



## PENGARUH KOMUNIKASI CSR PROGRAM TAMAN KEHATI DAN MANGOES CENTER TERHADAP CITRA POSITIF PT KPI RU VI BALONGAN

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Komunikasi

Nama : Jennifer Hesky Melania  
NIM : 2010411054



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN  
NASIONAL VETERAN JAKARTA

# LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Jennifer Hesky Melania

NIM : 2010411054

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Jennifer Hesky Melania)

## PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jennifer Hesky Melania  
NIM : 2010411054  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**(PENGARUH KOMUNIKASI CSR PROGRAM TAMAN KEHATI DAN MANGOES CENTER TERHADAP CITRA POSITIF PT KPI RU VI BALONGAN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di Depok,

Pada tanggal 14 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Jennifer Hesky Melania

# LEMBAR PENGESAHAN

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Jennifer Hesky Melania  
NIM : 2010411054  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : PENGARUH KOMUNIKASI CSR PROGRAM TAMAN KEHATI DAN MANGOES CENTER TERHADAP CITRA POSITIF PT KPI RU VI BALONGAN

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



( Rizkiya Ayu Maulida, S.IP.,MA )

Penguji 1



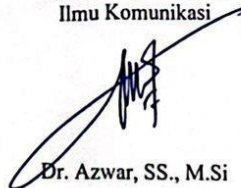
( Dr. Dra. Hj. Rini Riyantini, M.Si. )

Penguji 2



( Uljanatunnisa, M.A. )

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 20 Juni 2024

**PENGARUH KOMUNIKASI CSR PROGRAM TAMAN KEHATI DAN  
MANGOES CENTER TERHADAP CITRA POSITIF PT KPI RU VI  
BALONGAN**

**JENNIFER HESKY MELANIA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh komunikasi program Corporate Social Responsibility (CSR) Mangoes Center terhadap citra positif PT KPI RU VI Balongan, dengan menggunakan pendekatan teori Public Relation. Dalam rangka menumbuhkan interaksi yang menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat, pendekatan ini menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif. Dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, survei adalah metode penelitian yang digunakan. Responden adalah penduduk lokal di wilayah operasional PT KPI RU VI Balongan yang mengetahui inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan. Teknik statistik regresi digunakan dalam analisis data, dan hasilnya menunjukkan bahwa citra positif perusahaan (Y1) secara signifikan dipengaruhi oleh komunikasi program CSR Mangoes Center (X1). Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini adalah bahwa X1 (Komunikasi CSR) berpengaruh secara positif terhadap Y1 (Citra Positif). Kesimpulan ini menekankan pentingnya peran komunikasi dalam memperkuat citra positif perusahaan melalui program-program CSR. Sebagai hasil dari penelitian ini, disarankan agar perusahaan mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk memperbaiki dan meningkatkan komunikasi mereka terkait program CSR, khususnya program Mangoes Center, sebagai bagian dari strategi untuk memperkuat citra positif mereka di mata masyarakat.

**Kata Kunci: Komunikasi CSR, Mangoes Center, Citra Positif, PT KPI RU VI Balongan, Teori Public Relation.**

**THE INFLUENCE OF CSR COMMUNICATION OF THE PARK KEHATI AND  
MANGOES CENTER PROGRAM ON THE POSITIVE IMAGE OF PT KPI RU VI  
BALONGAN**

**JENNIFER HESKY MELANIA**

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of Mangoes Center Corporate Social Responsibility (CSR) program communication on the positive image of PT KPI RU VI Balongan, using the Public Relations theory approach. In order to foster beneficial interactions between companies and society, this approach highlights the importance of effective communication. Using a questionnaire to collect data, a survey was the research method used. Respondents were local residents in the operational area of PT KPI RU VI Balongan who were aware of the company's social responsibility initiatives. Regression statistical techniques were used in data analysis, and the results showed that the company's positive image (Y1) was significantly influenced by the Mangoes Center CSR program communication (X1). Thus, the conclusion of this study is that X1 (CSR Communication) positively affects Y1 (Positive Image). This conclusion emphasizes the important role of communication in strengthening the positive image of the company through CSR programs. As a result of this study, it is recommended that companies allocate sufficient resources to improve and enhance their communication related to CSR programs, especially the Mangoes Center program, as part of the strategy to strengthen their positive image in the eyes of the community.*

