

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 12 |
| BAB II..... | 14 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 14 |
| 2.1.1 Teori Pemangku kepentingan | 14 |
| 2.1.2 Stakeholder Engagement..... | 16 |
| 2.1.3 CSR Communication Strategies..... | 18 |
| 2.1.4 Stakeholder Engagement Strategies | 19 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 22 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 2.3 | Kerangka Pemikiran..... | 30 |
| BAB III | | 31 |
| METODE PENELITIAN | | 31 |
| 3.1 | Variabel Penelitian..... | 31 |
| 3.2 | Objek Penelitian..... | 31 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data..... | 32 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.5 | Metode Analisis Data..... | 33 |
| BAB IV | | 38 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | | 38 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 38 |
| 4.2 | Analisis Data..... | 39 |
| 4.2.1 | Tingkat 1 - <i>Information Strategy</i> | 41 |
| 4.2.2 | Tingkat 2 - <i>Response Strategy</i> | 47 |
| 4.2.3 | Tingkat 3 - <i>Involvement Strategy</i> | 53 |
| 4.2.4 | Matriks Strategi Keterlibatan Pemangku Kepentingan..... | 58 |
| BAB V | | 63 |
| PENUTUP | | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 63 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian..... | 64 |
| 5.3 | Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 65 |
| LAMPIRAN | | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| Tabel 3.1 <i>Classification of the Engagement Level</i> | 35 |
| Tabel 4.1 Perincian Sampel..... | 38 |
| Tabel 4.2 Tingkat Keterlibatan, Tindakan, Dan Pemangku Kepentingan | 40 |
| Tabel 4.3 <i>Information Strategy</i> | 42 |
| Tabel 4.4 Pemangku Kepentingan Dalam Perusahaan | 45 |
| Tabel 4.5 <i>Response Strategy</i> | 48 |
| Tabel 4.6 Pemangku Kepentingan Dalam Perusahaan | 51 |
| Tabel 4.7 <i>Involvement Strategy</i> | 54 |
| Tabel 4.8 Pemangku Kepentingan Dalam Perusahaan | 57 |
| Tabel 4.9 Data Perusahaan, Jumlah Aksi, Dan Jumlah <i>Stakeholders</i> | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 <i>Towards a stakeholder responsible approach</i> | 15 |
| Gambar 2.2 <i>Stakeholder's Engagement Strategies Matrix</i> | 23 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambar 3.1 <i>Methodological Steps</i> | 34 |
| Gambar 4.1 Matriks Strategi Keterlibatan Pemangku Kepentingan | 59 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran A Model Tingkat Keterlibatan..... | 71 |
| Lampiran B Kesimpulan Tingkat Keterlibatan Per Tingkat | 74 |
| Lampiran C Matriks Strategi Keterlibatan Pemangku Kepentingan | 76 |
| Lampiran D Stakeholder Engagement Tiap Perusahaan..... | 77 |