

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
ARISAN JAMBAN TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT. TIRTA
INVESTAMA DI MATA WARGA DESA TENGGILIS REJO DAN
MENDALAN KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Theofilus Teguh Prasetya

NRP. 1423015192

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

SKRIPSI

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
ARISAN JAMBAN TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT. TIRTA
INVESTAMA DI MATA WARGA DESA TENGGILIS REJO DAN
MENDALAN KABUPATEN PASURUAN**

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



Disusun Oleh :

Theofilus Teguh Prasetya

NRP. 1423015192

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

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Theofilus Teguh Prasetya

NRP : 1423015192

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Arisan Jamban Terhadap *Corporate Image* PT Tirta Investama di Mata Warga Desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan 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 keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 20 Maret 2019

Penulis



Theofilus Teguh Prasetya

NRP. 1423015192

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
ARISAN JAMBAN TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT. TIRTA
INVESTAMA DI MATA WARGA DESA TENGGILIS REJO DAN
MENDALAN KABUPATEN PASURUAN**

Oleh :

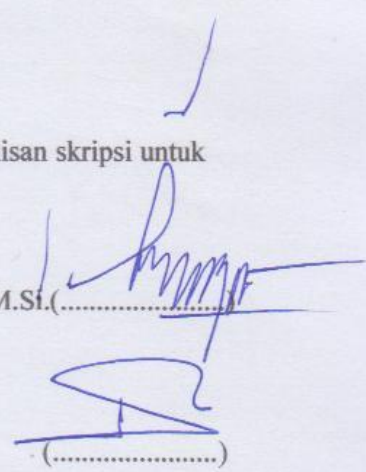
Theofilus Teguh Prasetya

NRP. 1423015192

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

Pembimbing I : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, M.Si.(.....)
NIK. 142.LB.0882

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647



Surabaya, 22 Februari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : Jumat, 8 Maret 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



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

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom

NIK. 142.09.0634

2. Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono T., M.Si.

NIK. 142.LB.008

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 : Theofilus Teguh Prasetya

NRP : 1423015192

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

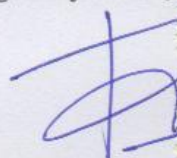
Judul : **Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Arisan Jamban Terhadap *Corporate Image* PT Tirta Investama di Mata Warga Desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan**

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

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

Surabaya, 20 Maret 2019

Yang menyatakan,



Theofilus Teguh Prasetya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas berkat dan kasih karunia Tuhan Yesus Kristus, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Segala proses pengerjaan ini dilakukan dengan semangat dan usaha maksimal yang dapat dilakukan penulis. terselesaikannya skripsi ini bukanlah akhir dari segala perjuangan dalam menjalani kuliah. Bagi penulis, kegagalan bukanlah suatu hambatan namun merupakan motivasi dalam meraih tujuan.

Surabaya, 22 Februari 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas seluruh berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pengerjaan skripsi ini bertujuan sebagai bentuk tanggungjawab dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesainya skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Adapun bantuan yang diberikan berupa bimbingan dan dukungan, sehingga pengerjaan skripsi dapat berjalan lancar. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut di antaranya:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan, sukacita, serta jalan keluar pada saat peneliti melakukan proses pengerjaan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua yaitu Ayah P. Yulianto Sampurno dan Bunda Dwi Wahyuningsih yang selalu mendukung, mendoakan, dan selalu mendengarkan keluh kesah sampai penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini.
3. Kepada Bapak Dr. Judy Djoko Wahjono, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang selalu menuntun dan memberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus menjadi dosen pembimbing 2 yang selalu menuntun dan memberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan.

