

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*SURABAYA HERITAGE TRACK* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*  
PT HM SAMPOERNA TBK PADA PENUMPANG *SURABAYA*  
*HERITAGE TRACK***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Ek Melanie Annastasia

NRP.1423013064

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*SURABAYA HERITAGE TRACK* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*  
PT HM SAMPOERNA TBK PADA PENUMPANG *SURABAYA*  
*HERITAGE TRACK***

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



Disusun Oleh:

Ek Melanie Annastasia

NRP.1423013064

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Ek Melanie Annastasia

NRP : 1423013064

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*SURABAYA HERITAGE TRACK* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*  
PT HM SAMPOERNA TBK PADA PENUMPANG *SURABAYA*  
*HERITAGE TRACK***

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

Surabaya, 16 Desember 2016

Penulis



Ek Melanie Annastasia

NRP. 1423013064

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*SURABAYA HERITAGE TRACK* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*  
PT HM SAMPOERNA TBK PADA PENUMPANG  
*SURABAYA HERITAGE TRACK***

Oleh:

Ek Melanie Annastasia

NRP. 1423013064

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si



NIK. 142.09.0647

Pembimbing II : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.



NIK. 142.09.0645

Surabaya, 16 Desember 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan sudah diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.pada : 5 Desember 2016

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,





Dekan,



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

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji,

1. Ketua : Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. (  )  
NIK. 142.10.0659.
2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIK. 142.09.0645
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 KAYA ILMIAH

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

Nama : Ek Melanie Annastasia

NRP : 1423013064

Menyetujui skripsi atau karya ilmiah saya,

Judul : **Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Surabaya *Heritage Track* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk pada Penumpang *Surabaya Heritage Track*.**

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

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

Surabaya, 16 Desember 2016

Yang menyatakan,



Ek Melanie Annastasia

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Ora et labora, berdoa dan bekerja. Segala pekerjaan yang diiringi dengan doa pasti akan membuahkan hasil yang baik. Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan penyertaanNya, laporan tugas akhir ini dapat saya selesaikan dengan sangat baik dan tepat waktu. Terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan oleh kedua orang tua dan kakak saya tercinta. Serta motivasi dan semangat dari pujaan hati dan para sahabat yang terus menyinari langkah saya. Tak lupa saya ucapkan terima kasih pada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, karena dengan sabar membimbing saya dan tanpa pamrih membagikan ilmu kepada saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus karena atas kehendak dan penyertaanNya, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility Surabaya Heritage Track* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk pada Penumpang *Surabaya Heritage Track*.”**

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak mungkin terjadi tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah banyak mendukung peneliti. Maka dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak dibawah ini:

1. Kedua orangtua saya tercinta, Ek Eddi Ekawardhana dan Yenny Surya Dewi, terima kasih atas doa dan dukungan yang senantiasa menyertai saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kakak saya, Ek Mellisa Annastasia, terima kasih atas doa dan bimbingannya setiap waktu.
3. Hartono, terimakasih atas segala *support* yang telah diberikan dari awal saya masuk bangku kuliah hingga saat ini.
4. Vinson Vanda, terima kasih atas waktu, *support*, doa, segala bantuan dan kesetiaannya mendampingi saya dalam menyusun tugas akhir.
5. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing I peneliti, yang telah sabar memberikan begitu banyak saran dan masukan yang berharga, serta menuntun saya dalam penyelesaian tugas akhir ini.



6. Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med. Kom., selaku dosen pembimbing II peneliti, yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memeriksa hasil tugas akhir dan memberikan semangat pada peneliti, serta membagikan ilmunya pada peneliti.
7. Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom., dan Drs Nanang Kristinanto, M.Si., selaku dosen penguji saya yang memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.
8. Seluruh dosen FIKOM, Bu Veina, Bu Anas, Bu Intan, Pak Fins, Pak Deddy, Bu Moer, Bung Djoko, Bu Lusy terima kasih buat ilmunya selama ini yang dibagikan kepada saya.
9. Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi, Pak Djati, Bu Tina dan Bu Ida, yang telah banyak direpotkan terkait dengan urusan administratif peneliti.
10. Ibu Firda Al Imami, selaku *Usher Surabaya Heritage Track*, terimakasih atas kesediannya dalam memberikan data yang berguna bagi peneliti.
11. Mas Aji Destiawan, selaku *Tour Guide* bus SHT, terima kasih atas waktu dan kesediannya dalam proses wawancara dan mencari data dilapangan.
12. Sahabat seperjuangan sidang skripsi gelombang pertama, Dea, Clara, Janice, Andre, Daud dan Gascha terima kasih atas bantuan dan mau berbagi informasi terkait dengan penyusunan tugas akhir.
13. Teman-teman FIKOM angkatan 2013, Cindy, Citra, Dede, Devina, Karin, Tania, Amel, Oyen, Henny, Fristy, Novia, Syella, Demi dan semuanya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Terima kasih untuk *support* kalian semua. I love you guysss..

