

Prof. Dr. H. M. MA'RUF ABDULLAH, SH. MM. M.Si.

MANAJEMEN KOMUNIKASI KORPORASI

		PERPUSTAKAAN	
No. INV.			
Th. Angg.			Cat.
PABAP			TGL.

Editor:

BUDI RAHMAT HAKIM, S.Ag. M.H.I.

@2015



DAFTAR ISI

	halaman
Pengantar Penulis	i
Kata Pengantar Editor	vii
Sambutan Direktur Pascasarjana Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)	
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar/Tabel	xv
BAB I TERMINOLOGI DAN RUANG LINGKUP PEMBAHASAN	1
1. Judul Buku	1
2. Istilah Teknis	5
3. Tujuan CSR	36
4. Ruang Lingkup CSR	37
5. Stakeholders CSR	39
6. Peraturan Tentang CSR	42
BAB II BISNIS DAN ETIKA	49
1. Etika	49
2. Mitos Tentang Etika	52
3. Etika dan Perilaku dalam Bisnis	53

	4. Mengapa Beretika itu Sulit	55
	5. Model Etika dalam Bisnis	59
	6. Sumber-sumber Etika	63
BAB III	BUDAYA KORPORASI DAN PARADIGMA CSR	87
	1. Budaya Korporasi	87
	2. Mengkaji Ulang Paradigma CSR	90
	3. CSR Kewajiban Azasi Korporasi	100
	4. CSR dan Reformasi Paradigma Korporasi	103
	5. Memahami Motivasi CSR	107
	6. CSR Kebutuhan Korporasi	110
BAB IV	CSR DARI BERBAGAI SUDUT PANDANG ...	113
	1. Filosofis	113
	2. Sosiologis	118
	3. Psikologis	121
	4. Antropologis	126
	5. Komunikasi, Citra, dan Reputasi	130
BAB V	PARADIGMA EKONOMI DAN KEBERLANGSUNGAN LINGKUNGAN HIDUP	137
	1. Menelusuri Keberlangsungan Lingkungan Hidup.	137
	2. Lingkungan Hidup Sumber Milik Bersama ...	153
	3. Masalah SDM dalam Keberlangsungan Lingkungan Hidup.	153
	4. Memasukan Paradigma Lingkungan Hidup Dalam Kebijakan Ekonomi.	159
	5. Nilai Ekonomi SDA dan Lingkungan Hidup	163
	6. Perlunya Manajemen Lingkungan.	166
	7. Menjaga Paradigma Ekologi.	169

BAB VI	MEMBANGUN KOMUNIKASI KOPORASI ...	171
1.	Membuat Perencanaan Strategis	171
2.	Membentuk Identitas	180
3.	Menyiapkan dan Mengembangkan Kemampuan SDM	184
4.	Membangun Relasi	211
5.	Membangun Reputasi dan Menjaga Citra	214
6.	Beriklan	217
BAB VII	HUBUNGAN PEMERINTAH DENGAN KORPORASI	221
1.	<i>Good Governance</i>	230
2.	Peraturan Perundang-Undangan	240
3.	Responsif	243
4.	Partisipasi <i>Stakeholders</i>	245
5.	Transparansi	246
6.	Berorientasi Konsensus	247
7.	Adil dan Bertanggung Jawab	248
8.	Andal dan Amdal	250
BAB VIII	PEMBANGUNAN, LINGKUNGAN HIDUP, DAN CSR	261
1.	Pembangunan	261
2.	Konferensi Stockholm	265
3.	Pembangunan Berkelanjutan	266
4.	Konferensi Rio de Janeiro	271
5.	Neoliberalisme dan Pembangunan Berkelanjutan	272
6.	Etika Pembangunan	279
7.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	282

BAB IX	MODEL CSR DAN PENGALAMAN DI INDONESIA	291
	1. Model CSR Menurut Klasifikasinya	291
	2. Model CSR Menurut Motif Korporasi	297
	3. Model CSR Menurut Bidang Pembangunan	298
	4. Aplikasi CSR	299
	5. Strategi CSR	305
	6. Pengalaman Melaksanakan CSR di Indonesia	306
BAB X	TANGGUNG JAWAB KORPORASI	317
	1. Bergesernya Tanggung Jawab Korporasi	317
	2. Pengembangan Tanggung Jawab Korporasi	319
	3. Gelombang Tanggung Jawab Korporasi	320
	4. Sisi Penting Tanggung Jawab Korporasi	321
	5. Tanggung Jawab dan Reputasi Korporasi	323
	6. Nilai dan Harapan Konsumen.	324
	7. Tekanan Investor	325
	8. Keterlibatan Karyawan Dalam Tanggung Jawab Korporasi	325
	9. Membangun Budaya Korporasi Berbasis Nilai	327
	10. Pengaruh LSM	327
	11. Menjadikan Lingkungan Hijau	329
	12. Berkomunikasi Tentang Tanggung Jawab Korporasi	330
	13. Langkah-Langkah Menuju Tanggung Jawab Korporasi	332
	DAFTAR IN NOTE	335
	DAFTAR PUSTAKA	347
	TENTANG PENULIS	351