

INTISARI

Penelitian Ini bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas informasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam konten, artikel, dan berita yang dipublikasikan dalam *website* resmi P.T. Bukit Asam dan P.T. Vale Indonesia melalui menganalisa penyajian informasi yang dilakukan dalam *website* resmi tersebut. Teori komunikasi CSR akan digunakan sebagai panduan terutama yang menekankan ada penggunaan berbagai jenis media komunikasi sebagai strategi utama dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan serta menjaga relasi yang baik dengan *stakeholders*.

Salah satu media komunikasi baru yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan berbagai program CSR yang dijalankan adalah melalui website resmi di mana informasi yang dipublikasikan dapat lebih personal, relevan, dan mudah dipahami oleh stakeholder dengan penggunaan tidak hanya teks tertulis namun juga informasi dalam bentuk audio dan visual. Kualitas informasi dalam website dapat ditentukan melalui empat aspek utama yaitu keakuratan, ketepatan waktu, relevansi, dan kelengkapan Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kualitatif dengan menganalisis berbagai menu dan sub menu dalam website resmi terutama berbagai data yang terkait dengan informasi CSR.

Berdasarkan Analisis pada kedua website, penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi yang ada dalam website bervariasi dengan kedua website cukup akurat dalam penggunaan menu khusus untuk mempublikasikan informasi terkait CSR, penggunaan media audio visual yang beragam, berita CSR yang selalu *update*, dan penggunaan tools seperti *search engine* yang dapat mendukung akses website. Namun penelitian ini juga menemukan bahwa informasi CSR yang bukan termasuk dalam berita sangat jarang di-update serta tidak tersedianya tools interaktif yang dapat memunculkan interaktivitas dua arah dari perusahaan kepada *stakeholders*.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial, media online, website resmi, kualitas informasi

ABSTRACT

This research aims to determine the comprehensiveness of information found in Corporate Social Responsibility (CSR) report, article and news published in the official website of P.T. Bukit Asam Tbk. dan P.T. Vale Indonesia Tbk. by analyzing the communication patterns and the information presentation in the official website. The CSR communication theory will be used as guidance which emphasizes that the use of various communication media which are important as a strategy to deliver the intended message and maintain good relationship with stakeholders.

One of the most recently developed communication media where corporate can communicate the CSR programs is official website where the information will be more personal, relevant, and easy to understand by stakeholders with the use of not only verbal but also audio visual information. The quality of information contained in the website can be determined through four aspects: accuracy, timeliness, relevancy, and completeness. The method that will be used in this research is qualitative content analysis by analyzing the content found in the CSR menu and sub-menu in the official website and collecting the data related to the CSR information.

Based on the analysis on both websites, the research found that the quality of the information contained are varied with both websites are accurate with the use of specific menu to publish information about CSR , the use of audio visual media, timeliness of the news, and the inclusion of tool such as search engine. But the research also found that the CSR articles are static with no recent updating on regular basis and also the absence of interactive tools that can be used to maintain two-way interactivity from the corporations to the stakeholders.

Keywords: Corporate Social Responsibility, online media, official website, information quality.