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
ABSTRAK .....	xxiii
ABSTRACT .....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	12
I.3 Tujuan Penelitian .....	13
I.4 Batasan Masalah .....	13
I.5 Manfaat Penelitian .....	13
I.5.1 Manfaat Akademis .....	13
I.5.2 Manfaat Praktis .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
II.1 Kerangka Teori .....	14
II.1.1 <i>Public Relations</i> .....	14

II.1.2 Program <i>Public Relations</i> .....	16
II.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	17
II.1.4 <i>Corporate Image</i> .....	23
II.1.5 Hubungan CSR dengan <i>Corporate Image</i> ....	32
II.2 Nisbah Antar Konsep .....	33
II.3 Bagan Kerangka Konseptual .....	38
II.4 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40
III.2 Metode Penelitian .....	41
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	41
III.4 Definisi Konseptual .....	41
III.4.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	41
III.4.2 <i>Corporate Image</i> .....	43
III.5 Definisi Operasional .....	44
III.5.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	44
III.5.2 <i>Corporate Image</i> .....	46
III.6 Populasi dan Sampel .....	48
III.6.1 Populasi .....	48
III.6.2 Sampel .....	49
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	49
III.8 Teknik Pengumpulan Data .....	51
III.8.1 Data Primer .....	51
III.8.2 Data Sekunder .....	51
III.8.3 Pengumpulan Data .....	51
III.8.4 Jenis Skala dan Pengukuran Skala .....	52
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	53

III.9.1 Uji Validitas .....	53
III.9.2 Uji Reliabilitas .....	54
III.10 Teknik Analisis Data .....	56
III.10.1 Analisis Korelasi .....	57
III.10.2 Analisis Regresi .....	58
III.10.3 Uji Signifikasi Hipotesis .....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	60
IV.1.1 Penumpang Bus <i>Surabaya Heritage Track</i> ..	60
IV.1.2 Profil PT HM Sampoerna Tbk .....	62
IV.1.3 Visi dan Misi PT HM Sampoerna Tbk .....	63
IV.1.4 Gambaran Umum Program CSR PT HM Sampoerna Tbk .....	65
IV.1.5 Gambaran Umum Program CSR <i>Surabaya Heritage Track</i> PT HM Sampoerna Tbk .....	66
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
IV.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Program CSR .....	70
IV.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Corporate Image</i> .....	71
IV.3 Temuan Data dan Pembahasan .....	72
IV.3.1 Analisis Tabel Frekuensi .....	72
IV.3.1.1 Profil Responden Penelitian .....	72
IV.3.1.2 Pelaksanaan Program <i>Corporate Social       Responsibility (CSR) Surabaya Heritage       Track</i> yang dilakukan PT HM Sampoerna	

Tbk .....	84
IV.3.1.2.1 <i>Sustainability</i> .....	85
IV.3.1.2.2 <i>Accountability</i> .....	95
IV.3.1.2.3 <i>Transparency</i> .....	105
IV.3.1.2.4 CSR Total .....	118
IV.3.1.3 <i>Corporate Image</i> PT HM Sampoerna Tbk..	119
IV.3.1.3.1 <i>Primary Impression</i> .....	119
IV.3.1.3.2 <i>Familiarity</i> .....	122
IV.3.1.3.3 <i>Perception</i> .....	128
IV.3.1.3.4 <i>Preference</i> .....	136
IV.3.1.3.5 <i>Position</i> .....	143
IV.3.1.3.6 <i>Corporate Image</i> Total .....	153
IV.3.2 Analisis Tabulasi Silang .....	154
IV.3.2.1 Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden Dengan CSR .....	154
IV.3.2.2 Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden Dengan <i>Corporate</i> <i>Image</i> .....	159
IV.3.2.3 Analisis Tabulasi Silang CSR Dengan <i>Corporate Image</i> .....	164
IV.3.3 Analisis Data .....	166
IV.3.3.1 Analisis Korelasi .....	166
IV.3.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	167
IV.3.3.3 Uji Signifikansi Hipotesis .....	168
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	170
V.1 Kesimpulan .....	170

