

## ABSTRAKSI

**Nanda Syukerti. 12321122. Persepsi Masyarakat Desa Batu Ampar Terhadap Program CSR yang Dilakukan PT Bara Prima Pratama. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2016.**

Dengan melihat perkembangan program *Corporate Social Responcibility* (CSR) perusahaan, masyarakat masih perlu banyak pemahaman mengenai program CSR untuk menghindari kesalahpahaman maksud dan tujuan perusahaan menjalankan program ini kepada masyarakat karena ini merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan kepada masyarakat yang harus dipenuhi. Oleh karna itu pentingnya sebuah perusahaan melaksanakan program CSR dengan semestinya, agar perusahaan tidak sekedar memahami tanggung jawabnya terhadap perusahaan saja tapi juga memiliki kepedulian terhadap masyarakat sekitar sehingga perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kesalahpahaman antara masyarakat dengan perusahaan, serta masyarakat tidak sekedar menerima apa yang dilakukan perusahaan tetapi masyarakat juga paham bahwa adanya tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Karena itu tujuan penelitian ini mendeskripsikan persepsi masyarakat desa Batu Ampar terhadap program CSR yang dilakukan PT. Bara Prima Pratama.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer data primer diperoleh dengan wawancara, sedangkan data skunder diperoleh dengan teknik dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat desa Batu Ampar kecamatan kemuning, umumnya mereka merasa terbantu dengan adanya program CSR yang dilakukan oleh Perusahaan. Ada berbagai persepsi masyarakat yang ditemui oleh peneliti, secara keseluruhan persepsi masyarakat dipengaruhi oleh pengalaman, faktor sosial budaya, suasana hati, dan kontekstual. Minimnya pendidikan masyarakat Batu Ampar sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap program CSR sehingga program CSR perusahaan sebagai bantuan untuk masyarakat. Selain itu beberapa faktor lainnya juga sangat mempengaruhi persepsi masyarakat Batu Ampar seperti pengalaman, suasana hati dan kontek yang membuat persepsi masyarakat berbeda dikarenakan apa yang mereka ketahui dari yang pernah dialami masing-masing individu berbeda sehingga persepsi mereka terhadap program CSR yang dilakukan PT Bara Prima Pratama pun Berbeda.

**Kata Kunci : Persepsi Masyarakat, CSR, PT Bara Prima Pratama**