ABSTRAK

"PERANAN HUMAS SUB DIVISI BINA LINGKUNGAN PT PUPUK KUJANG CIKAMPEK MELALUI PROGRAM PENANAMAN SATU MILYAR POHON TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DI KALANGAN WARGA DESA SUMUR BANDUNG"

Oleh:
M. Maulana Ghani
NIM: 41807165

Penelitian ini di Bawah Bimbingan:
Gumgum Gumilar S.Sos, M.Si

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui Sejauhmana Peranan Kerja Humas PT Pupuk Kujang Cikampek melalui program penanaman Satu Milyar Pohon terhadap citra perusahaan di kalangan warga Desa Sumur Bandung Dawuan Timur Cikampek. Sehingga untuk menjawab masalah tersebut peneliti menganalisa kegiatan, pesan, dan media yang digunakan yang ditentukan terhadap persepsi, kognisi, sikap, dan motivasi warga Desa Sumur Bandung Dawuan Timur Cikampek.

Pendekatan Penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian survei dan metode korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara, studi kepustakaan, dan internet searching. Populasi penelitian ini adalah warga Desa Sumur Bandung yang merupakan tempat terpilih berlangsungnya program penanaman satu milyar pohon, yang berjumlah 319 kepala keluarga. Dengan menggunakan *Proportional stratified random sampling*, maka diperoleh sampel penelitian berjumlah 76 orang.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat Hubungan antara **Kegiatan, Pesan** dan **Media** Humas Sub Divisi Bina Lingkungan PT. Pupuk Kujang Cikampek Melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan.

Kesimpulan Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara peranan Humas PT Pupuk Kujang Cikampek melalui program penanaman Satu Milyar Pohon terhadap citra perusahaan di kalangan warga Desa Sumur Bandung kecamatan Dawuan Timur Cikampek, mempunyai pengaruh yang sangat kuat, searah dan signifikan.

Saran yang diberikan setelah penelitian terhadap Peranan Humas Sub divisi Bina Lingkungan melalui Program Penanaman Satu Milyar Pohon Terhadap Citra Perusahaan yang telah dilakukan adalah Humas PT Pupuk Kujang Cikampek mempertahankan konsistensinya dalam menjaga hubungan baik dengan publik internal maupun publik eksternal serta meningkatkan wujud keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

ABSTRACT

"THE ROLE OF PT PUPUK KUJANG CIKAMPEK PUBLIC RELATIONS SUB DIVISON ENVIRONMENT THROUGH CULTIVATION OF BILLION PLANT PROGRAM TO CORPORATE IMAGE IN RESIDENTS OF SUMUR BANDUNG"

By :
M. Maulana Ghani
NIM: 41807165

COUNSELLOR:
Gumgum Gumilar., S.Sos, M.Si

Research purposes is to know how far correlation between the Role of PT Pupuk Kujang Cikampek Public Relations through Cultivation of Billion Plant program to corporate image in residents of Sumur Bandung East Dawuan Cikampek. To answer these problem, Researcher analyzed activity, message, media used to cognition, perception, attitude, and motivation residents of Sumur Bandung East Dawuan Cikampek.

This reseach used Quantitative Approach with Survey Method and Correlation Method. Data collected by questioner, interview, literatur study, and internet searching. About 319 householder of Sumur Bandung East Dawuan Cikampek chooses as population of this research where this program was held. Researcher used Proportional stratified random sampling, the amount of sample is 76 people.

The results showed that the role of public relations through programs cultivation of billion plant program with thw company's image among the citizens of desa sumur bandung is a Powerful, direct and significant, which means positive image acquired by PT Pupuk Kujang through cultivation of billion plant program.

Research conclusion shows that there are correlation between the role of PT Pupuk Kujang Cikampek Public Relations through Cultivation of Billion Plant program to corporate image in residents of Sumur Bandung East Dawuan Cikampek has a ***very strong influence, direction and significant.***

Advice given after research on The Role of Public Relations Sub-division of the Community Development through Cultivation of Billion Plant program Against Corporate image that has been done is PR PT Pupuk Kujang Cikampek maintain consistency in maintaining good relations with the public internal and external public and to improve the form of company's involvement in Corporate social responsibility.