



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**PENGARUH VIDEO CSR FIFGROUP TERHADAP PENGETAHUAN
DAN SIKAP (Studi Eksperimen pada Warga Perumahan *Spring Garden
Residence Pondok Melati, Bekasi*)**

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

Nama : Gracia Natali Sibuea

NIM : 2110411282



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Gracia Natali Sibuea

NIM : 2110411282

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 12 Juni 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top, the word 'METRAI' in the center, and 'TEMPER' below it. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code 'EFAMX377480870' is printed.

(Gracia Natali Sibuea)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Gracia Natali Sibuea
NIM : 2110411282
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 VIDEO CSR FIFGROUP TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP (STUDI EKSPERIMEN PADA WARGA PERUMAHAN *SPRING GARDEN RESIDENCE* PONDOK MELATI, BEKASI)

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 : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Gracia Natali Sibuea)

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Gracia Natali Sibuea

NIM : 2110411282

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH VIDEO CSR FIFGROUP TERHADAP
PENGETAHUAN DAN SIKAP (Studi Eksperimen Pada Warga Perumahan
Spring Garden Residence Pondok Melati, Bekasi)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Gracia Natali Sibuea)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Gracia Natali Sibuca
NIM : 2110411282
PROGRAM STUDI : S1 - Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Video CSR FIFGROUP Terhadap Pengetahuan dan Sikap (Studi Eksperimen Pada Warga Perumahan *Spring Garden Residence* Pondok Melati, Bekasi)

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

(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Penguji 1

(Vina Mahdalena, S.I.Kom, M.Si.)

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 2 Juli 2025

**PENGARUH VIDEO CSR FIFGROUP TERHADAP PENGETAHUAN
DAN SIKAP (STUDI EKSPERIMEN PADA WARGA PERUMAHAN
SPRING GARDEN RESIDENCE PONDOK MELATI, BEKASI)**

GRACIA NATALI SIBUEA

ABSTRAK

Perkembangan kegiatan CSR semakin pesat karena mendapat banyak perhatian dari berbagai pihak. Oleh karena itu, komunikasi CSR menjadi tantangan perusahaan agar tidak menghadirkan respon negatif. Respon negatif seperti skeptisme dapat muncul akibat adanya paradoks antara sifat perusahaan dan sifat CSR serta pemberitaan negatif tentang perusahaan. Hal ini kemudian dapat menghadirkan disonansi kognitif pada individu. Penelitian ini mengkaji pengaruh video CSR FIFGROUP terhadap pengetahuan dan sikap dengan menggunakan teori disonansi kognitif. Responden pada penelitian ini berjumlah 16 responden yang merupakan warga perumahan *Spring Garden Residence*, RT 09/03. Penelitian kuasi eksperimen dan data yang dibandingkan berasal dari responden yang sama. Berdasarkan Uji *Paired Sample t-Test*, menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan awal dan pengetahuan akhir memiliki perbedaan dengan nilai signifikansi *2-tailed* < 0.05 ($< 0.001 < 0.05$) sedangkan sikap awal dan sikap akhir tidak memiliki perbedaan dengan nilai signifikansi *2-tailed* > 0.05 ($0.14 > 0.05$) setelah diberikan perlakuan. Hasil penelitian ini mendukung H1 bahwa terdapat perbedaan antara pengetahuan awal dan pengetahuan akhir tentang perusahaan diberikan perlakuan. Namun, H2 ditolak sehingga tidak terlihat perbedaan signifikan antara sikap awal dan sikap akhir responden setelah diberikan perlakuan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa disonansi kognitif pada responden berkurang dengan adanya pengetahuan baru namun, disonansi kognitif tidak berkurang dengan tidak adanya perbedaan sikap responden setelah diberikan perlakuan berupa menonton video CSR FIFGROUP.

