. Sahabat-sahabatku, D’Gills, Jo Yoka, Ibnu, Robby, AbdyTyo, Zulkarnain, Frisky Ade, Maul, Hanif, Uki, Edwar, Rif’ai, PKI – Pecinta Kopi Item (Kang Maman, Aldhi, Khairul), Bilqis Family (Evi, Ima, Maya, Mella) serta FISIP 09 (Zaki, Radit, Azhari, Fahmi, dll mohon maaf karena tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu), tanpa kalian penulis hanyalah daging yang doyan kentut.

Akhirnya hanya pada Allah SWT jugalah penuli smengucapkan segala Syukur Alhamdulillah, yang telah memberikan kenikmatan iman, islam, kesehatan, rezeki, kemudahan serta kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan hikmah terhadap penulis serta manfaat bagi para pembacanya, khususnya mahasiswa/i FISIP Univ. Prof. DR. Hamka. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritikan dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, Februari 2017

Aristiyanto Suhendar

DAFTAR ISI

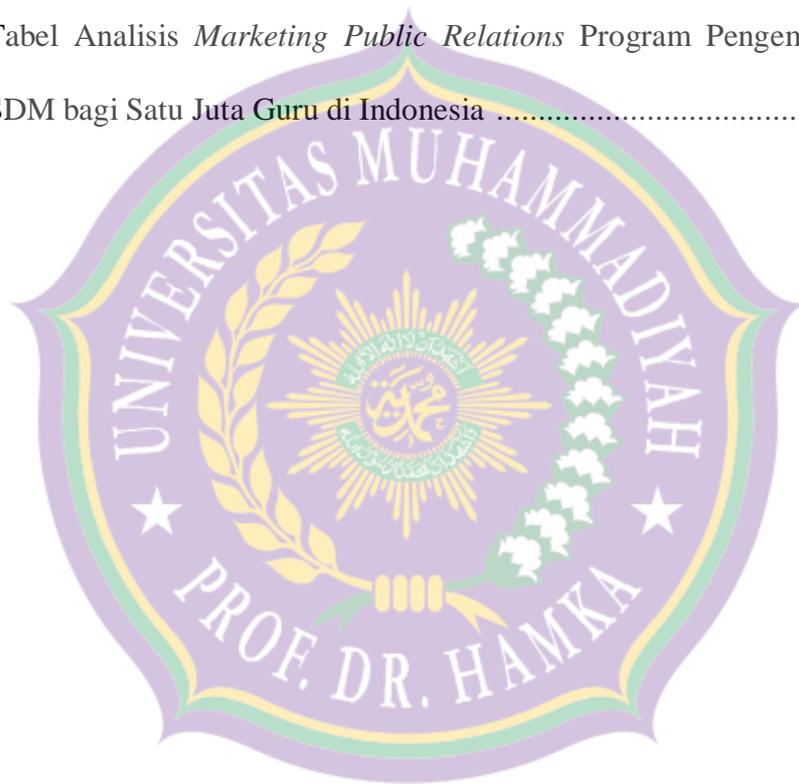
	Halaman
COVER	i
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Signifikansi Penelitian	8
1.6 Keterbatasan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Paradigma Postpositivisme	12

2.2	Hakikat Komunikasi	16
2.3	Komunikasi Publik	24
2.4	<i>Public Relations</i>	28
2.5	Konsep <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	59
2.6	Teori Komunikasi Persuasif	66
2.7	<i>Grand Theory</i> Promosi	78
2.8	Deskripsi <i>ESQWay165 Training Center</i>	84
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian	94
3.2	Metode Pengumpulan Data	96
3.3	Metode Analisis Data	97
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	92
3.5	Waktu Penelitian	92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi PT.ESQWay165 (<i>Emotional Spiritual Quostion Training Center</i>)	94
4.2	Hasil Penelitian	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	121
5.2	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN – LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

