

**HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TOYOTA ECO GALLERY DENGAN CITRA PERUSAHAAN  
TOYOTA INDONESIA PADA SISWA SMA NEGERI 9 SURABAYA  
DAN SMA NEGERI 5 SURABAYA**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :  
Febie Ajeng Saraswati  
NRP. 1423015196

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2019**

## **SKRIPSI**

# **HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TOYOTA ECO GALLERY DENGAN CITRA PERUSAHAAN TOYOTA INDONESIA PADA SISWA SMA NEGERI 9 SURABAYA DAN SMA NEGERI 5 SURABAYA**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh :

Febie Ajeng Saraswati

NRP. 1423015196

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

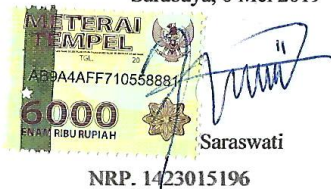
Nama : Febie Ajeng Saraswati

NRP : 1423015196

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

*Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) Toyota Eco Gallery Dengan Citra Perusahaan Toyota Indonesia Pada Siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan SMA Negeri 5 Surabaya* adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 6 Mei 2019



NRP. 1423015196

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TOYOTA ECO GALLERY DENGAN CITRA PERUSAHAAN  
TOYOTA INDONESIA PADA SISWA SMA NEGERI 9 SURABAYA  
DAN SMA NEGERI 5 SURABAYA**

Oleh :

Febie Ajeng Saraswati

NRP. 1423015196

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom. (.....)

NIK. 142.09.0634

Pembimbing II : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom (.....)

NIK. 142.15.0849

Surabaya, 8 April 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: 29 April 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom. (.....) NIK. 142.10.0651
2. Sekretaris : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.09.0634
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si. (.....) NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Brigitta Revia S.F.,S.I.Kom., M.Med.Kom (.....) NIK. 142.15.0849

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Febie Ajeng Saraswati

NRP : 1423015196

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul :

**Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Toyota Eco Gallery Dengan Citra Perusahaan Toyota Indonesia Pada Siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan SMA Negeri 5 Surabaya**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademiksebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 April 2019

A 6000 Rupiah postage stamp featuring the Garuda Pancasila emblem and a floral design. The stamp includes the text 'METERAI TEMPEL', the serial number 'E08E5AFF710569884', and the value '6000 ENAM RIBURUPIAH'. A handwritten signature is written across the stamp.

Febie Ajeng Saraswati

## **KATA PERSEMBAHAN**

Puji syukur setinggi tingginya kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Segala proses pengerjaan ini dilakukan dengan semangat dan usaha maksimal yang dapat dilakukan penulis. terselesaikannya proposal ini bukanlah akhir dari segala perjuangan dalam menjalani kuliah. Bagi penulis, untuk menuju keberhasilan tidaklah mudah namun harus tetap dijalani dengan kesungguhan dan semangat agar tercapainya tujuan yang diinginkan.

Surabaya, 28 November 2018

## KATA PENGANTAR

Puji syukur setinggi tingginya kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan proposal seminar. Pengerjaan skripsi ini sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Study Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada proses hingga terselesaikannya skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan oleh banyak pihak yang telah bersedia memberikan dukungan dan motivasi. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Kedua orangtua Bapak & Ibu, serta budhe Diah. Terimakasih telah menjadi orang yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan proses perkuliahan penulis, serta tidak lupa selalu mendoakan, memberi dukungan semangat dan memberikan saran yang terbaik dalam pengerjaan proposal seminar.
2. Kepada dosen pembimbing satu, ibu Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom. Terimakasih atas perhatian, serta pengarahan dan saran yang diberikan kepada penulis untuk membenahi proposal seminar agar lebih baik lagi.
3. Kepada dosen pembimbing dua, ibu Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom Terimakasih selalu menuntun dan memberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Seluruh *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.