Kata Kunci: Pengetahuan, Sikap, CSR, Disonansi Kognitif, Perbedaan

***THE INFLUENCE OF CSR FIFGROUP VIDEO ON KNOWLEDGE AND
ATTITUDES (EXPERIMENTAL STUDY ON RESIDENTS OF SPRING
GARDEN RESIDENCES PONDOK MELATI, BEKASI)***

GRACIA NATALI SIBUEA

ABSTRACT

The development of CSR activities is increasing rapidly because it has received a lot of attention from various parties. Therefore, CSR communication is a challenge for companies to avoid negative responses. Negative responses such as skepticism can arise due to the paradox between the nature of the company and the nature of CSR and negative news about the company. This can then present cognitive dissonance in individuals. This study examines the effect of FIFGROUP CSR video on knowledge and attitude using cognitive dissonance theory. Respondents in this study amounted to 16 respondents who were residents of Spring Garden Residence, RT 09/03. Quasi-experimental research and the data compared came from the same respondents. Based on the Paired Sample t-Test Test, it shows that the level of initial knowledge and final knowledge has a difference with a 2-tailed significance value < 0.05 ($< 0.001 < 0.05$) while the initial attitude and final attitude have no difference with a 2-tailed significance value > 0.05 ($0.14 > 0.05$) after being given treatment. The results of this study support H1 that there is a difference between initial knowledge and final knowledge about the company given treatment. However, H2 was rejected so that there was no significant difference between the initial attitude and the final attitude of the respondents after being given the treatment. Therefore, it can be concluded that cognitive dissonance in respondents is reduced by the existence of new knowledge, however, cognitive dissonance is reduced by the presence of new knowledge. Therefore, it can be concluded that cognitive dissonance in respondents is reduced by the existence of new knowledge, however, cognitive dissonance is not reduced by the absence of differences in respondents' attitudes after being given treatment in the form of watching FIFGROUP CSR videos.

Keywords: Knowledge, Attitude, CSR, Cognitive Dissonance, Difference

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti naikkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga peneliti telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Video CSR FIFGROUP terhadap Pengetahuan dan Sikap (Studi Eksperimen pada Warga Perumahan *Spring Garden Residence*)”**. Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa doa, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak. Pertama-tama, peneliti hendak menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, Bapak Marlon Patar Parlinggoman Sibuea dan Ibu Ruth Amita Sigalingging serta seluruh keluarga untuk doa yang tidak pernah putus, dukungan dan motivasi yang diberikan selama peneliti menyelesaikan skripsi. Kepada Ibu Uljanatunnisa, S.Sos, MA selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, saran dan kritik selama proses penulisan skripsi. Kepada Ibu Vina Mahdalena, M.Si. dan Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si. selaku dosen penguji yang memberikan saran, kritik serta arahan untuk skripsi ini agar lebih baik. FIFGROUP yang memberikan kesempatan peneliti untuk magang dan mendapatkan pengalaman serta ilmu baru. Para responden yang bersedia mengikuti penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Teruntuk semua teman dan sahabat terdekat yang memberikan motivasi dan bersedia bertukar pikiran selama peneliti menyusun skripsi. Tidak lupa juga kepada diri sendiri yang telah bertahan dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini, *it wasn't easy but it wasn't bad “Cheers to Youth!”*.

Dengan adanya pesan ini peneliti juga hendak mengucapkan permohonan maaf jika terdapat ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi. Peneliti sangat terbuka dengan adanya kritik dan saran yang membangun untuk pembelajaran peneliti di masa yang akan datang. Peneliti berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 31 Mei 2025



Gracia Natali Sibuea

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	<i>ii</i>
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	<i>iii</i>
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	<i>iv</i>
PENGESAHAN SKRIPSI.....	<i>v</i>
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	<i>vi</i>
ABSTRAK	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
KATA PENGANTAR	<i>ix</i>
DAFTAR ISI.....	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>xiii</i>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<i>xiv</i>
BAB I	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>9</i>
1.3 Batasan Masalah.....	<i>9</i>
1.4 Tujuan Penelitian	<i>9</i>
1.5 Manfaat Penelitian	<i>10</i>
1.6 Sistematika Penulisan.....	<i>10</i>
BAB II.....	<i>12</i>
2.1 Penelitian Terdahulu	<i>12</i>
2.2 Teori Penelitian	<i>18</i>
2.2.1 Teori Disonansi Kognitif.....	<i>18</i>
2.3 Konsep Penelitian.....	<i>20</i>
2.3.1 Pengetahuan	<i>20</i>
2.3.2 Sikap.....	<i>21</i>
2.3.3 Corporate Social Responsibility.....	<i>22</i>
2.3.4 Video Sebagai Media Komunikasi.....	<i>23</i>
2.4 Kerangka Pemikiran.....	<i>24</i>
2.5 Hipotesis.....	<i>25</i>
BAB III.....	<i>26</i>
3.1 Objek Penelitian	<i>26</i>
3.2 Jenis Penelitian.....	<i>26</i>
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	<i>27</i>
3.3.1 Variabel Tingkat Pengetahuan	<i>27</i>

