

SKRIPSI

**SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI
PROGRAM CSR “GRAMEDIA GO GREEN, NO
PLASTIC BAGS TODAY” DI GRAMEDIA SURABAYA**



Disusun Oleh :

Maria Esterlita

NRP. 1423012031

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

2016

**SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI PROGRAM
CSR “GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY”
DI GRAMEDIA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

Maria Esterlita

NRP. 1423012031

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

2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Maria Esterlita

NRP : 1423012031

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI PROGRAM CSR
“GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY” DI GRAMEDIA
SURABAYA**

adalah benar adanya merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 4 Maret 2016

Penulis



Maria Esterlita

NRP. 1423012031

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI


**SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI PROGRAM
CSR “GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY”
DI GRAMEDIA SURABAYA**


Oleh:

Maria Esterlita

NRP. 1423012031

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

Pembimbing I: Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651

Pembimbing II: Lusy Evylia Puspita, S.E., M.Si ()
NIK: 142.10.0661

Surabaya, 4 Maret 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
Pada: Rabu 21 Desember 2015

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

2. Sekretaris : Lusy Evylia Puspita, S.E., M.Si.

NIK. 142.10.0661

3. Anggota : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (

NIK. 142.09.0633

4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (

NIK. 142.10.0651

LEMBAR PERSETJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Maria Esterlita

NRP : 1423012031

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI PROGRAM
CSR "GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY"
DI GRAMEDIA SURABAYA**

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

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

Surabaya, 4 Maret 2016

Yang menyatakan,



Maria Esterlita

KATA PERSEMBAHAN

Hanya sebuah ucapan syukur yang dapat saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmatnya telah terselesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Terima kasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada segala pihak yang ikut serta berperan dalam pembuatan skripsi ini. Terutama untuk mama dan almarhum papa yang selalu memberikan support, semangat, motivasi dan kasih sayangnya kepada saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing, dosen penguji, dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya, dan teman-teman seperjuangan atas segala motivasi yang diberikan kepada saya.

“ If you can't stop thinking about it, Don't stop working on it. Work hard and never give up, because good things takes time.”

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi dengan judul “Sikap Konsumen Gramedia Mengenai Program CSR "Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*" di Gramedia Surabaya” ini dibuat guna melengkapi syarat kelulusan yang telah diterapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis berusaha memberikan yang terbaik dalam pengerjaannya, sehingga skripsi ini dapat berguna atau menjadi referensi bagi orang yang membacanya.

Penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada pihak-pihak yang ikut terlibat dalam pengerjaan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan rahmadNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta. Kepada mama saya Betty Indawati dan almarhum papa saya Handoko Suhari yang dengan setia mendampingi dan selalu mendoakan penulis. Tanpa support dari mereka penulis tidak akan bisa menjadi seperti sekarang ini.
3. My Beloved grandma, aunty, uncle and my beloved cousin yang selalu menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Ibu Theresia Intan dan Ibu Lusy Evylia, dimana merupakan dosen pembimbing yang selalu memberikan ilmu dan

waktunya untuk membimbing penulis dengan baik dan benar serta memberikan saran yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

5. Ibu Yuli Nugraheni dan Pak Finsensius Yuli Purnama, dimana merupakan dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran-saran yang berguna bagi perbaikan skripsi yang dibuat oleh penulis.
6. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Manndala Surabaya.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung dalam proses pembuatan skripsi.
8. Kepada seluruh staf Gramedia Ciputra World, Gramedia Supermall Pakuwon Indah, Gramedia Tunjungan Plaza dan Gramedia Expo yang telah memberikan waktunya untuk membantu peneliti dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penulis menyadari dalam skripsi yang tidak sempurna ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapakan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	xx
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	10
I.3. Tujuan Penelitian.....	11
I.4. Batasan Masalah.....	11
I.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
II.1. Kerangka Teori.....	13
II.1.1. Teori S-O-R.....	13
II.1.2. Sikap.....	15
II.1.2.1. Definisi Sikap	15
II.1.2.2. Faktor Pembentuk Sikap	16

II.1.2.3. Komponen Pembentuk Sikap.....	18
II.1.2.4. Tiga Keadaan Umum yang Mewarnai Sikap	19
II.1.3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
II.1.3.1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
II.1.3.2. Teori yang Melandasi CSR.....	22
II.1.3.3. Pilar Aktivitas CSR.....	23
II.1.3.4. Dimensi CSR	24
II.1.3.5. Manfaat CSR Bagi Perusahaan	26
II.1.3.6. <i>Triple Bottom Line</i>	29
II.1.3.7. Jenis-Jenis CSR	32
II.2. Nisbah Antar Konsep	33
II.3. Kerangka Konseptual	35
BAB III. METODE PENELITIAN	36
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
III.2. Metode	37
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
III.4. Definisi Konseptual	37
III.5. Definisi Operasional	38
III.6. Populasi dan Sampel	43
III.7. Teknik Penarikan Sampel	43

