

Abstrak

The aim of this study is to examine two-way communication and transparency of communicating Corporate Social Responsibility on the internet. This study analyzed 40 (forty) Indonesian companies and 13 (thirteen) Australian companies, with an analytical focus on seven types and online documents of CSR. There are achievement, award, CSR report, FAQ, contact us, press clip, and monetary information. This study applied qualitative descriptive approach with Miles and Huberman model. In this study, the research separated test results between Indonesia and Australia. The findings indicate that Indonesian companies less communicate than Australian companies except on CSR report. Australia has higher transparency awareness than Indonesia. Nevertheless, both of them still have low two-way communication awareness.

Keywords: communication, Corporate Social Responsibility, Internet, Indonesia, Australia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji komunikasi dua arah dan transparansi dari pengkomunikasian CSR melalui internet. Penelitian ini dilakukan pada 40 (empat puluh) perusahaan perbankan di Indonesia dan 13 (tiga belas) perusahaan perbankan di Australia, dengan fokus analisis pada tujuh tipe informasi dan dokumen online CSR. Tujuh tipe itu adalah pencapaian, penghargaan, laporan CSR, FAQ, hubungi kami, berita, dan informasi moneter. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan model Miles and Huberman. Dipenelitian ini peneliti memisahkan hasil pengujian antara Indonesia dan Australia. Perusahaan di Indonesia ditemukan memiliki presentase yang lebih rendah dari Australia kecuali pada laporan CSR. Sedangkan peneliti menemukan bahwa perusahaan di Australia unggul dalam sebagian besar fokus analisis. Australia memiliki kesadaran transparansi yang lebih tinggi daripada Indonesia. Namun kedua negara ini masih memiliki kesadaran komunikasi dua arah yang rendah.

Kata kunci: komunikasi, tanggung jawab sosial, internet, Indonesia, Australia