

## Abstraksi

Dewasa ini, perusahaan mendapatkan tekanan dari *stakeholder* untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial. Program Tanggung Jawab Sosial merupakan salah satu cara untuk membangun reputasi sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan *stakeholder*. Pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial itu sendiri dapat dikatakan sejalan dengan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) atau Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Pelaksanaan prinsip GCG dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial menjadi kebutuhan sekaligus tuntutan perkembangan bisnis global serta peningkatan citra perusahaan. Prinsip GCG dapat dikatakan sebagai sebuah barometer sistem sekaligus struktur dalam menanamkan kepercayaan bagi semua elemen yang berkepentingan didalam perusahaan. Upaya tersebut akan menjadi percuma ketika *stakeholder* tidak tahu dan tidak sadar bahwa perusahaan telah melakukannya sehingga pengkomunikasian program Tanggung Jawab Sosial menjadi penting untuk dikelola.

Di era *new media*, *website* perusahaan menjadi saluran komunikasi bagi perusahaan dalam pengkomunikasian program Tanggung Jawab Sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pengkomunikasian program Tanggung Jawab Sosial PT Aneka Tambang (Persero) Tbk melalui *website* perusahaan dengan melihat struktur pengkomunikasian pesan dan isi pesan mengenai pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial yang dikomunikasikan dalam *website* perusahaan. Penelitian ini menganalisis struktur pengkomunikasian pesan serta isi pesan pelaksanaan program tanggung jawab sosial Perusahaan. Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa ANTAM melaksanakan komunikasi program Tanggung Jawab sebagai bentuk transparansi perusahaan yang dilakukan untuk mendapatkan legitimasi dari para *stakeholder* perusahaan serta pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial yang dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* Perusahaan

Kata Kunci : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Good Corporate Governance*, *Website*, Struktur Pesan, Isi Pesan

### *Abstract*

*Today, the company is under pressure from the stakeholders to implement the Social Responsibility program. Social Responsibility program is one way to build a reputation as an attempt to meet the demands of stakeholders. Implementation of Social Responsibility program itself can be said to be in line with the principles of Good Corporate Governance (GCG). Implementation of GCG principles in carrying out social responsibility programs become necessary because demands of global business development also to improving the image of the company. GCG can be regarded as a barometer of the system at the same time instilling confidence in the structure for all the various stakeholders in the company. Company effort will be useless when stakeholders do not know and are not aware that the company has done so communicating Social Responsibility program becomes important to manage.*

*In the era of new media, corporate website become a channel of communication for companies in the communication of Social Responsibility program. The aim of this study is to describe the communication of Social Responsibility PT Antam (Persero) Tbk through the company's website to look at the structure and content of the message to communicating messages about the implementation of the Social Responsibility program communicated in the company's website. This study analyzes the structure of the communication of messages and message content implementation of corporate social responsibility program. From the results of the study showed that ANTAM implement communication Responsibility program as a form of transparency company committed to getting the legitimacy of the stakeholders of the company as well as the execution of Social Responsibility program undertaken as a form of corporate responsibility towards stakeholders company*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Website, Structure Messages, Message Body*