III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	47
III.9. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
III.10. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	52
IV.1.1. Sejarah Perusahaan.....	53
IV.1.2. Logo Perusahaan	54
IV.1.3. Visi Misi Perusahaan.....	55
IV.1.4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	55
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
IV.2.1. Uji Validitas	58
IV.2.2. Uji Reliabilitas	60
IV.3. Hasil Penelitian.....	60
IV.3.1 Temuan Data dan Pembahasan.....	60
IV.3.2. Deskripsi Karakteristik Responden	61
IV.3.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin	61
IV.3.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
IV.3.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pendidikan Terakhir	64

IV.3.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
IV.3.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan ...	67
IV.3.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Lama Berkunjung	69
IV.3.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembelian	71
IV.3.2.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pasangan Berkunjung	73
IV.3.2.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Media	74
IV.3.2.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Program.....	75
IV.3.3.Interval Pengukuran Sikap	76
IV.3.4. Sikap Responden.....	77
IV.3.4.1 Sikap Responden Pada Tahap Kognitif Berdasarkan Indikator <i>Profit</i>	77
IV.3.4.2 Sikap Responden Pada Tahap Kognitif Berdasarkan Indikator <i>People</i>	80
IV.3.4.3 Sikap Responden Pada Tahap Kognitif Berdasarkan Indikator <i>Planet</i>	83
IV.3.4.4 Sikap Responden Pada Tahap Afektif	

	Berdasarkan Indikator <i>Profit</i>	85
IV.3.4.5	Sikap Responden Pada Tahap Afektif	
	Berdasarkan Indikator <i>People</i>	87
IV.3.4.6	Sikap Responden Pada Tahap Afektif	
	Berdasarkan Indikator <i>Planet</i>	88
IV.3.4.7	Sikap Responden Pada Tahap Konatif	
	Berdasarkan Indikator <i>Profit</i>	90
IV.3.4.4	Sikap Responden Pada Tahap Konatif	
	Berdasarkan Indikator <i>People</i>	92
IV.3.4.4	Sikap Responden Pada Tahap Afektif	
	Berdasarkan Indikator <i>Planet</i>	94
IV. 3.4	Kategori Sikap Konsumen Gramedia Surabaya	
	Mengenai Program CSR “ <i>Go Green</i> ”	96
IV.4	Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstabs</i>)	99
IV.4.1	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Jenis Kelamin	
	dan Sikap Responden	100
IV.4.2	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Usia dan	
	Sikap Responden	101
IV.4.3	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Pendidikan Terakhir dan	
	Sikap Responden	104

IV.4.4	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Frekuensi Lama berkunjung dan Sikap Responden	106
IV.4.5	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Pasangan berkunjung dan Sikap Responden	108
IV.4.6	Analisis <i>Crosstab</i> Antara Media dan Sikap Responden	109
V.	Kesimpulan dan Saran.....	112
V.1	Kesimpulan.....	112
V.2	Saran	114
	Daftar Pustaka	115

DaftarTabel

Tabel III.1	Jumlah Populasi untuk masing-masing Gramedia	44
Tabel III.2	Proporsi sampel per Gramedia	46
Tabel III.3	Skala Likert	47
Tabel IV.1	Hasil Pengujian Validitas.....	59
Tabel IV.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	67
TabelIV.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Lama Berkunjung	69
Tabel IV.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembelian ...	71
Tabel IV.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pasangan Berkunjung.....	73
Tabel IV.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Media	74

Tabel IV.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Program	76
Tabel IV.13	Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	77
Tabel IV.14	Pernyataan tahap kognitif yang berkaitan dengan indikator <i>profit</i>	78
Tabel IV.15	Pernyataan tahap kognitif yang berkaitan dengan indikator <i>people</i>	81
Tabel IV.16	Pernyataan tahap kognitif yang berkaitan dengan indikator <i>planet</i>	83
Tabel IV.17	Pernyataan tahap afektif yang berkaitan dengan indikator <i>profit</i>	85
Tabel IV.18	Pernyataan tahap afektif yang berkaitan dengan indikator <i>people</i>	87
Tabel IV.19	Pernyataan tahap afektif yang berkaitan dengan indikator <i>planet</i>	89
Tabel IV.20	Pernyataan tahap konatif yang berkaitan dengan indikator <i>profit</i>	91
Tabel IV.21	Pernyataan tahap konatif yang berkaitan dengan indikator <i>people</i>	93