***Keywords: CSR communication, Mangoes Center program, positive image, PT KPI RU VI Balongan, Public Relations theory.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, kekuatan, dan dukungan yang diberikan-Nya sehingga pembuat karya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi CSR Program Taman Kehati Dan Mangoes Center Terhadap Citra Positif PT Kpi Ru Vi Balongan” ini merupakan salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selama proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
2. Ibu Rizkiya Ayu Maulida, S.IP.,MA. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.
3. Bapak Edward James Sinaga, S.Si.dan Ibu Evida Veronika, S.Si., M.KM.yang menjadi alasan utama peneliti semangat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar pertama peneliti.
4. Adik, Javier Binsar Maldion dan Jovina Reina Meilita yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa hingga saat ini.
5. Mas Bram, Bang Edu, dan seluruh karyawan Corsec PT Kilang Pertamina Internasional yang memberikan izin dan kesempatan untuk menjadikan PT KPI sebagai objek penelitian proposal skripsi ini.
6. Syifaa Kencana Iwanusa dan Madeline Sitio sebagai sahabat yang selalu hadir dalam keadaan apapun, mendengarkan keluh kesah tanpa kenal lelah, juga selalu berusaha menghibur di saat titik terberat peneliti.
7. Gladys Octoberta, Nasha Aisyah, Rahel Tesalonika, Diva Daniswara, Tania Kenza, Ludfida Wyne, dan Kartika Yuni sebagai teman- teman semasa

perkuliahan yang senantiasa memberikan bantuan, menghadirkan keceriaan, dan membawa kenangan indah bagi peneliti.

8. Ester Dameria dan Regina Jihan Prameswari sebagai teman-teman dari masa SMP, yang secara konsisten memberikan dukungan dan kebersamai peneliti hingga menyelesaikan skripsi ini.
9. Salma Nur Aisyah, Nada Rusmanda, Santika Simatupang, Joyada Gultom, Andreaa Totti, Hiras Aritonang, Ruth Maria, Berliana Malau sebagai kawan dari masa SMA yang selalu memberikan semangat dan mendampingi peneliti selama proses penulisan skripsi ini.
10. Serta teman-teman seangkatan dari Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2020 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah berjuang bersama dan saling membantu selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

Jakarta, 30 Mei 2024



Jennifer Hesky Melania



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian:.....	10
1.3.1 Tujuan Praktis .....	10
1.3.2 Tujuan Teoritis .....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Praktis.....	10
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
2.1. <i>State of Art</i> .....	13
2.2. Konsep dan Teori Penelitian .....	17
2.2.1. Komunikasi Corporate Social Responsibility .....	17

2.2.2. Definisi dan Dimensi <i>Public Relation</i> .....	20
2.2.3. <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai bagian dari <i>Public Relation</i> .....	21
2.2.4. Pengertian dan Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	23
2.2.5. Tahapan dan Manfaat Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	24
2.2.6. Teori Komunikasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	26
2.2.7. Konsep Citra Positif Perusahaan .....	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	37
2.4. Hipotesis.....	40
<b>BAB III</b> .....	41
3.1. Objek Penelitian .....	41
3.2. Populasi .....	41
3.3. Sampel.....	42
3.4. Lokasi Penelitian .....	43
3.5. Jenis Penelitian .....	44
3.6. Variabel Penelitian .....	44
3.7. Definisi Operasional.....	45
3.8. Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.9. Kuesioner .....	50
3.10. Skala Pengukuran .....	51
3.11. Sumber Data .....	52
3.11.1. Data Primer .....	52
3.11.2. Data Sekunder .....	52
3.12. Teknik Analisis Data .....	52
3.13. Uji Validitas .....	53
3.14 Uji Reliabilitas.....	54
3.15. Metode Pengujian Hipotesis.....	56

