

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. LEN INDUSTRI (PERSERO) MELALUI BANTUAN PENDIDIKAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DI KALANGAN PENERIMA BANTUAN

Oleh : Savira Audia

NIM. 41815033

Di bawah bimbingan:

Tine A. Wulandari, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri (Persero) melalui Bantuan Pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan. Untuk menjawab masalah tersebut peneliti menganalisa tujuan, biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, peronil yang ditetapkan terhadap persepsi, kognisi, motivasi dan sikap penerima bantuan.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Populasi pada penelitian ini merupakan 69 orang penerima bantuan pendidikan PT. Len Industri (Persero) Tahun 2018. Dengan teknik sampling Total Sampling, maka peneliti mengambil keseluruhan populasi.

Hasil penelitian menunjukkan besar kolerasi antara tujuan dengan citra adalah mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi biaya yang dianggarkan dengan citra mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi waktu yang ditetapkan dengan citra mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi personil yang ditentukan dengan citra sebesar mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi Efektivitas dengan persepsi mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi efektivitas dengan kognisi sebesar mempunyai kolerasi tinggi. Besar kolerasi efektivitas dengan motivasi sebesar mempunyai kolerasi cukup. Besar kolerasi efektivitas dengan sikap sebesar mempunyai kolerasi tinggi

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara efektivitas *corporate social responsibility* PT. Len Industri (Persero) melalui bantuan pendidikan terhadap citra perusahaan di kalangan penerima bantuan dengan kolerasi 0,739 mempunyai hubungan yang kuat, signifikan dan searah. Saran yang diberikan kepada PT. Len Industri (Persero) untuk lebih aktif lagi melakukan pendekatan ke masyarakat baik dengan *corporate social responsibility* atau dengan kegiatan lain seperti *study tour* ke perusahaan.

Keyword: citra, *corporate social responsibility*, bantuan pendidikan, penerima bantuan.

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF PT. LEN INDUSTRI (PERSERO) THROUGH EDUCATIONAL ASSISTANCE TO CORPORATE IMAGE AMONG ITS RECIPIENTS

Oleh :
Savira audia
NIM. 41815033

Skripsi ini di bawah bimbingan :
Tine A. Wulandari, M.I.Kom

This research purposes to know how far the effectiveness of the corporate social responsibility of pt. len industri (persero) through educational assistance to corporate image among its recipients. To answer these problems, the researcher analyzed the plan, cost budget, time, personnel number to perception, cognition, motivation and attitude of the corporate social responsibility of PT. len industri (persero) through educational assistance to corporate image among its recipients.

The approach used in this research was quantitative with the survey method. The data collection techniques used are questioner, interviews, literature studies, and documentation. The population in this study was 69 recipients of the education assistance of PT. Len Industri (Persero) in 2018. With the sampling technique of Total Sampling, researchers took the entire population

Research result it showed that correlation between Image and plan was about 0,611. Correlation between image and cost budget is about 0,564. Correlation between Image and Time is about 0,614. Correlation between image and personnel number is about 0,675. Correlation between effectiveness and perception was about 0,694. Correlation between effectiveness and cognition is about 0,628. Correlation between effectiveness and motivation is about 0,413. Correlation effectiveness and attitude is about 0,557.

Research conclusion its showed that there are correlation between the effectiveness of the corporate social responsibility of PT. Len industri (persero) through educational assistance to corporate image among its recipients with correlation's amount is 0,737 having strong influence, directional and significant. The advice given to PT. Len Industri (Persero) to more actively approach the community either with corporate social responsibility or with other activities such as study tour to the company.

Keyword: Image, Corporate social responsibility, PT. Len Industri, education aid

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) sudah dikenal di seluruh dunia sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Di Indonesia sendiri pelaksanaan CSR sudah diatur dalam Undang-Undang. Seiring dengan berkembangnya kegiatan perusahaan dan juga perekonomian di Indonesia. Maka CSR ini merupakan suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan. Namun kegiatan CSR mulai berubah mengikuti perkembangan zaman. Dimana perusahaan melakukan CSR bukan atas dasar kewajiban juga sebagai sarana untuk menampilkan citra perusahaan di masyarakat.