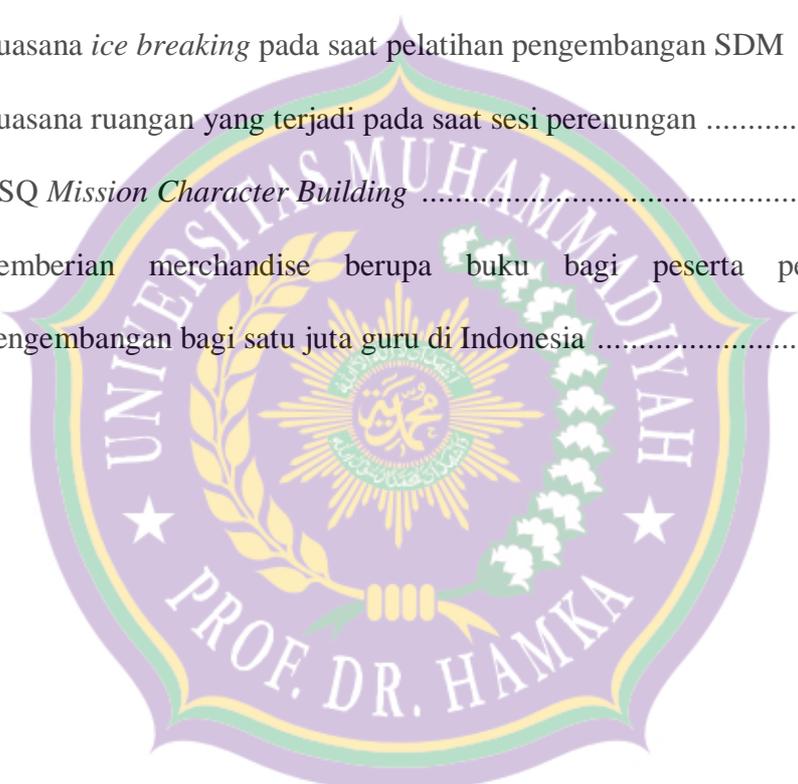
3.1	Tabel Rencana Analisis <i>Marketing Public Relations</i> Pada Program Pelatihan SDM Bagi Satu Juta Guru di Indonesia	91
3.2	Tabel rancangan jadwal penelitian	93
4.1	Tabel Analisis <i>Marketing Public Relations</i> Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru di Indonesia	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1	Model verbal Garbner	20
2.2	Model <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
2.3	Logo ESQWay165	86
4.1	Suasana <i>ice breaking</i> pada saat pelatihan pengembangan SDM	111
4.2	Suasana ruangan yang terjadi pada saat sesi perenungan	113
4.3	ESQ <i>Mission Character Building</i>	115
4.4	Pemberian merchandise berupa buku bagi peserta pelatihan pengembangan bagi satu juta guru di Indonesia	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa ini telah berdampak pada persaingan dalam dunia usaha, baik pada sektor produk maupun jasa, untuk dapat mencapai tujuannya perusahaan harus mampu berkomunikasi dengan produsennya. Menurut Mulyana, komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal maupun nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih (dalam Mulyana, 2005: 3).

Komunikasi merupakan dasar bagi manusia dalam menjalin hubungan dengan khalayak, baik itu melibatkan dua orang atau lebih. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan masyarakat atau lingkungan sosialnya bisa dipastikan akan tersesat, karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Terutama dalam lingkungan perusahaan.

Salah satu bagian yang berperan penting dalam perusahaan ialah humas (*public relations*). Menurut Cutlip, Centre, Broom (2006:5), *public relations* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang memiliki kepentingan publik serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik. Bagian humas sangat berpengaruh untuk menjaga hubungan baik dengan khalayak.

Suatu perusahaan banyak memiliki aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, sedangkan jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu, sifat dan karakteristik jasa adalah, jasa tidak berwujud, karakteristik utamanya tidak dilihat, dirasakan, didengar, atau dibau sebelum jasa itu dibeli, jasa tidak dapat dipisahkan, jasa dibuat dan dikonsumsi pada saat bersamaan dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, kualitas jasa sangat beragam, tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kapan, di mana dan bagaimana.

Salah satu kegiatan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan adalah dengan cara promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen.

Menurut Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman (2002 : 123), Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya

tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Perusahaan dewasa ini menganggap bahwa kegiatan promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil yang diharapkan.

Banyak cara yang bisa dilakukan untuk melakukan kegiatan promosi kepada khalayak luas, salah satunya melalui program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dijadikan sebagai salah satu alat untuk melakukan kegiatan promosi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Hadi (2011: 48), adalah suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. CSR sendiri mulai diperkenalkan sekitar tahun 1970-an, dimana para perusahaan mulai menyadari bahwa dari profit

atau keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan atau lembaga terdapat hak untuk masyarakat sekitar tempat berdirinya suatu perusahaan atau lembaga tersebut, perusahaan atau lembaga sadar betul bahwa selain memperoleh keuntungan secara material yang didapat oleh perusahaan, masyarakat sekitar juga layak mendapatkan keuntungan yang diperoleh dari perusahaan tersebut, berupa fasilitas umum, sarana dan prasarana, serta pendidikan dsb.