5. Kepada Ibu Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom dan Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen penguji proposal yang sudah banyak memberikan masukan kepada peneliti untuk melakukan penelitian skripsi ini lebih baik lagi.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Kepada Yohana Sheearly yang selalu setia menemani penulis pada saat mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada Febie Ajeng, yang selalu mau mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu memberikan masukan kepada penulis serta mau bertukar pikiran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada Michelle Bella, yang mau di gupuhi setiap saat pada saat peneliti bingung ingin menulis apa dan memiliki objek penelitian yang sama sehingga peneliti dapat bertukar pikiran.
10. Kepada Rebecca Martha yang mau membantu peneliti dalam proses checking skripsi sebelum dikumpulkan dan yang mau direpotkan selama penulisan skripsi ini.
11. Kepada Ratri Widyaningrum, Ellen Tesalonika yang selalu memberikan semangat serta dukungan pada saat penulis mulai malas mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada Carolina Agustine, Jesslyn Nathania, Yoanito Bono tim Teyetubies yang selalu memberikan semangat juga kepada penulis serta mau bertukar pikiran dan menghibur penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Kepada Maria Cornelia, Rani Eprilia, Maria Kurnia yang juga selalu memberikan semangat dan dukungan dalam keadaan apapun yang penulis alami pada saat proses penulisan skripsi ini.
14. Kepada Yosafat Anditya & Elisabeth Maria yang membantu penulis dalam penyelesaian teknis penulisan skripsi.
15. Kepada Geovanny Fransiska sebagai partner gopoh di detik-detik pengumpulan skripsi ini.
16. Kepada Sahabat SANTUN (Becca, Mega, Dimas, Dea, Yosua, Gege) yang setia memberikan hiburan dikala peneliti suntuk dalam menulis skripsi.
17. Kepada Julio Caecar yang membantu peneliti dalam translate abstrak ke bahasa inggris.
18. Kepada teman-teman Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi periode 2016/2017 dan periode 2017/2018 yang juga memberikan support kepada peneliti.
19. Kepada Claudia Silvie yang selalu menanyakan proses pengerjaan skripsi peneliti.
20. Kepada Friska Dewi dan Larasati Wardana yang juga selalu memberikan semangat kepada peneliti pada saat peneliti mengerjakan skripsi ini.
21. Kepada Pemuda “Gereja Bethel Injil Sepenuh” yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
PUBLIKASI KARYA ILMIAH HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Batasan Masalah	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Kerangka Teori	14
II.1.1 Public Relations	14
II.1.2 Corporate Social Responsibility	23
II.1.3 Teori Corporate Image	32
II.1.4 Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Citra Perusahaan	40
II.2 Nisbah Antar Konsep	41

II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	43
II.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
III.1. Pendekatan dan Jenis Tipe Penelitian.....	45
III.2. Metode Penelitian	45
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	46
III.4 Definisi Konseptual	46
III.4.1. CSR (Corporate Social Responsibility)	46
III.4.2. Corporate Image.....	47
III.5. Definisi Operasional.....	47
III.5.1. CSR (Corporate Social Responsibility)	47
III.5.2. Corporate Image.....	49
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	52
III.8. Teknik pengumpulan Data.....	53
III.8.1 Data Primer	53
III.8.2 Data Sekunder	54
III.8.3 Pengumpulan Data.....	54
III.8.4 Jenis Skala dan Pengukuran Skala.....	55
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	56
III.9.1. Teknik Validitas.....	56
III.9.2. Teknik Reliabilitas	57
III.10 Teknik Analisis Data	59
III.10.1. Skala Interval	60
III.10.2 Analisis Normalitas.....	61
III.10.3 Analisis Linieritas	61
III.10.4. Analisis Korelasi.....	62
III.10.5. Regresi Linear Sederhana.....	63
III.10.6. Uji Signifikansi Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	65
IV.1.1 Profil PT. Tirta Investama	66

IV.1.2 Gambaran Umum Program CSR “Water Access, Sanitation, Hygiene” (WASH)	67
IV.1.3 Gambaran Umum Program CSR Arisan Jamban.....	70
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
IV.2.1 Hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	75
IV.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Corporate Image</i>	76
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	77
IV.3.1 Analisis Tabel Frekuensi.....	77
IV.3.2 Interval Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	85
IV.3.3 Deskripsi Variabel X (Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Arisan Jamban PT. Tirta Investama Keboncandi)	86
IV.3.4. Deskripsi Variabel Y (Pengukuran <i>Corporate Image</i> PT Tirta Investama Keboncandi).....	98
IV.3.5 Uji Normalitas.....	117
IV.3.6 Uji Linieritas	119
IV.3.7. Analisis Korelasi.....	120
IV.3.8. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	122
IV.3.9. Uji Signifikansi Hipotesis	123
IV.3.10. Analisis Tabulasi Silang.....	124
IV.4. Pembahasan	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
V.1 Kesimpulan	138
V.2 Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Konsep Triple Bottom Line	26
Gambar II. 2 Proses Pembentukan Citra	38
Gambar IV.1 Logo PT. Tirta Investama.....	66
Gambar IV.2 Kegiatan Arisan Jamban.....	70
Gambar IV.3 Jamban Rumah Warga.....	73
Gambar IV.4 Grafik Uji Normalitas.....	117
Gambar IV.5 Grafik Uji Linieritas.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Teknik Penarikan Sampel.....	53
Tabel IV. 1 Hasil Pengujian Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	75
Tabel IV. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	75
Tabel IV. 3 Hasil Pengujian Validitas <i>Corporate Image</i>	76
Tabel IV. 4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Corporate Image</i>	77
Tabel IV. 5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel IV. 6 Identitas Responden Berdasarkan Asal Desa	79
Tabel IV. 7 Identitas Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel IV. 8 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	81
Tabel IV. 9 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel IV. 10 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	83
Tabel IV. 11 Identitas Responden Berdasarkan Keikutsertaan Program CSR.....	84
Tabel IV. 12 Kategori Skor Interval Penilaian Warga Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Arisan Jamban.....	85
Tabel IV. 13 Indikator <i>Profit</i>	87
Tabel IV. 14 Indikator <i>People</i>	90
Tabel IV. 15 Indikator <i>Planet</i>	94
Tabel IV. 16 Hasil <i>Corporate Social Responsibility</i>	97
Tabel IV. 17 Indikator <i>Primary Impression</i>	99
Tabel IV. 18 Indikator <i>Familiarity</i>	102
Tabel IV. 19 Indikator <i>Perception</i>	106
Tabel IV. 20 Indikator <i>Preference</i>	110