V.2 Saran .....	172
DAFTAR PUSTAKA .....	174
LAMPIRAN .....	179

## DAFTAR BAGAN

II.1	Kerangka Konseptual .....	38
------	---------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

II.1	Konsep <i>Triple Botton Line</i> .....	19
IV.2	Falsafah Tiga Tangan .....	63
IV.3	Bus <i>Surabaya Heritage Track</i> bagian belakang .....	91
IV.4	<i>Tour Guide</i> SHT yang sedang memberikan penjelasan .....	96
IV.5	<i>Surabaya Heritage Track Map</i> .....	100
IV.6	Jadwal dan rute bus SHT pada <i>website www.houseofsampoerna.museum.</i> .....	106
IV.7	Kontak <i>House of Sampoerna</i> pada <i>website www.houseofsampoerna.museum.</i> .....	108
IV.8	Informasi mengenai program <i>Surabaya Heritage Track</i> pada <i>website www.houseofsampoerna.museum.</i> .....	110
IV.9	Informasi mengenai program <i>Surabaya Heritage Track</i> pada poster yang ada di dekat pintu masuk <i>café HoS</i> .....	112
IV.10	<i>Surabaya Heritage Track Map</i> bagian depan .....	114
IV.11	<i>Surabaya Heritage Track Map</i> bagian belakang .....	115



## DAFTAR TABEL

IV.1	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Program CSR .....	70
IV.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Corporate Image</i> .	71
IV.3	Profil Responden Berdasarkan Asal .....	72
IV.4	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Naik Bus SHT .....	74
IV.5	Profil Responden Berdasarkan Sumber Pengetahuan Program SHT .....	76
IV.6	Profil Responden Berdasarkan Keikutsertaan Dalam <i>Thematic Tour</i> Bersama Bus SHT .....	79
IV.7	Profil Responden Berdasarkan Keikutsertaan Dalam Merekomendasikan bus SHT .....	81
IV.8	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Dalam Merekomendasikan Bus SHT .....	82
IV.9	Kategori Skor Interval <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	85
IV.10	PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT untuk memperkenalkan bangunan-bangunan cagar budaya di kota Surabaya dengan mengajak penumpang bekunjung ke tempat-tempat bersejarah .....	85
IV.11	PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT untuk memperkenalkan bangunan-bangunan cagar budaya di kota Surabaya melalui <i>tour guide</i> yang selalu menunjukkan Tempat-tempat bersejarah saat dalam perjalanan .....	87
IV.12	PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT untuk memperkenalkan sejarah kota Surabaya melalui penjelasan <i>tour guide</i> pada saat didalam perjalanan .....	89
IV.13	PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT untuk	

