

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION
DAN CITRA PT PEMBANGUNAN JAYA ANCOL TERHADAP
KEPUASAN PESERTA DIDIK SRA**

Oleh :

Nama : Petra Weninggalih Supartono

NIM : 61120124

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Marketing Communication*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2016



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION DAN CITRA PT PEMBANGUNAN JAYA ANCOL TERHADAP KEPUASAN PESERTA DIDIK SRA

Diajukan Oleh:

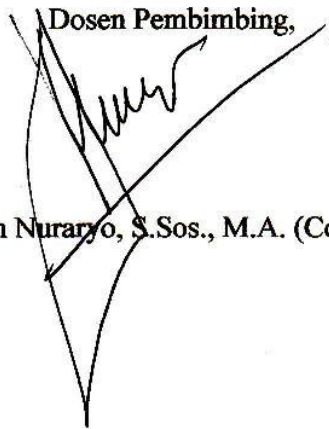
Nama : Petra Weningalih Supartono

NIM : 61120124

Jakarta, 27 September 2016

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



(Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2016

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Petra Weninggalih Supartono / 61120124 / 2016 / Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Citra PT Pembangunan Jaya Ancol terhadap Kepuasan Peserta didik SRA / Imam Nuraryo, S.Sos., M.A.(Comms)

PT Pembangunan Jaya Ancol, Tbk memiliki komitmen tinggi untuk membantu pemerintah maupun masyarakat dalam meningkatkan mutu masyarakat melalui program Sekolah Gratis yang dinamai Sekolah Rakyat Ancol. Tujuan program ini adalah untuk menciptakan generasi muda yang bermutu dan berkualitas. Sekolah Rakyat Ancol merupakan salah satu program *Corporate Sosial Responsibility* Perseroan di bidang pendidikan bekerja sama dengan Yayasan Sekolah Rakyat Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility Communication* dan Citra PT Pembangunan Jaya Ancol terhadap Kepuasan Peserta didik Sekolah Rakyat Ancol.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Teori Belajar, yang mempelajari mengenai Pandangan Psikologi Teori Belajar Behavioristik dan Perspektif Komunikasi, Citra dan Reputasi *Corporate Sosial Responsibility*.

Dalam penelitian ini peneliti memilih subjek peserta didik Sekolah Rakyat Ancol (SRA) yang subjek tersebut merupakan individu-individu yang menerima program *Corporate Sosial Responsibility* PT. Pembangunan Jaya Ancol secara langsung. Individu yang menjadi target dari kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* ini adalah anak-anak yang tidak mampu sehingga memaksakan mereka putus sekolah dan membantu orang tua mereka bekerja. Nilai *prob* hitung (*sig*) pada tabel diatas nilainya 0,209 lebih besar dari tingkat signifikansi 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh *Corporate Sosial Responsibility Communication* dan Citra PT Pembangunan Jaya Ancol terhadap Kepuasan Peserta didik Sekolah Rakyat Ancol.

Berdasarkan hasil uji statistik T menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih besar dari 0,1. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh Citra (X_2) PT Pembangunan Jaya Ancol terhadap Kepuasan (Y) Peserta didik Sekolah Rakyat Ancol. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility Communication* dan Citra PT Pembangunan Jaya Ancol terhadap Kepuasan Peserta Didik Sekolah Rakyat Ancol.

Kata kunci: *corporate social responsibility communication*, citra, kepuasan peserta didik.





ABSTRACT

Petra Weninggalih Supartono/ 61120124/2016/ *The Influence of Corporate Social Responsibility and Citra PT Pembangunan Jaya Ancol to the satisfaction of Learners SRA /*
Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A.(Comms)

PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk is committed to helping governments and communities to improve the quality of society through Free Schools program, called the People's School Ancol. The purpose of this program is to create a generation of young qualified and qualified. Ancol People's School is one of the Company's Corporate Sosial Responsibility program in education in collaboration with Yayasan Sekolah Rakyat Indonesia. The main objective of this study is to determine how much Influence of Corporate Social Responsibility Communication and Citra PT Pembangunan Jaya Ancol to the satisfaction of Learners SRA.

The theories used in this research include learning theory, which studies the views of Psychology Theory Behavioristik, Perspective Communications, Image and Reputation Corporate Sosial Responsibility and Corporate Sosial Responsibility Management of Cutlip, Center, and Broom.

In this study the researchers chose a subject learners Ancol Sekolah Rakyat (SRA), which is the subject of the individuals who received the Corporate Sosial Responsibility program PT. Pembangunan Jaya Ancol directly. Individuals who become targets of Corporate Sosial Responsibility activities are children who are not able to force them out of school and help their parents work. Prob value of F count (sig) in the above table worth 0.209 greater than the significance level 0:10 so it can be concluded that the linear regression model estimated a decent used to explain the influence of Corporate Sosial Responsibility Communication and Citra PT Pembangunan Jaya Ancol to the satisfaction of Learners SRA.

Based on the test results show that the T statistical significance value of 0.000, which is greater than 0.1. This means there is no influence Citra (X2) PT Pembangunan Jaya Ancol to the satisfaction (Y) Learners SRA. It can be concluded that there is no influence of Corporate Sosial Responsibility Communication and Citra PT Pembangunan Jaya Ancol to the satisfaction of Students SRA.

Keywords: *corporate social responsibility communication, image, satisfaction of learners*

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Communication* dan Citra terhadap Kepuasan peserta didik SRA” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu komunikasi.