Dengan perubahan ini lah perusahaan kini berlomba-lomba menarik perhatian masyarakat dengan CSRnya. Tidak banyak yang mengetahui bahwa kegiatan CSR merupakan salahsatu dari banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations (PR)*. Secara harfiah tugas PR untuk membuat citra baik perusahaan. bisa dengan cara membuat program CSRnya dengan Efektiv. Sehingga tujuan atau sasaran perusahaan menciptakan citra baik di masyarakat tercapai. Dari latar belakang diatas maka peneliti mencoba untuk meneliti lebih dalam tentang “Sejauhmana **Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri (Persero) melalui bantuan**

pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di Kalangan Penerima Bantuan.”

1.2 Identifikasi masalah

1. Sejauhmana **Tujuan, Biaya yang dianggarkan, waktu ditetapkan, personil yang ditentukan** PT. Len Industri (Persero) melalui Bantuan Pendidikan terhadap **Citra** perusahaan di kalangan penerima bantuan?
2. Sejauhmana **Efektivitas** PT. Len Industri (Persero) melalui bantuan pendidikan Terhadap **perspsi, kognisi, motivasi** dan **sikap** di kalangan penerima bantuan?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan guna menjawab serta menganalisis Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri (Persero) melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan Penerima Bantuan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Tujuan, Biaya yang dianggarkan, waktu ditetapkan, personil yang ditentukan** PT. Len Industri (Persero) melalui Bantuan Pendidikan terhadap **Citra** perusahaan di kalangan penerima bantuan.
2. Untuk mengetahui **Efektivitas** PT. Len Industri (Persero) melalui

bantuan pendidikan Terhadap **perspsi, kognisi, motivasi** dan **sikap** di kalangan penerima bantuan.

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Efektivitas

Efektivitas menurut salahsatu ahli yaitu Effendy menyatakan komunikasi yang prosesnya guna mencapai **tujuan** yang sudah direncanakan sesuai dengan **biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan,** dan **jumlah personil yang akan ditentukan** (Effendy, 2013:15).

2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau yang lebih di kenal sebagai CSR merupakan sebuah konsep pengembangan tanggungjawab sosial yang sudah mendunia (Bowen dalam Kartika 2013:5). Sedangkan *Green Paper* menyatakan bahwa CSR merupakan konsep mengenai kepedulian sebuah korporat terhadap masalah sosial dan juga lingkungan hidup serta interaksi sukarela (Kartini, 2013:3). Dalam lingkup yang lebih luas CSR biasanya menyesuaikan diri dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan tetapi juga menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan para *stakeholdernya*.

2.3 Citra

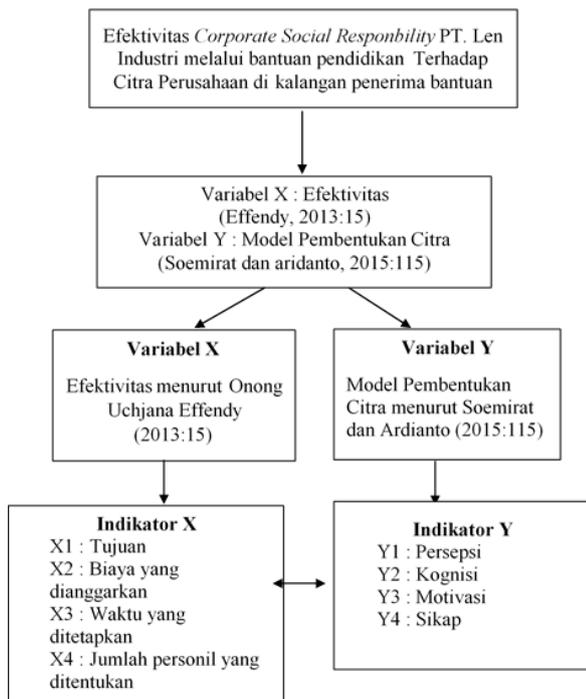
Citra secara umum merupakan gambaran bagaimana seseorang/lembaga ingin

dilihat oleh pihak lain. Namun citra juga dapat digambarkan sebagai kesan yang biasanya diperoleh melalui tahapan pengetahuan dan pengrtian seseorang tentang fakta atau kenyataan. (Soemirat, 2015:114)

Bagi sebuah lembaga citra merupakan bagian yang penting karena akan berpengaruh kepada ketertarikan publik pada lembaga tersebut. Semakin baik citra yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin baik pula pandangan masyarakat dan tingkat kepercayaan kepada perusahaan/lembaga tersebut. Namun hal sebaliknya pun dapat terjadi. Jika perusahaan tidak dapat menghasilkan citra yang baik di mata masyarakatnya. Adapun hal-hal lain yang dapat membentuk citra yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap seperti yang diutarakan oleh Soemirat dan Ardianto.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Efektivitas menurut Onong Uchjana Effendy dan Model Pembentukan Citra Soemirat dan Ardianto. Dari teori dan model di atas. Maka, peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode Survey dan teknik pengumpulan data angket.

