

managemen komunikasi adalah upaya dari individu dalam mengelola proses komunikasi yang berkaitan dengan pihak lain dalam hal komunikasi, ketika individu telah melakukan manajemen komunikasi meminimalisir adanya kesalahpahaman dalam menyampaikan informasi karena semuanya telah saling koordinasi tidak saling berbenturan dan menghasilkan solusi untuk mencapai suatu tujuan.

### **2.1.3.3 Corporate Sosial Responsibility**

#### **2.1.3.3.1 Sejarah Perkembangan Corporate Social Responsibility**

Howard R. Bowen menerbitkan bukunya “Social Responsibility”, diterbitkan pada tahun 1953. Bowen memberikan definisi awal dalam bukunya dari SR (social responsibility) sebagai:

*“...obligation of businessman to pursue those policies, to make those decision or to follow those line of action wich are desirable in term of the objectives and values of our society”* (Bowen, 1953:6).

Buku tersebut diterbitkan di Amerika Serikat dan menjadi buku terlaris. Pada saat itu, hal itu memiliki pengaruh yang besar dalam banyak literatur tentang Corporate Social Responsibility yang telah terbit setelahnya. Beberapa upaya yang dilakukan akademisi pada masa itu terkat formalisasi SR yang dikemukakan Bowen. Salah satu tokohnya, Keith Davis, tahun 1960an yang mempublikasikan konsep “Iron Law of Social Responsibility.” Lalu Keith mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki. Penelitian ini Keith mengemukakan bahwa semakin tinggi dampak sesuatu perusahaan terhadap masyarakat sekitar, maka akan semakin tinggi dampat suatu bobot tanggung jawab yang harus dipertahankan perusahaan itu pada masyarakat.

Istilah CSR telah digunakan sejak tahun 1970-an dan sejak itu diperluas Archi Cattol sebelum menerbitkan buku tentang Perlunya dunia. Berusaha untuk meningkatkan kualitas hidup, masyarakat umendukung kelangsungan hidup kepada perusahaan. Selanjutnya CSR semakin populer setelah kehadiran buku “*Cannibals With forks: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> century Business*”. Karya John Elkington. Dalam bukunya Elkington mengemas CSR memfokuskan 3P yakni: *Profit, Planet*