

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD'S INDONESIA
(Studi Kasus CSR McDonald's Cabang Kota Solo)**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Meraih Gelar Strata Satu Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:
ULFAH FARIDA
NIM. 2021071006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD'S INDONESIA (Studi Kasus CSR McDonald's Cabang Kota Solo)

Disusun Oleh :

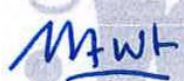
Ulfah Farida
NIM. 2021071006

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
dihadapan dewan penguji
pada tanggal 05 Agustus 2025

Pembimbing I


(Esfandani Peni Indreswari,
S.I.Kom., M.I.Kom)
NIDN: 0617058903

Pembimbing II


(Dr. Rahmat Wisudawanto,
S.S.,M.Hum)
NIDN: 0628108301

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Dr. Rahmat Wisudawanto,
S.S.,M.Hum)
NIDN: 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD'S INDONESIA (Studi Kasus CSR McDonald's Cabang Kota Solo)

Disusun Oleh :

Ulfah Farida

NIM. 2021071006

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan
oleh dewan penguji Tugas Akhir dan ditindaklanjuti

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta

pada hari Selasa tanggal 05 Agustus 2025

Dewan Penguji:

1. Penguji 1 Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom. (Dine)
2. Penguji 2 Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum (Mwh)
3. Penguji 3 Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom. (H)

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni


Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si
NIDN. 0602058801

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfah Farida
NIM : 2021071006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di Universitas lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Boyolali, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Ulfah Farida
Ulfah Farida

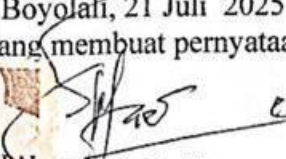
**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfah Farida
NIM : 2021071006
Universitas : Universitas Sahid Surakarta
Fakultas : Sosial Humaniora dan Seni
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi/laporan penelitian saya yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD’S INDONESIA (Studi Kasus CSR McDonald’s Cabang Kota Solo)”** serta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (author) dan pembimbing sebagai co-outhter atau pencipta dan juga sebagai hak milik pencipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Boyolali, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan


 Ulfah Farida
2021071006

MOTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain”

(Q.S Al-Insyirah:6-7)

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya untuk menemukanmu”

(Ali bin Abi Thalib)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, dengan kuasa-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Adapapun, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, karena dengan izin dan karunianyalah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Bapak, Ibu dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, cinta dan dukungannya dengan tulus untuk setiap keputusan anaknya.
3. Dosen pembimbing satu dan dua, terimakasih atas kesabaran, dan ilmu yang luar biasa.
4. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 yang telah berjuang bersama dan saling mendukung satu sama lain dalam meraih gelar S.Ikom
5. Untuk diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD’S INDONESIA (Studi Kasus CSR Cabang Kota Solo)” tepat pada waktunya.

Keberhasilan penulis dalam membuat skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kerjasama berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Erwin Kartinawati, S.Sos, M.I.Kom selaku wakil rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
3. Faqih Purnomosidi, S.Psi.,M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
4. Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
5. Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum Pembimbing II Skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
6. Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom. Selaku dosen penguji.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang telah berjuang bersama selama 4 tahun dalam perkuliahan.
9. STAR dan RGM McDonald’s Kota Solo yang telah membantu dalam penelitian.
10. Semua pihak yang terlibat namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan, dukungan dan partisipasi yang telah diberikan kepada penelitian ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis berharap semoga laporan ini dapat dipahami dan bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Boyolali, 21 Juli 2025

Ulfah Farida



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
10.1. Latar Belakang	1
10.2. Rumusan Masalah	5
10.3. Tujuan Penelitian.....	5
10.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Definisi Komunikasi.....	8
2.3. Definisi Humas	10
2.4. Strategi Komunikasi	11