5. Kepada Novy Ilmah, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah dan menemani penulis dalam pencarian data. Dan anggota *marbels* (Ancalaika, Deta Frischa, Elvira Siska, Yuniasih dan Shelia Sili) yang menghibur dan mendoakan yang terbaik dalam keberlangsungan proposal seminar ini.
6. Kepada Maria Enggar, terimakasih telah memberikan semangat untuk penulis, dan membantu dalam keadaan yang genting.
7. Kepada Indrawan dan Arinta, terimakasih telah membantu penulis dalam memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan proposal seminar.
8. Kepada Dyna Rachmawati, terimakasih karena telah membantu penulis saat berkelana mencari data.
9. Kepada Ellen Tesalonika, Theofilus, Michelle Bella, Ratriwidya dan Bono, anggota penggapai S.I.Kom, terimakasih selalu membantu penulis ketika kesulitan lalu mau bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal seminar, dan saling menguatkan antara satu dengan yang lainnya.
10. Kepada saudara kandung dirumah (Novi dan Nanda), terimakasih atas segala doa dan harapan yang di panjatkan untuk penulis.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	9
I.3. Tujuan Penelitian .....	10
I.4. Batasan Masalah.....	10
I.5. Manfaat Penelitian .....	10
I.5.1. Manfaat Akademis .....	10
I.5.2. Manfaat Praktisi .....	11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1. Kerangka Teori.....	12
II.1.1. Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan Citra Perusahaan .....	12
II.1.2. <i>Public Relations</i> .....	13
II.1.3. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
II.1.4. Teori Citra Perusahaan .....	21
II.2. Nisbah Antar Konsep .....	26
II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	28
II.4. Hipotesis Penelitian .....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	30
III.2. Metode Penelitian.....	30
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian .....	31
III.4. Definisi Konseptual .....	32
III.4.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	32
III.4.2. Citra Perusahaan .....	32
III.5. Definisi Operasional .....	33
III.5.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	33
III.5.2. Citra Perusahaan .....	35
III.6. Populasi dan Sampel.....	37
III.7. Teknik Penarikan Sampel .....	38

III.8. Teknik Pengumpulan Data .....	38
III.8.1. Data Primer .....	38
III.8.2. Data Sekunder .....	39
III.8.3. Pengumpulan Data .....	39
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	41
III.9.1. Teknik Validitas.....	41
III.9.2. Teknik Reliabilitas .....	42
III.10. Teknik Analisis Data .....	43
III.10.1. Skala Interval .....	45
III.10.2. Analisis Korelasi .....	47
III.10.3. Regresi Linear Sederhana .....	48
III.10.4. Uji Signifikansi Hipotesis .....	49
<b>BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>	<b>50</b>
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	50
IV.1.1. Siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan SMA Negeri 5 Surabaya .....	51
IV.1.2. Program CSR Toyota Eco Gallery .....	52
IV.1.3. Profil Toyota Indonesia .....	54
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
IV.2.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	56
IV.2.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan .....	58

IV.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	60
IV.3.1. Deskripsi Identitas Responden.....	60
IV.3.2. Interval Pengukuran Program <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	64
IV.3.3. Deskripsi Variabel X (Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Toyota Eco Gallery) .....	65
IV.3.4. Interval Pengukuran Citra Perusahaan Toyota Indonesia.....	79
IV.3.5. Deskripsi Variabel Y (Citra Perusahaan Toyota Indonesia).....	79
IV.3.6. Analisis Korelasi.....	96
IV.3.7. Regresi Linear Sederhana.....	98
IV.3.8. Uji Signifikansi Hipotesis.....	99
IV.3.9. Tabulasi Silang .....	100
IV.4. Pembahasan .....	105
BAB V. KESIMPULAN .....	108
V.1. Kesimpulan .....	108
V.2. Saran .....	109
V.2.1. Saran Akademis .....	109
V.2.2. Saran Praktis .....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN .....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Konsep <i>Triple Bottom Line</i> .....	18
Gambar IV.1. Suasana Kegiatan Kegiatan SMA Negeri 9 Surabaya .....	52
Gambar IV.2. Ruang Toyota Eco Gallery .....	53
Gambar IV.3. Logo Toyota Berbagi.....	54
Gambar IV.4. Kegiatan Sosialisasi Dengan Masyarakat .....	68
Gambar IV.5. Kegiatan Membuat Biopori.....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1.Pedoman Menentukan Tingkat Keandalan Instrumen Ukuran dari Cronbach .....	43
Tabel III.2.Kategori Skor Interval <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	46
Tabel III.3.Kategori Skor Interval Citra Perusahaan .....	46
Tabel IV.1.Hasil Pengujian Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	56
Tabel IV.2.Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	57
Tabel IV.3.Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan .....	58
Tabel IV.4.Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan .....	59
Tabel IV.5.Identity Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel IV.6.Identity Responden Berdasarkan Asal Sekolah .....	61
Tabel IV.7.Identity Responden Berdasarkan Kelas .....	62
Tabel IV.8.Identity Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel IV.9.Kategori Skor Interval <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	65
Tabel IV.10.Hasil Indikator <i>Sustainability</i> .....	66
Tabel IV.11.Hasil Indikator <i>Accountability</i> .....	70
Tabel IV.12.Hasil Indikator <i>Transparency</i> .....	75
Tabel IV.13.Hasil Kesimpulan CSR .....	77
Tabel IV.14.Kategori Skor Interval Citra Perusahaan .....	79
Tabel IV.15.Hasil Indikator <i>Primary Impression</i> .....	80
Tabel IV.16.Hasil Indikator <i>Familiarity</i> .....	83
Tabel IV.17.Hasil Indikator <i>Perception</i> .....	86
Tabel IV.18.Hasil Indikator <i>Preference</i> .....	89
Tabel IV.19.Hasil Indikator <i>Position</i> .....	92
Tabel IV.20.Hasil Kesimpulan Citra Perusahaan .....	95
Tabel IV.21.Analisis Korelasi .....	97
Tabel IV.22. <i>Coefficients</i> Regresi CSR terhadap Citra Perusahaan .....	98
Tabel IV.23.Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Citra Perusahaan ....	100
Tabel IV.24.Tabulasi Silang Usia dengan Citra Perusahaan .....	102
Tabel IV.25.Tabulasi Silang Asal Sekolah dengan Citra Perusahaan .....	103
Tabel IV.26.Tabulasi Silang Kelas dengan Citra Perusahaan .....	104