	mendukung program <i>Sparkling Surabaya</i> karena adanya logo <i>Sparkling Surabaya</i> dibagian belakang kaca bus .....	90
IV.14	PT HM Sampoerna Tbk ingin menjaga eksistensi bangunan cagar budaya dan sejarah di kota Surabaya melalui program SHT dengan mengajak penumpang berkunjung ke tempat-tempat bersejarah .....	93
IV.15	Skala Interval Indikator <i>Sustainability</i> Total .....	94
IV.16	PT HM Sampoerna Tbk memberikan <i>tour guide</i> bus SHT Yang berkualitas secara penampilan maupun pelayanan .....	95
IV.17	PT HM Sampoerna Tbk memberikan fasilitas bus SHT yang terawat dan layak untuk digunakan .....	98
IV.18	PT HM Sampoerna Tbk bekerjasama dengan Radio Suara Surabaya dalam membuat <i>Surabaya Heritage Track Map</i> yang dibagikan kepada penumpang bus SHT .....	99
IV.19	PT HM Sampoerna Tbk bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya dalam menyiapkan kondisi kota seperti jalan, lalu lintas, lahan parkir, dll, saat <i>tour</i> bersama bus SHT berlangsung .....	101
IV.20	PT HM Sampoerna Tbk bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dalam menentukan rute <i>tour</i> yang akan dikunjungi bus SHT .....	102
IV.21	Skala Interval Indikator <i>Accountability</i> Total .....	104
IV.22	PT HM Sampoerna Tbk memberikan informasi jadwal <i>tour</i> rutin dan <i>thematic tour</i> (hari, tanggal, jam dan rute) bus SHT melalui <i>website www.houseofsampoerna.museum</i> . .....	105
IV.23	PT HM Sampoerna Tbk memberikan informasi nomor telepon, fax, alamat dan email <i>House of Sampoerna</i> melalui <i>website</i>	

	<i>www.houseofsampoerna.museum</i> .....	107
IV.24	PT HM Sampoerna Tbk memberikan informasi mengenai Program SHT melalui <i>website www.houseofsampoerna-museum</i> .....	109
IV.25	PT HM Sampoerna Tbk memberikan informasi mengenai program SHT melalui poster yang ada di dekat pintu masuk <i>Cafe House of Sampoerna</i> .....	111
IV.26	PT HM Sampoerna Tbk memberikan informasi seluruh rute <i>tour</i> yang telah dilewati dan dikunjungi bus SHT melalui <i>Surabaya Heritage Track Map</i> yang dibagikan kepada penumpang .....	113
IV.27	Skala Interval Indikator <i>Transparency Total</i> .....	116
IV.28	Skala Interval Variabel CSR .....	118
IV.29	Kategori Skor Interval <i>Corporate Image</i> .....	119
IV.30	Melihat PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan yang peduli terhadap cagar budaya dan sejarah di Kota Surabaya dengan adanya fasilitas <i>tour</i> bersama bus SHT yang mengajak penumpang untuk bekunjung ke tempat-tempat bersejarah .....	120
IV.31	Skala Interval Indikator <i>Primary Impression Total</i> .....	121
IV.32	Mengenal dengan jelas bahwa PT HM Sampoerna Tbk merupakan satu-satunya perusahaan yang menyediakan <i>tour</i> gratis di kota Surabaya dengan adanya bus SHT .....	122
IV.33	Mengenal dengan jelas bahwa PT HM Sampoerna Tbk Menyediakan fasilitas bus SHT yang terbuka bagi seluruh masyarakat baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara .....	124

IV.34	Mengenal dengan jelas bahwa PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT yang dilengkapi dengan <i>tour gratis, tour guide</i> dan <i>thematic tour</i> .....	125
IV.35	Mengenal dengan jelas bahwa PT HM Sampoerna Tbk menyediakan fasilitas bus SHT dengan rute <i>tour</i> ke tempat-tempat bersejarah di Kota Surabaya .....	126
IV.36	Skala Interval Indikator <i>Familiarity</i> Total .....	127
IV.37	PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan yang tidak berlandaskan motif mencari keuntungan pribadi karena tidak memungut biaya tiket masuk bus SHT pada penumpang .....	129
IV.38	PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan yang dapat memberikan informasi dengan jelas mengenai tempat-tempat bersejarah di kota Surabaya melalui adanya <i>tour guide</i> di dalam bus SHT .....	130
IV.39	PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan yang dapat menjaga kenyamanan dan keamanan penumpang saat di dalam perjalanan bersama bus SHT .....	132
IV.40	PT HM Sampoerna Tbk menyediakan <i>tour</i> rutin dan <i>thematic tour</i> bersama bus SHT untuk menumbuhkan kepedulian dan kecintaan masyarakat pada bangunan-bangunan bersejarah di kota Surabaya melalui kunjungan ke tempat-tempat bersejarah .....	133
IV.41	Skala Interval Indikator <i>Perception</i> Total .....	135
IV.42	PT HM Sampoerna Tbk dinilai membantu masyarakat untuk dapat mengenal tempat-tempat bersejarah di kota Surabaya dengan sarana yang dapat diandalkan secara gratis melalui bus SHT .....	136