3.2 Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan Total Sampling dengan jumlah 69 Penerima Bantuan Pendidikan PT. Len Industri (Persero) Tahun 2018.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, di PT. Len Industri (Persero) yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta 442 Bandung, Indonesia.

2. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan terhitung dari bulan Februari 2019 sampai Juli 2019.

4. Hasil Penelitian

4.1 Objek Penelitian

PT. Len Industri (Persero) merupakan perusahaan elektronik industri dan prasarana yang bergerak dalam bidang transportasi, informasi & energy. PT. Len didirikan pada Tahun 1965. Kemudian pada Tahun 1991 berubah menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan berada di bawah koordinasi Kementerian Negara BUMN.

4.2 Hasil Pembahasan

1. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan **Tujuan Corporate Social Responsibility PT. Len Industri** melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan memiliki kolerasi hubungan yang kuat dengan nilai koefisien 0,611 (**kolerasi Kuat**), $t_{hitung} (6,318) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H_0 ditolak dan H_1 diterima, signifikan, dan searah.**
2. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan **Biaya yang dianggarkan Corporate Social Responsibility PT. Len Industri** melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra

- Perusahaan dikalangan penerima bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,564 (**kolerasi Kuat**), $t_{hitung} (5,519) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**
3. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan **Waktu yang ditetapkan Corporate Social Responsibility** PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan dikalangan penerima bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,614 (**kolerasi Kuat**), $t_{hitung} (6,367) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**
 4. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan **Personil yang ditentukan Corporate Social Responsibility** PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan dikalangan penerima bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,675 (**kolerasi Kuat**), $t_{hitung} (7,488) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**
 5. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap **Persepsi** Penerima Bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,694 (**kolerasi Kuat**), $t_{hitung} (7,890) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**
 6. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Kognisi** Penerima Bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,628 (**kolerasi kuat**), $t_{hitung} (6,628) > t_{tabel} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**
 7. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Motivasi** Penerima Bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,413 (**kolerasi cukup**), t_{hitung}

$(3,721) > t_{\text{tabel}} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**

8. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melalui pengolahan data SPSS maka diketahui ada hubungan Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Sikap** Penerima Bantuan. Hubungan yang dimilikipun kuat dapat dibuktikan dengan nilai koefisien 0,557 (**kolerasi Kuat**), $t_{\text{hitung}} (5,490) > t_{\text{tabel}} (1,996)$, sehingga **H₀ ditolak dan H₁ diterima, signifikan, dan searah.**

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara **Tujuan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan.
2. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara **Biaya yang dianggarkan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan.
3. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara **Waktu yang ditetapkan** *Corporate Social*

Responsibility PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan.

4. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara **Personil yang ditentukan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan
5. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap **Persepsi** Penerima Bantuan.
6. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Kognisi** Penerima Bantuan.
7. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Motivasi** Penerima Bantuan.
8. Ada hubungan yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Sikap** Penerima Bantuan.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan untuk lebih aktif mengadakan kegiatan pengenalan perusahaan kepada masyarakat seperti *study tour* di perusahaan, *Corporate Social Responsibility* lainnya, mengadakan pameran produk ke sekolah-sekolah dll. Sehingga masyarakat lebih mengetahui tentang perusahaan.
2. Bagi perusahaan diharapkan untuk mempertahankan program-program yang memberikan dampak positif pada pembangunan Indonesia, seperti pemberian bantuan pendidikan seperti ini.
3. Bagi penerima bantuan bisa menyampaikan kebaikan yang didapatkan dari PT. Len Industri (Persero) kepada orang lain. Sehingga masyarakat mengetahui tentang PT. Len Industri (Persero).

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2008. Sosiologi Komunikasi. Depok: Prenada Media Group.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

_____.2013. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Rosdakarya.

_____.2015. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Rosdakarya.

Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility. Bandung: PT. Rafika Aditama.