Peneliti menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Orang tua dan adik-adik yang tidak pernah putus dalam memberikan doanya untuk kelancaran skripsi peneliti.
2. Bapak Deavvy MR.Y. Johassan, S.Sos., M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., M.A.(Comms) selaku dosen pembimbing skripsi yang telah peneliti anggap sebagai ayah peneliti di kampus, yang selalu memberi motivasi, selalu sabar, dan selalu memberikan waktu sepenuhnya dalam membimbing peneliti. Tanpa Beliau, peneliti mungkin tidak mampu menyelesaikannya dengan sangat baik.
4. Dosen-dosen yang telah banyak membantu, dari awal peneliti mulai memasuki gerbang perkuliahan sampai peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman yang selalu menyemangati peneliti, yang terdiri dari : teman-teman marketing (Pak Dede dan Ibu Mori), teman-teman ilmu komunikasi (Riki, Fiona,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Victor), teman-teman terdekat (Renardi dan Ko Ari) yang selalu memberikan semangat disaat peneliti mulai lelah.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

6. Serta semua pihak yang penulis tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun peneliti tetap berusaha memberikan dan menghasilkan yang terbaik. Kritik dan saran juga sangat peneliti apresiasi guna memajukan dan menambah ilmu bagi peneliti. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang berkepentingan.

Jakarta, September 2016

Peneliti

Petra Weninggalih Supartono

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
Bab I PENDAHULUAN	1
a. Latar Belakang	1
b. Rumusan Masalah	14
c. Identifikasi Masalah	14
d. Tujuan Masalah.....	14
e. Manfaat Masalah	15
Bab II KAJIAN PUSTAKA	
a. Landasan Teoritis	16
1. Teori Belajar.....	16
a. Pandangan Psikologi Teori Belajar Behavioristik.....	17
2. Perspektif komunikasi, Citra, Reputasi CSR	18
3. Manajemen CSR dari Cuttlipe, Centre dan Broom	20
b. Landasan Konseptual	21
(1). Public Relation	21
(2). Corporate Social Responsibility	24
(3). Citra	39
4. Kepuasan	40
c. Penelitian Terdahulu.....	43





d. Kerangka Pemikiran.....	44
e. Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
a. Objek Penelitian	48
b. Desain Penelitian.....	48
c. Variabel Penelitian	50
d. Teknik Pengumpulan Data.....	58
e. Teknik Pengambilan Sampel.....	59
f. Teknik Analisis Data	60
1. Uji Statistik Deskriptif.....	61
2. Uji Statistik Inferensial.....	61
a. Uji Validitas.....	62
b. Uji Reliabilitas.....	63
c. Uji Normalitas	64
d. Uji Hipotesis.....	64
(1). Uji Koefisien Determinasi	64
(2). Uji Statistik T.....	65
(3). Uji Statistik F.....	65
(4). Uji Regresi Berganda.....	65
BAB IV GAMBARAN DAN PEMBAHASAN	67
a. Gambaran Umum	67
b. Analisis dan Pembahasan.....	70
(1). Data Responden	70
(a). Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kelas	70
(2). Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
(a). Uji Validitas	71
(1). Uji Validitas Variabel CSR <i>Communication</i>	72
(2). Uji Validitas Variabel Citra	74
(3). Uji Validitas Variabel Kepuasan	75

© Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBKKG.



(b). Uji Reliabilitas	77
(3). Uji Statistik Deskriptif	78
(a). Variabel CSR <i>Communication</i>	79
(b). Variabel Kepuasan Peserta didik	84
(c). Variabel Citra	91
Hasil Penelitian	96
1. Pengujian Asumsi Klasik	96
a. Multikolinieritas.....	96
b. Autokolerasi	97
c. Heterokedasitas	98
d. Normalitas	99
2. Uji Kelayalakan Model.....	100
a. Uji Keterandalan Model (Uji F).....	100
b. Uji Koefisien Regresi (Uji T)	101
c. Koefisien Determinasi	102
3. Intepretasi Hasil Penelitian	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
a) Kesimpulan.....	107
b. Saran.....	109
1. Saran Akademis.....	109
2. Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Variabel CSR <i>Communication</i>	50
Tabel 3.2 Variabel Citra.....	53
Tabel 3.3 Variabel Kepuasan	55
Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Kelas	71
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas CSR <i>Communication</i>	72
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan	76
Tabel 4.6 Tabel Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap CSR <i>Communication</i>	79
Tabel 4.8 Rekapitulasi Rata-Rata Skor Dimensi CSR <i>Communication</i>	83
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Kepuasan	84
Tabel 4.10 Rekapitulasi Rata-rata Skor Dimensi Kepuasan	90
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Citra	91
Tabel 4.12 Rekapitulasi Rata-rata Skor Dimensi Citra	95
Tabel 4.13 Tabel <i>Coefisients</i>	97
Tabel 4.14 Durbin Watson	97
Tabel 4.15 Tabel <i>Coefficients</i>	102
Tabel 4.16 R-Square	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori Belajar	16
Gambar 2.2 Gambar Psikologi Teori Belajar Behavioristik	17

Gambar 2.3 Gambar Perspektif Komunikasi	19
Gambar 2.4 Gambar Manajemen CSR <i>Communication</i>	20
Gambar 2.5 Hubungan Antar Teori	44
Gambar 4.1 Gambar Rentang Nilai.....	84
Gambar 4.2 Gambar Rentang Nilai.....	90
Gambar 4.3 Gambar Rentang Nilai.....	95
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan dan Penolakan HO	96
Gambar 4.5 Gambar Scatterplot	98
Gambar 4.6 Gambar Normal P-Plot	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.