IV.43	PT HM Sampoerna Tbk dinilai memilih <i>tour guide</i> yang berpengalaman sehingga dapat memberikan penjelasan dengan bahasa yang baik dan mudah dimengerti .....	138
IV.44	PT HM Sampoerna Tbk dinilai menyediakan fasilitas bus yang nyaman dan aman karena tidak berdesakan-desakan dan tidak melebihi muatan penumpang .....	139
IV.45	PT HM Sampoerna Tbk dinilai menjawab kebutuhan masyarakat dengan menyediakan program yang bermanfaat melalui <i>tour</i> rutin dan <i>thematic tour</i> bersama bus SHT .....	141
IV.46	Skala Interval Indikator <i>Preference Total</i> .....	142
IV.47	PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan dengan pasar rokok terbesar di Indonesia dibandingkan perusahaan rokok lainnya seperti PT Gudang Garam, PT Bentoel International Investama dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk .....	144
IV.48	PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan dengan penghasilan laba terbesar di Indonesia dibandingkan perusahaan rokok lainnya seperti PT Gudang Garam, PT Bentoel International Investama dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk .....	146
IV.49	PT HM Sampoerna Tbk lebih diingat dibanding perusahaan rokok lainnya di Surabaya seperti PT Wismilak Inti Makmur Tbk karena adanya fasilitas bus SHT yang bertujuan melestarikan cagar budaya dan sejarah kota Surabaya .....	148
IV.50	PT HM Sampoerna Tbk lebih disukai dibanding perusahaan rokok lainnya di Surabaya seperti PT Wismilak Inti Makmur Tbk karena adanya fasilitas bus SHT yang dilengkapi dengan <i>tour</i> gratis dan <i>tour guide</i> , serta <i>thematic tour</i> .....	150

IV.51	Skala Interval Indikator <i>Position</i> Total .....	152
IV.52	Skala Interval Variabel <i>Corporate Image</i> .....	153
IV.53	Tabulasi Silang Asal Responden Dengan CSR .....	154
IV.54	Tabulasi Silang Frekuensi Naik Bus SHT Responden Dengan CSR .....	155
IV.55	Tabulasi Silang Sumber Pengetahuan Responden Pada Program SHT Dengan CSR .....	156
IV.56	Tabulasi Silang Keikutsertaan Responden Dalam <i>Thematic Tour</i> Dengan CSR .....	157
IV.57	Tabulasi Silang Keikutsertaan Responden Dalam Merekomendasikan Bus SHT Dengan CSR .....	158
IV.58	Tabulasi Silang Asal Responden Dengan <i>Corporate Image</i> ...	159
IV.59	Tabulasi Silang Frekuensi Naik Bus SHT Responden Dengan <i>Corporate Image</i> .....	160
IV.60	Tabulasi Silang Sumber Pengetahuan Responden Pada Program SHT Dengan <i>Corporate Image</i> .....	161
IV.61	Tabulasi Silang Keikutsertaan Responden Dalam <i>Thematic Tour</i> Dengan <i>Corporate Image</i> .....	162
IV.62	Tabulasi Silang Keikutsertaan Responden Dalam Merekomendasikan Bus SHT Dengan <i>Corporate Image</i> .....	163
IV.63	Tabulasi Silang CSR Dengan <i>Corporate Image</i> .....	164
IV.64	Korelasi CSR terhadap <i>Corporate Image</i> .....	166
IV.65	<i>Coefficients</i> Regresi CSR terhadap <i>Corporate image</i> .....	167

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1:</b>	Kuesioner .....	179
<b>Lampiran 2:</b>	Tabel Data .....	184
<b>Lampiran 3:</b>	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	191
<b>Lampiran 4:</b>	Tabel Frekuensi .....	195
<b>Lampiran 5:</b>	Tabel Interval .....	207
<b>Lampiran 6:</b>	Tabulasi Silang .....	210
<b>Lampiran 7:</b>	Analisis Data .....	214
<b>Lampiran 8:</b>	Tabel Statistik untuk Distribusi T .....	214

