

ABSTRAK

Public Relations/Departemen Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nining Dwiningsih (20010530024)

Peran *Public Relations* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam *Corporate Social Responsibility* melalui Program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG (2006-2007)

Tahun skripsi: 2010 + 72 hal + 7 lampiran + 1 hal tabel + 3 hal gambar + Daftar Kepustakaan: 7 buku + 5 jurnal + 3 sumber online (2007-2010)

Penelitian ini merupakan studi kasus tentang peran *Public Relations* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam *Corporate Social Responsibility* melalui program *E learning Community* SMU se-DIY dan JATENG. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh gambaran peran PR UMY dalam melaksanakan CSR melalui program *E Learning Community* UMY. Kerangka teori dalam penelitian ini yaitu konsep CSR, fungsi dan tugas PR dalam CSR, peran PR dalam CSR, serta perencanaan program PR dalam CSR. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif tipe deskriptif. Informan terdiri dari Biro Humas dan Kerjasama UMY dan Tim *task force E learning Community* SMU. Teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi dan wawancara. Dalam mengolah data, peneliti merumuskan gagasan, mereview, dan menganalisis data. Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa peran PR UMY dalam program *E learning Community* SMU se-DIY dan JATENG (2006-2007) adalah: 1). Sebagai penentu ahli dalam menentukan konsep kerjasama dengan *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG; 2). Sebagai teknisi komunikasi yang terbagi menjadi internal dan eksternal. Internal PR UMY bertugas untuk menulis dan menyunting majalah internal dan eksternal UMY, mengembangkan situs web *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG; 3). Sebagai fasilitator komunikasi, UMY dapat menyelaraskan kepentingan UMY dan menyampaikannya kepada tim *Task Force E Learning Community* SMU yang kemudian diwujudkan dalam program *E Learning Community* SMU se-DIY dan JATENG.