

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN GRAFIK	iii
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran	
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	9
2. Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kualitas Informasi	15
3. Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Melalui media siber (<i>website</i>)	23
F. Kerangka Konsep	27
G. Operasionalisasi Konsep	28
H. Definisi Operasional	35
I. Metodologi Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian	39
2. Metode Penelitian	39
3. Teknik Pengambilan Data	40
4. Populasi dan Sampel	41
5. Uji Reliabilitas	43
6. Teknik Pengumpulan Data	43

BAB II KOMUNIKASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL

RESPONSIBILITY PERUSAHAAN MELALUI WEBSITE

A. Kajian Penelitian Terdahulu	45
B. <i>Corporate Social Responsibility</i>	48
1. Konsep dan Definisi CSR Perusahaan	51
C. Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan	53
D. Kualitas Informasi	57

BAB III TINJAUAN UMUM PT FREEPORT INDONESIA

A. Sejarah Perusahaan	
1. Sejarah Singkat Perusahaan	59
2. Profil Perusahaan	61
3. Identitas Perusahaan	62
4. Visi dan Misi PT Freeport Indonesia	63
5. Lokasi Perusahaan	64
6. Lokasi Proyek	64
7. Nilai-Nilai PT Freeport Indonesia	65
B. Struktur Perusahaan	66
C. Kebijakan Tanggung Jawab Sosial PT Freeport Indonesia	68
D. Pelaporan Tanggung Jawab Sosial PT Freeport Indonesia dalam <i>Website</i>	70

BAB IV PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas Antar Koder	76
B. <i>Website</i> Sebagai Media Komunikasi CSR Perusahaan	78
1. Profil Sebagai Identitas Perusahaan	80
2. Barang dan Jasa Perusahaan	82
3. Karyawan dan SDM Perusahaan	83

4. Kinerja Ekonomi Perusahaan	84
5. Tindakan Sosial Perusahaan	85
6. Tindakan Lingkungan Perusahaan	86
7. Tata Kelola Perusahaan	88
8. Etika dalam Operasional Perusahaan	89
9. Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat	90
10. Kriteria Eksternal Perusahaan	91
C. Kualitas Informasi CSR pada <i>Official Website</i>	92
1. Persebaran Informasi Bidang Sosial CSR Perusahaan	99
2. Penilaian Kualitas Informasi Bidang Sosial CSR Perusahaan	101
a. Keseimbangan Informasi Sosial CSR	102
b. Komparabilitas Informasi Sosial CSR	105
c. Ketepatan Waktu Informasi Sosial CSR	107
d. Kejelasan Informasi Sosial CSR	109
e. Relevansi Informasi Sosial CSR	113
f. Kredibilitas Informasi Sosial CSR	123
D. Analisis <i>Crosstab</i>	
1. Tabulasi silang antara item <i>targets & performances indicators</i>	134
2. Tabulasi silang antara item <i>targets audiens & key Stakeholder</i>	137
E. Informasi CSR dan Kualitas Informasi dalam <i>Official Website</i> PT Freeport Indonesia	141
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	148
B. Saran	150
 DAFTAR PUSTAKA	152
 LAMPIRAN	158

DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN GRAFIK.

GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Kebijakan CSR PT Freeport Indonesia
Gambar 1.2	Tampilan Pelaporan CSR PT Freeport Indonesia
Gambar 1.3	Model CSR
Gambar 1.4	Populasi Sasaran Penelitian
Gambar 1.5	Sampel Penelitian
Gambar 3.1	Sejarah Singkat Perusahaan
Gambar 3.2	Sejarah Singkat Perusahaan
Gambar 3.3	Sejarah Singkat Perusahaan
Gambar 3.4	Sejarah Singkat Perusahaan
Gambar 3.5	Logo Freeport McMoRan
Gambar 3.6	Logo PT Freeport Indonesia
Gambar 3.7	Lokasi Proyek
Gambar 3.8	Struktur Perusahaan
Gambar 3.9	Kanal Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam <i>Website</i>
Gambar 3.10	Bentuk Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility; Annual Report</i>
Gambar 3.11	Bentuk Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility; Sustainability Reports</i>
Gambar 3.12	Bentuk Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility; Information CSR</i>
Gambar 3.13	Bentuk Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility; Fact Sheets</i>
Gambar 3.14	Tampilan <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i> dalam <i>Website</i>
Gambar 4.1	Tampilan Struktur Organisasi
Gambar 4.2	Tampilan Struktur Organisasi
Gambar 4.3	Bahasa Indonesia
Gambar 4.4	Bahasa Inggris

Gambar 4.5 Tampilan *Executive Summary*

Gambar 4.6 Tampilan Foto/Gambar

Gambar 4.7 Kontak Perusahaan

TABEL

Tabel 1.1	Persentase Informasi CSR PT Freeport Indonesia dalam Website
Tabel 1.2	Operasionalisasi Konsep
Tabel 2.1	Pemetaan Harapan <i>Stakeholders</i>
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas Cohen's Kappa
Tabel 4.2	Informasi CSR pada Website PTFI
Tabel 4.3	Produk PT Freeport Indonesia
Tabel 4.4	Karyawan dan SDM
Tabel 4.5	Tindakan Ekonomi PT Freeport Indonesia
Tabel 4.6	Tindakan Sosial PT Freeport Indonesia
Tabel 4.7	Tindakan Lingkungan PT Freeport Indonesia
Tabel 4.8	Tata Kelola PT Freeport Indonesia
Tabel 4.9	Etika dalam Operasional PT Freeport Indonesia
Tabel 4.10	Hubungan PT Freeport Indonesia dengan Masyarakat
Tabel 4.11	Kriteria Eksternal PT Freeport Indonesia
Tabel 4.12	Pemetaan Informasi Bidang Sosial – Ketenagakerjaan
Tabel 4.13	Pemetaan Informasi Bidang Sosial – Hak Asasi Manusia
Tabel 4.14	Pemetaan Informasi Bidang Sosial – Masyarakat
Tabel 4.15	Pemetaan Informasi Bidang Sosial – Tanggung Jawab Atas Produk
Tabel 4.16	Bias Informasi Sosial
Tabel 4.17	Bias Sumber Informasi Sosial
Tabel 4.18	Perbandingan Informasi Sosial
Tabel 4.19	Tolak Ukur Informasi Sosial
Tabel 4.20	Ketepatan Waktu Informasi Sosial
Tabel 4.21	Informasi Tambahan
Tabel 4.22	Bahasa
Tabel 4.23	Strategi Berkelanjutan
Tabel 4.24	<i>Key Stakeholders</i>
Tabel 4.25	<i>Targets</i>

Tabel 4.26	<i>Performances Indicators</i>
Tabel 4.27	<i>Executive Summary</i>
Tabel 4.28	<i>Readability</i>
Tabel 4.29	Limitasi Kegiatan
Tabel 4.30	Target Audiens
Tabel 4.31	Tanggapan dari Pemangku Kepentingan
Tabel 4.32	Fasilitas Umpan Balik
Tabel 4.33	Tabulasi Silang <i>Targets & Performances Indicators</i>
Tabel 4.34	Tabulasi Silang <i>Targets Audiens & Key Stakeholder</i>
Tabel 4.35	Pemetaan Tampilan Informa si CSR
Tabel 4.36	Pemetaan Kualitas Informasi Sosial CSR
GRAFIK	
Grafik 4.1	Persebaran Informasi Masyarakat Berdasarkan Tahun