## ABSTRAK

Ek Melanie Annastasia, NRP.1423013064. *PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SURABAYA HERITAGE TRACK TERHADAP CORPORATE IMAGE PT HM SAMPOERNA TBK PADA PENUMPANG SURABAYA HERITAGE TRACK*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2016.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini memang menjadi hal wajib yang dilakukan sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan. Salah satu bentuk program CSR adalah program CSR yang bertemakan lingkungan. Nyatanya program CSR dibidang lingkungan tidak hanya berfokus pada pelestarian lingkungan, namun juga pada pelestarian kebudayaan. Hal inilah yang dijawab oleh PT HM Sampoerna Tbk untuk melestarikan cagar budaya di kota Surabaya. Tanggung jawab tersebut tertuang dalam program *Surabaya Heritage Track* (SHT) sejak tahun 2009. Sampai dengan saat ini, fasilitas bus dengan *tour* gratis untuk mengelilingi tempat-tempat bersejarah di kota Surabaya masih beroperasi dengan dilengkapi *tour guide* dan *thematic tour*.

Program CSR ini dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk untuk memperkenalkan bangunan-bangunan cagar budaya dan sejarah kota Surabaya dan untuk mendukung program *Sparkling Surabaya* demi pengembangan pariwisata Surabaya sebagai kota tujuan pariwisata. Selain itu melalui program SHT, diharapkan dapat menumbuhkan kepedulian dan kecintaan masyarakat Surabaya untuk melestarikan serta merawat bangunan-bangunan yang memiliki nilai sejarah di kota Pahlawan. Penelitian ini hendak mengetahui pengaruh program CSR *Surabaya Heritage Track* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk pada penumpang *Surabaya Heritage Track*. CSR dinilai berdasarkan tiga aspek yang mempengaruhi yaitu *sustainability*, *accountability* dan *transparency*. Sedangkan *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk dinilai berdasarkan *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference* dan *position*. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei yang nantinya pernyataan responden akan diukur dengan skala Likert. Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa program CSR *Surabaya Heritage Track* mempunyai pengaruh terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk. Hal ini dapat dijelaskan bahwa apabila program CSR dilakukan dengan baik, maka penilaian terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk juga akan positif.

**Kata kunci :** CSR, *Corporate Image*, Program *Surabaya Heritage Track*



## ABSTRACT

Ek Melanie Annastasia, NRP. 1423013064. THE INFULENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO CORPORATE IMAGE PT HM SAMPOERNA TBK ON PASSENGER SURABAYA HERITAGE TRACK, Faculty of Communication Sciences of Widya Mandala Catholic University Surabaya, 2016.

Corporate Social Responsibility (CSR) is becoming the thing to do by a company as a form of corporate responsibility. One form of CSR program is a program that is themed environment. In fact, CSR programs in the environment is not just focused on preserving the environment, but also on cultural preservation. This is manifested by PT HM Sampoerna Tbk to preserve cultural heritage in the city of Surabaya. The responsibility is contained in Surabaya Heritage Track program since 2009. Until now, the facility with the tour bus for free to surround the historical places in the city of Surabaya still operating include tour guide and thematic tour.

The CSR program conducted by PT HM Sampoerna Tbk to introduce the heritage buildings of cultural and historical city of Surabaya, also to support the Sparkling Surabaya program, which has the goal of Surabaya tourism development as a tourism destination city. Through the SHT program, is expected to raise awareness and affection of the people of Surabaya to preserve and take care of the buildings that have historical value in the city of Heroes. This research seeks to determine the influence of the Surabaya Heritage Track CSR program of the corporate image of PT HM Sampoerna Tbk on passenger Surabaya Heritage Track. CSR assessed on three aspects that affect sustainability, accountability and transparency, while the corporate image of PT HM Sampoerna Tbk assessed by the primary impression, familiarity, perception, preference and position. This type of research is an explanatory quantitative approach and survey method that will be measured respondents' statements with Likert scale. The results of this study can be concluded that the CSR program Surabaya Heritage Track has an influence on the corporate image of PT HM Sampoerna Tbk. This can be explained that, if the CSR program is properly implemented, the assessment of the corporate image of PT HM Sampoerna Tbk will also be positive.

**Keywords : CSR, Corporate Image, Surabaya Heritage Track Program**