Salah satu perusahaan yang menggunakan CSR sebagai alat untuk melakukan kegiatan promosi adalah PT. ESQWay 165 (*Emotional Spiritual Quotions*) *Training Centre*, ESQ merupakan suatu inovasi terkini yang menekankan aspek kepentingan kecerdasan secara spiritual bagi setiap manusia. Diyakini bahwa kecerdasan spiritual merupakan pusat dan landasan kesemua kecerdasan yang ada, yaitu kecerdasan intelektual dan kecerdasan emosional, ESQ merupakan lembaga pelatihan terbesar yang berada di Indonesia, dari sekian banyak lembaga pelatihan dalam bidang yang serupa seperti, Bintang Revolusi, Lima Jari *For Excellence*, *Mind Power Institute* dan ESQ adalah yang cukup terkenal bahkan mencakup wilayah mancanegara, lembaga ini telah memiliki ribuan alumni, ESQ *training centre*, bukan hanya menyandang nama besar, ESQ juga memiliki kualitas SDM terbaik yang tersebar di mana-mana, ESQ awalnya dibentuk pada tanggal 16 Mei 2010 oleh Ary Ginanjar Nasution, ESQ memiliki Visi, Misi serta Nilai yang terkandung di dalamnya, Visi ESQ adalah terciptanya peradaban emas melalui *The ESQWay165*, Misinya ialah menyebarkan dan menjadikan *The ESQWay165* sebagai jalan hidup terbaik di muka bumi, dan

yang terakhir ESQ memiliki nilai yang disebut sebagai tujuh budi utama yaitu, jujur, tanggung jawab, visioner, disiplin, kerjasama, adil serta peduli.

dilihat dari bentuknya, ESQ merupakan lembaga pelatihan yang bergerak pada bidang jasa pelatihan, secara lebih spesifik mereka menjual jasa pelatihan pengembangan SDM yang berbasis pada kecerdasan Iq, Eq dan Sq, tren ESQ adalah fenomena yang mampu merubah pola pikir dalam kehidupan seseorang, karena ESQ tidak sekedar kepemimpinan atau pengurusan, tetapi pelatihan ESQ juga merupakan sarana pelatihan sumber daya manusia di Indonesia yang menyentuh aspek secara spiritual dan emosional seseorang secara mendalam.

Selain itu lembaga ESQ melalui para alumninya juga memiliki kepedulian yang sangat besar kepada khalayak luas, ini semua dibuktikan melalui program kegiatan pelatihan pengembangan bagi satu juta guru, kegiatan ini memiliki jangka waktu, dengan target minimum pada tahun 2020 program pengembangan bagi para guru ini selesai terealisasi, pelatihan ini diberikan bagi para guru secara cuma-cuma tanpa dipungut biaya sedikitpun.

Sebagai bentuk kepedulian terhadap pendidikan dan kinerja para guru, program pengembangan SDM bagi satu juta guru di Indonesia bisa dikategorikan sebagai bentuk tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang diemban oleh para alumni ESQ *training centre*, demi tercapainya SDM yang berkualitas di masa mendatang, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat berupa kegiatan filantropi (menolong orang lain) atau

pengembangan komunitas yang biasanya dikemas untuk mengupayakan citra positif perusahaan, dengan CSR perusahaan menghasilkan keunggulan bersaing dengan memadukan beberapa pertimbangan sosial dan lingkungan dalam strategi bisnis, CSR merupakan instrumen penting dalam menunjang strategi perusahaan, yakni untuk pencapaian citra yang diinginkan serta tujuan komersil sebagai promosi perusahaan.

Melalui kegiatan CSR yang diselenggarakan oleh forum komunikasi alumni lembaga ESQWay165 secara bertahap hingga periode 2020, penulis ingin mengetahui tentang Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia Dalam Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai pendukung penelitian ini, penulis juga merujuk pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh:

1. Debie Puspasarie. FISIP UI angkatan 2008 dengan judul “Efektivitas Program Pelaksanaan Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah 2010 Di Kota Depok Dan Kota Cimahi.
2. Sumayyah FISIP UHAMKA angkatan dengan judul ”Efektivitas Strategi Humas DPR RI Dalam Mengkomunikasikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Sukabumi Utara, Kecamatan Kebon Jeruk, Wilayah Jakarta Barat.
3. Rahmawati Permata Sari FISIP UHAMKA angkatan dengan judul “Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina Geothermal Energy Di Bidang Pendidikan Pada PKBM An-Nur, Kamojang, Garut, Jawa Barat.

Ketiga penelitian di atas memiliki beberapa irisan yang dapat menggambarkan persamaan dan perbedaan sebagai referensi bagi peneliti, kesamaan dengan peneliti pertama dengan skripsi yang sedang digarap dapat dilihat pada konsep pengukuran suatu program kegiatan yang sedang berjalan, yang menjadi pembeda ialah, peneliti menggunakan konteks CSR dan peneliti pertama menggunakan konteks komunikasi organisasi pada penelitiannya.

Pada penelitian kedua, penulis sama-sama ingin mengetahui keefektivitasan, perbedaan dengan penelitian ini ialah, penelitian yang sedang digarap menganalisa tentang keefektivitasan suatu program yang sedang berlangsung, akan tetapi peneliti kedua ini, hanya pada keefektivitasan strategi yang diterapkan oleh humas DPR..