3.3.2	Variabel Sikap Masyarakat	29
3.4	Populasi dan Sampel	32
3.4.1	Populasi	32
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Sumber Data.....	33
3.7	Metode Pengujian Instrumen	34
3.7.1	Uji Validitas	34
3.7.2	Uji Reliabilitas	37
3.8	Pengujian Data (Uji Prasyarat).....	39
3.8.1	Uji Normalitas	39
3.9	Teknik Analisis Data.....	39
3.10	Pengujian Hipotesis.....	40
3.11	Tabel Rencana Waktu	41
BAB IV		42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Umum Sampel Penelitian	42
4.1.2	Deskripsi Hasil Pernyataan Pengaruh Pengetahuan.....	44
4.1.3	Deskripsi Hasil Pernyataan Analisis Sikap	58
4.2	Hasil Analisis Data.....	67
4.2.1	Pengujian Prasyarat Analisis.....	67
4.2.2	Uji T Sampel Berpasangan.....	67
4.3	Pembahasan.....	70
BAB V		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Saran Akademis	74
5.2.2	Saran Praktis.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemberitaan Negatif Perusahaan FIFGROUP 1	2
Gambar 2. Pemberitaan Negatif Perusahaan FIFGROUP 2	3
Gambar 3. Komentar Negatif Terhadap Perusahaan 1.....	5
Gambar 4. Komentar Negatif Terhadap Perusahaan 2.....	5
Gambar 5. Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2023	6
Gambar 6. Kerangka Berpikir Penelitian	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Variabel Tingkat Pengetahuan	30
Tabel 3. Variabel Perubahan Sikap Masyarakat	31
Tabel 4. Pengukuran Skor Dengan Skala Likert.....	34
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X	36
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 7. Interpretasi Nilai Alpha Cronbach's	38
Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel X.....	38
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	39
Tabel 10. Rencana Waktu Penelitian	41
Tabel 11. Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 12. Usia Responden.....	43
Tabel 13. Pekerjaan Responden	43
Tabel 14. Pernyataan 1	45
Tabel 15. Pernyataan 2	46
Tabel 16. Pernyataan 3	47
Tabel 17. Pernyataan 4	48
Tabel 18. Pernyataan 5	49
Tabel 19. Pernyataan 6	50
Tabel 20. Pernyataan 7	51
Tabel 21. Pernyataan 8	52
Tabel 22. Pernyataan 9	53
Tabel 23. Pernyataan 10	54
Tabel 24. Pernyataan 11	55
Tabel 25. Pernyataan 12	56
Tabel 26. Pernyataan 13	57
Tabel 27. Pernyataan 14	58
Tabel 28. Pernyataan 15	59
Tabel 29. Pernyataan 16	60
Tabel 30. Pernyataan 17	62
Tabel 31. Pernyataan 18	63
Tabel 32. Pernyataan 19	64
Tabel 33. Pernyataan 20	65
Tabel 34. Pernyataan 21	66
Tabel 35. Uji Normalitas Data	67
Tabel 36. Paired Samples Statistic Pengetahuan.....	67
Tabel 37. Paired Samples Statistic Sikap	68
Tabel 38. Paired Samples Test Pengetahuan.....	69
Tabel 39. Paired Samples Test Sikap	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrak Penulisan Skripsi dan Kartu Bimbingan.....	79
Lampiran 2 Kuesioner Pre Test.....	80
Lampiran 3 Kuesioner Post Test.....	85
Lampiran 4 Tabulasi Skor Pre Test Variabel Pengetahuan	88
Lampiran 5 Tabulasi Skor Post Test Variabel Pengetahuan.....	89
Lampiran 6 Tabulasi Skor Pre Test Variabel Sikap.....	90
Lampiran 7 Tabulasi Skor Post Test Variabel Sikap	91
Lampiran 8 Uji Validitas Data	92
Lampiran 9 Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 10 Hasil Analisi Uji-uji.....	95
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian.....	96
Lampiran 12 Hasil Turnitin.....	97
Lampiran 13 Riwayat Hidup	98