

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
RIWAYAT HIDUP	xx
MOTO HIDUP	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Kajian Penelitian yang Relevan.....	10
1.6. Landasan Pemikiran	15
1.6.1 Landasan Teoritis.....	15
1.6.2 Landasan Konseptual.....	17
1.7. Langkah-Langkah Penelitian.....	19
1.7.1 Lokasi Penelitian	19
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan.....	19
1.7.3 Metode Penelitian	21
1.7.4 Jenis Data Dan Sumber Data	23
1.7.4.1 Jenis Data.....	23
1.7.4.2 Sumber Data	24

1.7.5 Teknik Penentuan Informan.....	24
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	26
1.7.8 Teknis Analisis Data	27
BAB II	29
KAJIAN PUSTAKA.....	29
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	29
2.1.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	29
2.1.2 Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i>	30
2.1.3 Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
2.1.4 Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
2.1.5 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	39
2.1.6 Fungsi <i>Public Relations</i> dalam <i>Corporate Social Responsibility</i>	40
2.2 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	43
2.2.1 Tahap Perencanaan	43
2.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	45
2.2.3 Tahap Evaluasi.....	47
2.2.4 Pelaporan	49
BAB III.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
3.1 Gambaran Umum PT.Cloud Hosting Indonesia	52
3.1.1 Sejarah PT.Cloud Hosting Indonesia.....	52
3.1.2 Visi & Misi PT. Cloud Hosting Indonesia	54
3.1.2.1 Visi.....	54
3.1.2.2 Misi	54
3.1.3 Logo Perusahaan PT. Cloud Hosting Indonesia	55
3.1.4 Prinsip Dasar PT. Cloud Hosting Indonesia	55
3.1.5 Struktur Organisasi PT. Cloud Hosting Indonesia.....	56
3.1.5.1 CEO (<i>Chief Executive Officer</i>).....	56
3.1.5.2 CMO (<i>Chief Marketing Officer</i>).....	57
3.1.5.3 CTO (<i>Chief Technology Officer</i>)	58
3.1.5.4 COO (<i>Chief Operating Officer</i>).....	59
3.1.6 Pencapaian PT. Cloud Hosting Indonesia.....	60
3.1.7 Profil Informan	61

3.2 Hasil Penelitian.....	63
3.2.1 Tahap <i>Awareness Building</i> Program CSR NGO Go Digital.....	64
3.2.1.1 Identifikasi Awal terkait Kebutuhan dan Kepentingan pada Program CSR NGO Go Digital dalam Mendukung Transformasi Digital NGO di Indonesia.....	64
3.2.1.2 Membangun Kesadaran dengan Mendukung Program Digitalisasi untuk NGO di Indonesia.....	67
3.2.1.3 Membangun Kesadaran melalui Prinsip Dasar CSR (<i>Tripple Bottom Line</i>) dalam Program NGO Go Digital.....	68
3.2.2 Tahap Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	70
3.2.2.1 Efisiensi Pengelolaan Sumber Daya oleh IDCloudHost dalam Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	70
3.2.2.2 Menerapkan Prosedur dan Verifikasi untuk Penerima Manfaat Program CSR NGO Go Digital.....	72
3.2.2.3 Mengaplikasikan Langkah-langkah Validasi dan Pengembangan <i>Website</i> dalam Program NGO Go Digital.....	74
3.2.2.4 Memberikan Dukungan Layanan Digital dan Kolaborasi untuk Digitalisasi NGO.....	77
3.2.2.5 Menjalankan Waktu Pelaksanaan serta Tantangan Teknis dalam Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	80
3.2.2.6 Mengaplikasikan Kriteria Seleksi dan Prioritas dalam Program CSR NGO Go Digital.....	83
3.2.3 Tahap Pelaporan program CSR NGO Go Digital.....	85
3.2.3.1 Menjalankan Proses dan Frekuensi Pelaporan dalam Program CSR NGO Go Digital.....	85
3.2.3.2 Pendekatan Fleksibel dalam Pelaporan dan Manajemen Isu Program CSR NGO Go Digital.....	87
3.2.3.3 Strategi Pengelolaan Permintaan dan Transparansi Pelaporan dalam Program CSR IDCloudhost.....	89
3.2.4 Tahap Evaluasi program CSR NGO Go Digital.....	90
3.2.4.1 Strategi Manajemen dan Adaptasi dalam Implementasi Program CSR NGO Go Digital.....	91
3.2.4.2 Efek Positif Program CSR NGO Go Digital terhadap Kapasitas dan Keterlibatan NGO.....	92
3.2.4.3 Mekanisme Pemantauan dan Penilaian Kelancaran Program CSR NGO Go Digital.....	95
3.2.4.4 Pendekatan IDCloudHost dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui Program CSR NGO Go Digital.....	97

3.3 Pembahasan	99
3.3.1 Tahap <i>Awareness Building</i> Program CSR NGO Go Digital.....	100
3.3.1.1 Identifikasi Awal terkait Kebutuhan dan Kepentingan pada Program CSR NGO Go Digital dalam Mendukung Transformasi Digital NGO di Indonesia	100
3.3.1.2 Membangun Kesadaran dengan Mendukung Program Digitalisasi untuk NGO di Indonesia.....	102
3.3.1.3 Membangun Kesadaran melalui Prinsip Dasar CSR (<i>Tripple Bottom Line</i>) dalam Program NGO Go Digital	103
3.3.2 Tahap Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	104
3.3.2.1 Efisiensi Pengelolaan Sumber Daya oleh IDCloudHost dalam Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	105
3.3.2.2 Menerapkan Prosedur dan Verifikasi untuk Penerima Manfaat Program CSR NGO Go Digital	106
3.3.2.3 Mengaplikasikan Langkah-langkah Validasi dan Pengembangan <i>Website</i> dalam Program NGO Go Digital.....	107
3.3.2.4 Memberikan Dukungan Layanan Digital dan Kolaborasi untuk Digitalisasi NGO.....	109
3.3.2.5 Menjalankan Waktu Pelaksanaan serta Tantangan Teknis dalam Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital.....	112
3.3.2.6 Mengaplikasikan Kriteria Seleksi dan Prioritas dalam Program CSR NGO Go Digital	113
3.3.3 Tahap Pelaporan program CSR NGO Go Digital.....	114
3.3.3.1 Menjalankan Proses dan Frekuensi Pelaporan dalam Program CSR NGO Go Digital	114
3.3.3.2 Pendekatan Fleksibel dalam Pelaporan dan Manajemen Isu Program CSR NGO Go Digital	116
3.3.3.3 Strategi Pengelolaan Permintaan dan Transparansi Pelaporan dalam Program CSR IDCloudhost.....	117
3.3.4 Tahap Evaluasi program CSR NGO Go Digital	119
3.3.4.1 Strategi Manajemen dan Adaptasi dalam Implementasi Program CSR NGO Go Digital	119
3.3.4.2 Efek Positif Program CSR NGO Go Digital terhadap Kapasitas dan Keterlibatan NGO	121
3.3.4.3 Mekanisme Pemantauan dan Penilaian Kelancaran Program CSR NGO Go Digital	123
3.3.4.4 Pendekatan IDCloudHost dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> melalui Program CSR NGO Go Digital	125

BAB IV	127
SIMPULAN DAN SARAN.....	127
4.1 Simpulan.....	127
4.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN.....	136