Pada penelitian terakhir, persamaan yang dapat dilihat ialah, melalui program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Pertamina Geothermal Energi di bidang pendidikan, program ini memberikan gambaran tentang keefektivitasan program kegiatan CSR tersebut, perbedaan pada penelitian ini ialah pada jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan pada penelitian yang sedang digarap menggunakan jenis penelitian evaluatif.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang perumusan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana Promosi PT. ESQWay 165 pada Program “Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)?”

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan-batasan penulis hanya mengkaji kegiatan Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui kegiatan Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr Hamka, dan penelitian ini dapat menjadi masukan dan referensi untuk penelitian dimasa mendatang bagi yang ingin menindaklanjuti penelitian mengenai program promosi dalam kegiatan CSR.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Penelitian ini secara metodologis menggunakan analisis data kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya bagi penelitian selanjutnya mengenai analisis data kualitatif, dimana peneliti akan mempresentasikan kegiatan Promosi PT. ESQWay 165 pada Program Pengembangan SDM bagi Satu Juta Guru Indonesia dalam Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan analisis data kualitatif.

1.5.3 Kontribusi Praktis

Untuk dapat dijadikan masukan bagi program pengembangan SDM lembaga ESQ, melalui kegiatan CSR ini kelak berbagai institusi yang ada di Negara ini dapat mengacu pada lembaga ESQ, bahwasannya setiap institusi memiliki tanggung jawab sosial, tidak hanya bertugas mencari keuntungan semata-mata, melainkan juga memberikan bantuan sosial kepada masyarakat di sekitar institusi atau bahkan secara menyeluruh pada titik-titik yang membutuhkan melalui kegiatan CSR/Tanggung Jawab Sosial.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam proses penelitian ini ialah, merujuk pada batasan waktu wawancara yang diberikan oleh PT. ESQWay 165 untuk mewawancarai trainer, mengingat wawancara dilakukan pada saat jam kerja,

serta kesibukan para trainer PT. ESQWay 165 yang bertugas memberikan pelatihan di luar kota.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian yang menyangkut hal-hal mengenai efektivitas, serta berisi rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian, dan signifikansi penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian, konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian ini yaitu, definisi konsep dan definisi operasional konsep.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan bagaimana hasil penelitian yaitu Promosi PT. ESQWay 165 pada program pengembangan SDM bagi satu juta guru sebagai bentuk kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dan keterkaitannya dengan teori dan konsep CSR

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran yang terkait dengan pembahasan dan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta Kencana Prenada Media Grup.
- Cutlip, Mscott, 2000, *Effective Publik Relations*, USA.
- Efendy, Onong, Uchjana, 1998, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Efendy. Onong, Uchjana. 2005. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Efendy. Onong, Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol, 2004, *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media
- Hadi, Nor, 2011. *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Jefkins, Frank, 2002, *Public Relations*, Edisi Kelima, Jakarta, Erlangga.
- Jonker, Jun & Marco, 2006, *Management Models For Corporate Social Responsibility*, Netherlands.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Little, John, W. Stephen, & Karen A. Fos, 2009, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Dedy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady, 2006, *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Apikasi*,

Jakarta: PT Raja Gratindo Persada

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta: PT Tiara

Wacana.

West, Turner, 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Edisi ketiga,

Jakarta, Salembba Humanika

Skripsi Terdahulu :

Debie Puspasarie, FISIP UI angkatan 2008 dengan judul “Efektifitas Program Pelaksanaan Program Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah 2010 Di Kota Depok Dan Kota Cimahi.

Sumayyah, FISIP UHAMKA angkatan dengan judul ”Efektifitas Strategi Humas DPR RI Dalam Mengkomunikasikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Sukabumi Utara, Kecamatan Kebon Jeruk, Wilayah Jakarta Barat.

Rahmawati Permata Sari, FISIP UHAMKA angkatan dengan judul “Efektifitas Corporate Social Responsibility PT Pertamina Geothermal Energy Di Bidang Pendidikan Pada PKBM An-Nur, Kamojang, Garut, Jawa Barat.

Non Buku :

<https://kartikasari08.wordpress.com/2008/05/07/tips-menyelenggarakan-seminar/>

<http://madrasah.kemendiknas.go.id/didaktika/93/ini-cara-mengajar-efektif-dengan-metode-ceramah.html>

<http://manajemenkomunikasi.blogspot.com/2010/08/hubungan-internal.html>

http://en.wikipedia.org/wiki/George_garbner

www.esqway165.com

www.esq-news.com

www.esq-pedulipendidikan.com

www.jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/corporatesocialresponsibility_csr.html

www.katailmu.com/2003/10/pengertian-dan-peranan-sumber-daya.html