Tabel IV.22	Pernyataan tahap konatif yang berkaitan dengan indikator <i>planet</i>	95
Tabel IV.23	Nilai Rata-rata (<i>mean</i>) Komponen Sikap	96
Tabel IV.24	<i>Crosstab</i> Antara Jenis Kelamin dan Sikap Responden Mengenai Program CSR “ <i>Go Green</i> ”	100
Tabel IV.25	<i>Crosstab</i> Antara Usia dan Sikap Responden Mengenai Program CSR “ <i>Go Green</i> ”	101
Tabel IV.26	<i>Crosstab</i> Antara Pendidikan Terakhir dan Sikap Responden Mengenai program CSR “ <i>Go Green</i> ”	104
Tabel IV.27	<i>Crosstab</i> Antara Frekuensi Lama Berkunjung dan Sikap Responden Mengenai program CSR “ <i>Go Green</i> ”	106
Tabel IV.28	<i>Crosstab</i> Antara Pasangan Berkunjung dan Sikap Responden Mengenai program CSR “ <i>Go Green</i> ”	108
Tabel IV.29	<i>Crosstab</i> Antara Media dan Sikap Responden Mengenai program CSR “ <i>Go Green</i> ”	110

Daftar Gambar

Gambar II.1	Teori S-O-R	14
Gambar II.2	Hubungan antar Triple P	29
Gambar IV.1	Logo Gramedia	54
Gambar IV.2	Dokumentasi kegiatan CSR <i>Go Green</i>	57
Gambar IV.3	Pie chart jenis kelamin responden.....	62
Gambar IV.4	Pie chart Usia Responden	64
Gambar IV.5	Pie chart Pendidikan Responden.....	65
Gambar IV.6	Pie chart Pekerjaan Responden.....	67
Gambar IV.7	Pie chart Penghasilan Responden	69
Gambar IV.8	Pie chart Lama Responden Menjadi Pengunjung	71
Gambar IV.9	Pie chart Pembelian Responden.....	72
Gambar IV.10	Pie chart Teman Berkunjung Responden.....	74
Gambar IV.11	Pie chart chart Sumber Informasi Responden.....	75

Daftar Lampiran

Lampiran 1: Contoh Kuisisioner.....	119
Lampiran 2: Data Penelitian.....	124
Lampiran 3: Validitas dan Reliabilitas	166
Lampiran 4: Tabel Frekuensi	178
Lampiran 5: Deskriptif Statistik.....	185
Lampiran 6: Analisis Tabulasi Silang	187

ABSTRAK

Maria Esterlita NRP. 1423012031. SIKAP KONSUMEN GRAMEDIA MENGENAI PROGRAM CSR “GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY” DI GRAMEDIA SURABAYA.

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR “*Gramedia Go Green, No Plastic Bags Today*” dilakukan sebagai bentuk komitmen Gramedia untuk bertanggung jawab kepada lingkungannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini merupakan penelitian 1 variabel yang dilakukan guna mengetahui sikap konsumen Gramedia mengenai program CSR “*Gramedia Go Green, No Plastic Bags Today*” di Gramedia Surabaya. Sikap terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap positif terhadap program CSR “*Gramedia Go Green, No Plastic bags Today*” di Surabaya.

Kata Kunci: Sikap, Konsumen, Corporate Social Responsibility, Gramedia

ABSTRACT

Maria Esterlita NRP. 1423012031. GRAMEDIA'S CONSUMER ATTITUDE REGARDING THE CSR PROGRAM "*GRAMEDIA GO GREEN, NO PLASTIC BAGS TODAY*" IN SURABAYA.

Corporate Social Responsibility is the company's commitment to contribute to sustainable economic development by taking into account economic, social, and environmental. CSR "*Gamedia Go Green, No Plastic Bags Today*" performed as a commitment by Gamedia to be responsible to the environment.

This study uses a quantitative approach with survey method. This study was conducted to determine Gamedia's consumer attitude regarding the CSR program "*Gamedia Go Green, No Plastic Bags Today*" in Surabaya. Attitudes consist of three components, namely components of cognitive, affective, and conative. In this study it can be concluded that the majority of respondents have a positive attitude towards CSR program "*Gamedia Go Green, No Plastic bags Today*" in Surabaya.

Keywords: *Attitude, Consumer, Corporate Social Responsibility, Gamedia*