2.5. Citra dan Reputasi	13
2.6. Corporate Sosial Responsibility (CSR).....	15
2.7. Analisis SWOT	17
2.8. Kerangka Pemikiran	17
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Jenis Penelitian.....	19
3.2. Objek Penelitian	19
3.3. Sumber Data Dan Data	20
3.4. Teknik pengumpulan data.....	21
3.5. Triangulasi data.....	22
3.6. Teknik Analisa Data	23
BAB IV	26
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Diskripsi Lokasi Penelitian.....	26
4.2. Hasil Analisis Data.....	29
4.3. Analisis SWOT	67
BAB V	71
PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Komentar negatif store McDonald's kota Solo	2
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	177
Gambar III.1 Komponen dalam analisis data kualitatif Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017)	24
GambarIV.1 Struktur Organisasi	27
Gambar IV.2 Donor darah di McDonlad's, McDonald's Jebres dan McDonald's Slamet Riyadi	29
Gambar IV.3 kegiatan posyandu di McDonald's kota Solo	31
Gambar IV.4 Kegiatan Bakti Sosial Mcdonald's Kota Solo Dengan Panti Asuhan Qulby.....	32
Gambar IIV.5 Kegiatan Bakti Sosial Mcdonald's Kota Solo Dengan Panti Werdha	33
Gambar IV.6 kegiatan jum'at berkah yang dilaksanakan McDonald's kota solo	34
Gambar IV.7 Berbagi Dengan Kampung Kumuh Di Semanggi oleh McDonald's Slamet Riyadi	35
Gambar IV.8 kegiatan lomba menghias sepeda di McDonald's Jebres	37
Gambar IV.9 kegiatan buka bersama driver ojol di McDonald's Manahan.....	39
Gambar IV.10 kegiatan pemberian ta'jil gratis ke Masjid Muhammadiyah Surakarta oleh McDonald's Slamet Riyadi	40
Gambar IV.11 kegiatan berbagi ta'jil di Masjid Al Furqon Jebres (sebelah kiri) dan berbagi ta'jil ke warga Jebres (sebelah kanan)...	41
Gambar IV.12 tangkap layar terkait ajakan kerjasama dengan PMI dan penyebaran informasi kegiatan donor darah ke RW	43
Gambar IV.13 merupakan flyer kegiatan donor darah di McDonald's Jebres (sebelah kiri) McDonald's Manahan (tengah) dan McDonald's Slamet Riyadi (sebelah kanan)	44
Gambar IV.14 kegiatan posyandu di McDonald's Jebres.....	45
Gambar IV.15 STAR McDonald's Jebres mendatangi panti Werdha	46
Gambar IV.16 tangkap layar upaya McDonald's dalam mengadakan kegiatan bakti	

sosial dengan panti asuhan melalui komunitas sosial di Solo	47
Gambar IV.17 tangkap layar percakapan terkait lomba.....	50
Gambar IV.18 pelaksanaan kegiatan donor darah di McDonald's Kota Solo	53
Gambar IV.19 pelaksanaan kegiatan posyandu di McDonald's Jebres.....	54
Gambar IV.20 pelaksanaan kegiatan bakti sosial dengan panti asuhan Qulby oleh McDonald's Manahan	55
Gambar IV.21 kegiatan bakti sosial di panti Wherda oleh McDonald's.....	56
Gambar IV.22 kegiatan Jum'at berkah di McDonald's kota Solo	58
Gambar IV.23 kegiatan berbagi di kampung kumuh Semanggi oleh McDonald's Slamet Riyadi	59
Gambar IV.24 kegiatan lomba menghias sepeda oleh McDonald's Jebres.....	60
Gambar IV .25 kegiatan buka bersama dengan driver ojol di McDonald's Manahan.....	61
Gambar IV.26 pemberian ta'jil ke Masjid Al-Ikhlas dari McDonald's Manahan ..	62
Gambar IV.27 berbagi ke anak-anak TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) dan berbagi dengan warga yang dilakukan McDonald's Jebres.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil tabulasi responden terkait CSR McDonald's Kota Solo.....	64
Table IV.2 Presentase Evaluasi Responden.....	65
Table IIV.3 Analisis SWOT pada strategi komuniaksi CSR McDonald's KotaSolo dalam membentuk citra.....	67



**STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF MCDONALD'S INDONESIA
(Studi Kasus CSR McDonald's Cabang Kota Solo)**

Ulfah Farida

2021071006

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam membentuk citra positif McDonald's Indonesia (Studi Kasus CSR McDonald's Cabang Kota Solo). Berdasarkan teori Cutlip dan Center, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan McDonald's cabang Kota Solo membangun citra positif perusahaan dalam kegiatan CSR. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi CSR yang dilakukan McDonald's Kota Solo dalam membentuk citra positif yaitu menggunakan komunikasi interpersonal. Strategi yang diterapkan McDonald's Kota Solo berhasil membangun citra positif.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Cutlip dan Center, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Citra, McDonald's

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) COMMUNICATION
STRATEGY IN CREATING A POSITIVE IMAGE OF MCDONALD'S
INDONESIA

(Case Study of McDonald's Solo Branch)

Ulfah Farida

2021071006

ABSTRACT

This study analyzes the Corporate Social Responsibility (CSR) communication strategy in shaping a positive image of McDonald's Indonesia (Case Study of McDonald's Solo Branch). Based on Cutlip and Center's theory, the purpose of this study is to describe and understand the communication strategy of McDonald's Solo Branch in building a positive corporate image through CSR activities. This study used a qualitative descriptive research method. Data were collected through observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that McDonald's Solo Branch's CSR communication strategy in shaping a positive image utilizes interpersonal communication. The strategy implemented by McDonald's Solo Branch successfully built a positive image.

Keywords: Communication Strategy, Cutlip and Center, Corporate Social Responsibility (CSR), Image, McDonald's

