

## Strategy Between State-Owned Enterprises, Private Corporates, and The Governments in Reputation Conflict Maintenance of Corporate Social Responsibility (CSR) Programmes

NURRAHMAWATI<sup>1</sup>

Faculty of Communication Science  
Bandung Islamic University (UNISBA)  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116  
Email: Nurrahmawati10@gmail.com

### Abstract

*This article, titled as strategies between state-owned enterprises, private corporates (BUMN), and the governments in management reputation conflict of Corporate Social Responsibility programme, is aimed to search and explain the following; Obstacles and supports pertaining, the interest conflict, and reputation conflict management of corporations and the government pertaining CSR programmes.*

*This research uses qualitative research method through case study approach using thorough interviews from various sources, bibliography dissection, documents dissection and various data related to the research. The subjects of this research include nine correspondents as representatives from corporations, BUMN, and the government who are involved in the areas of Corporate Social Responsibility, as well as a CSR expert. The supporting theories in this research include: Symbolic Interaction Theory, Conflict Management Theory, and reputation concept.*

*There are several obstacles and supporting factors in maintaining CSR internally and externally. In maintaining CSR of corporations and the government, there are three methods of management, namely by a designated division from within the organization, coordination with the government sector, as well as cooperation with the government and other organizations. In maintaining conflict, corporations and the government communicate both formally and informally.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Reputation Conflict, Reputation Conflict Management

### Abstrak

*Artikel ini berjudul Strategi antara perusahaan, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan pemerintah dalam pengelolaan konflik program Corporate Social Responsibility (CSR), bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan; Hambatan dan dukungan, perbedaan kepentingan, serta pengelolaan konflik reputasi antara perusahaan, BUMN, dan pemerintah dalam program CSR.*

*Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Menggunakan wawancara, penelaahan pustaka, penelaahan dokumen, dan berbagai data yang berhubungan dengan penelitian. Subjek penelitian ini sembilan orang sebagai perwakilan perusahaan, BUMN, dan pemerintahan. Teori pendukung dalam penelitian ini diantaranya; Teori interaksi simbolik, teori konflik dan manajemen konflik, dan konsep manajemen reputasi.*

*Terdapat beberapa faktor hambatan dan pendukung dalam pengelolaan CSR secara internal dan eksternal. Dalam pengelolaan CSR perusahaan dan pemerintah, terdapat tiga bentuk pengelolaan, yaitu dikelola oleh divisi khusus tersendiri, koordinasi dengan pihak pemerintah, dan kerjasama dengan pihak pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya. Dalam pengelolaan konflik, perusahaan dan pemerintah melakukan komunikasi secara formal dan komunikasi secara informal.*

**Kata kunci:** Corporate Social Responsibility, Konflik reputasi, pengelolaan konflik reputasi

---

<sup>1</sup> Nurrahmawati, dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung, lahir di Garut tanggal 12 September. Menyelesaikan studi S1, S2, dan S3 di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Pernah menjadi Kepala Bagian Humas Unisba dan menjadi Pembantu Dekan II Fikom Unisba. Saat ini mengajar mata kuliah di S1 dan S2 diantaranya; Periklanan, Publisitas dan Kampanye PR, Audit PR, Komunikasi bisnis & Negosiasi, Manajemen Reputasi, dan Psikologi Komunikasi