BAB IV .....	58
4.1. Hasil Penelitian.....	58
4.1.1. Karakteristik Responden .....	58
4.1.2. Deskripsi Hasil Pernyataan Komunikasi CSR (X) .....	61
4.1.3 Deskripsi Hasil Pernyataan Citra Positif Perusahaan (Variabel Y) .....	71
4.2. Hasil Analisis Data.....	79
4.2.1. Uji Korelasi .....	79
4.2.2 Uji Koefisien Determinasi .....	80
4.2.3 Analisis Hasil Uji Hipotesis atau Uji T .....	82
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB V.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	89
5.2.1. Saran Praktis.....	90
5.2.2. Saran Akademis.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. State Of Art .....	13
Tabel 2. Definisi Operasional .....	45
Tabel 3. Skala Likert .....	51
Tabel 4. Uji Validitas Variabel X.....	53
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y.....	54

Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha .....	55
Tabel 7. Rencana Waktu .....	57
Tabel 8. Jenis Kelamin .....	58
Tabel 9. Usia Responden.....	59
Tabel 10. Kelompok Responden .....	60
Tabel 11. Pernyataan 1, Perusahaan KPI dapat .....	61
Tabel 12. Pernyataan 2, Perusahaan KPI mampu menginformasikan Program CSR secara objektif kepada Stakeholder.....	62
Tabel 13. Pernyataan 3, Perusahaan KPI mampu berkomunikasi secara efektif dua arah dengan para Stakeholder.....	63
Tabel 14. Pernyataan 4, Perusahaan KPI telah .....	64
Tabel 15. Pernyataan 5, Perusahaan KPI mampu mengelola input yang di berikan stakeholder .....	65
Tabel 16. Pernyataan 6, Perusahaan KPI dianggap telah kompeten dalam memberikan respon permasalahan dan isu pada stakeholder .....	66
Tabel 17. Pernyataan 7, Strategi respon yang selama ini dijalankan oleh Perusahaan KPI dinilai sudah tepat dan mudah dipahami oleh stakeholder .....	67
Tabel 18. Pernyataan 8, Perusahaan KPI merupakan perusahaan dengan kualitas produk yang baik.....	71
Tabel 19. Pernyataan 9, Perusahaan KPI merupakan Lembaga atau perusahaan yang sukses .....	72
Tabel 20. Pernyataan 10, Perusahaan KPI dinilai baik oleh masyarakat dalam menyelenggarakan kegiatan komunikasi .....	73
Tabel 21. Pernyataan 11, Perusahaan KPI merupakan perusahaan terdepan dibidang minyak dan gas .....	74
Tabel 22. Pernyataan 12, Perusahaan KPI bertujuan untuk mencapai program kegiatan yang unggul.....	75
Tabel 23. Pernyataan 13, Perusahaan KPI berusaha menjadi penyelenggarakegiatan yang baik .....	75
Tabel 24. Pernyataan 14, Perusahaan KPI dinilai baik oleh masyarakat dalam menyelenggarakan Program CSR .....	76
Tabel 25. Pernyataan 15, Perusahaan KPI selalu konstant memberikan inovasi dalam penyelenggaraan program dengan stakeholder .....	77

Tabel 26. Pernyataan 16, PT KPI memiliki kompetensi dalam penyelenggaraan Program CSR .....	78
Tabel 27. Hasil Analisis Korelasi .....	80
Tabel 28. Uji Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 29. Uji T .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Konseptual Teori Triple Bottom Line .....	29
Gambar 2. Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	55
Gambar 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	55