## DAFTAR BAGAN

II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	28
---------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner .....	115
Lampiran Koding Kuisisioner .....	123
Lampiran Validitas Variabel X dan Y .....	126
Lampiran Reliabilitas Variabel X dan Y .....	132
Lampiran Frekuensi Identitas Responden.....	132
Lampiran Indikator Sustainability .....	134
Lampiran Indikator <i>Accountability</i> .....	135
Lampiran Indikator <i>Transparency</i> .....	136
Lampiran Indikator <i>Primary Impression</i> .....	137
Lampiran Indikator <i>Familiarity</i> .....	138
Lampiran Indikator <i>Perception</i> .....	139
Lampiran Indikator <i>Preference</i> .....	140
Lampiran Indikator <i>Position</i> .....	142
Lampiran Tabulasi Silang.....	143
Lampiran Korelasi.....	147
Lampiran Regresi.....	147
Lampiran Daftar Nama Responden .....	148
Lampiran Nilai t tabel .....	152
Lampiran Nilai r tabel .....	156

## ABSTRAK

Febie Ajeng Saraswati NRP. 1423015196. *Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) “Toyota Eco Gallery” Dengan Citra Perusahaan Toyota Indonesia Pada Siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan SMA Negeri 5 Surabaya*

*Corporate Social Responsibility* dengan citra perusahaan memiliki keterkaitan. CSR menjadi investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang, secara berangsur akan membentuk citra positif terhadap kegiatan yang dilakukan. Bahwa dengan adanya kegiatan CSR terdapat keuntungan bagi perusahaan yaitu mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah program CSR Toyota Eco Gallery memiliki hubungan dengan citra perusahaan Toyota Indonesia pada Siswa SMA Negeri 9 Surabaya dan Siswa SMA Negeri 5 Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel X dan Y. Variabel X (CSR) menggunakan konsep *Sustainability*, *Accountability*, *Transparency* yang dikemukakan oleh Crowther David dalam Hadi. Sedangkan variabel Y (Citra Perusahaan) menggunakan indikator yang dikemukakan Vos yaitu *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference*, dan *position*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Alat bantu yang digunakan adalah kuesioner untuk mengumpulkan data dan disebarikan pada 72 responden pada SMA Negeri 9 Surabaya dan Siswa SMA Negeri 5 Surabaya. Pada penelitian ini, ditemukan hasil bahwa CSR Toyota Eco Gallery memiliki hubungan dengan Citra Perusahaan Toyota Indonesia dalam kategori hubungan yang tinggi.

Kata kunci: CSR, Toyota Eco Gallery, Citra Perusahaan, Hubungan.

## ABSTRACT

*Febie Ajeng Saraswati NRP. 1423015196. The Correlation of Corporate Social Responsibility (CSR), Toyota Eco Gallery with The Corporate Image of Toyota Indonesia to the students of 9 and 5 State Senior High Schools Surabaya.*

*Corporate Social Responsibility and Corporate Image are two linked components. CSR is a long-term corporate social investment, which will gradually form a positive image of the activities carried out. Whereas with CSR activities there are benefits for the company, namely maintaining or boosting the company's reputation and brand image. This study was conducted to determine whether the Toyota Eco Gallery CSR program has a correlation with the corporate image of Toyota Indonesia in students 9 Surabaya Senior High School and 5 Surabaya Senior High School. In this study using 2 variables X and Y. Variable X (CSR) uses the concept of Sustainability, Accountability, Transparency proposed by Crowther David in Hadi. While the variable Y (Company Image) uses the indicators put forward by Vos, namely primary impressions, familiarity, perception, preference, and position. The method used in this study is the survey method. The usage of the instrument to collect data is by questionnaires which already been distributed to 72 peoples who are currently studya in 9 Surabaya Senior High School and 5 Surabaya Senior High School. Although, this research has found that the CSR of the Toyota Eco Gallery has a correlation with the Toyota Indonesia Corporate Image in the category of high correlation.*

*Key Word: CSR, Toyota Eco Gallery, Corporate Image, Correlation.*