Tabel IV. 21 Indikator <i>Position</i>	113
Tabel IV. 22 Hasil <i>Corporate Image</i>	115
Tabel IV. 23 Hasil Uji Normalitas	118
Tabel IV. 24 Hasil Uji Linieritas.....	119
Tabel IV. 25 Korelasi CSR Terhadap <i>Corporate Image</i>	121
Tabel IV. 26 Koefisien Regresi CSR Terhadap <i>Corporate Image</i>	122
Tabel IV. 27 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Corporate Image</i>	125
Tabel IV. 28 Tabulasi Silang Usia dengan <i>Corporate Image</i>	126
Tabel IV. 29 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan <i>Corporate Image</i>	128
Tabel IV. 30 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan <i>Corporate Image</i>	130
Tabel IV. 31 Tabulasi Silang Penghasilan dengan <i>Corporate Image</i>	132
Tabel IV. 32 Tabulasi Silang Keikutsertaan Program CSR dengan <i>Corporate Image</i>	134

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Bagan Kerangka Konseptual	43
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner.....	65
Lampiran Hasil <i>Coding</i> Kuesioner.....	146
Lampiran Data Responden.....	151
Lampiran Uji Validitas CSR.....	155
Lampiran Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	158
Lampiran Uji Reliabilitas.....	164
Lampiran Frekuensi.....	164
Lampiran Uji Normalitas.....	175
Lampiran Uji Linieritas.....	176
Lampiran Korelasi.....	177
Lampiran Regresi.....	177
Lampiran Tabulasi Silang.....	178
Lampiran Tabel <i>r Product Moment</i>	185

ABSTRAK

Theofilus Teguh Prasetya NRP. 1423015192. *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Arisan Jamban Terhadap Corporate Image PT. Tirta Investama di Mata Warga Desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan.*

Corporate Social Responsibility (CSR) dan citra perusahaan memiliki keterkaitan. Program CSR yang dilakukan sebuah perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat membentuk citra perusahaan itu sendiri, sebab CSR erat hubungannya dengan masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah program CSR Arisan Jamban berpengaruh terhadap *corporate image* PT Tirta Investama di mata warga desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel X dan Y. Variabel X (CSR) menggunakan konsep *triple bottom line* yaitu 3P (*Profit, People, Planet*) yang dikemukakan oleh Wibisono. Sedangkan variabel Y (*Corporate Image*) 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 disebarakan pada 100 warga yang terdapat pada desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan. Pada penelitian ini, ditemukan hasil bahwa CSR Arisan Jamban berpengaruh terhadap *Corporate Image* PT. Tirta Investama Keboncandi namun dalam kategori rendah tapi pasti. Selain itu penelitian ini juga menemukan adanya responden yang tidak mengenali perusahaan PT Tirta Investama, tetapi mengenal merek produk Aqua.

Kata kunci: CSR, Arisan Jamban, *Corporate Image*, Pengaruh.

ABSTRACT

Theofilus Teguh Prasetya NRP. 1423015192. *The Impact of Corporate Social Responsibility Programme Arisan Jamban Towards Corporate Image of PT.Tirta Investama To The Eyes of Residents of Tenggilis Rejo and Mendalan Village Pasuruan Regency.*

Corporate Social Responsibility and Corporate Image are two linked components. CSR programme implemented by a particular company is considered a form of social responsibility that could create an image for the company itself. Since CSR is firmly attached to the society. This research has been conducted to find out whether the CSR programme Arisan Jamban contributes to the corporate image of PT. Tirta Investama and either To The Eyes of Residents of Desa Tenggilis Rejo and Mendalan Pasuruan Regency. Furthermore, this research utilizes two variables which are X and Y. The X variable (CSR) employs a triple bottom line concept that involves 3P (Profit, People, Planet) according to Wibisono. On the other hand, the Y variable (Corporate Image) operates an indicator which stated by Vos such as primary, impression, familiarity, perception, preference, and position. This research was conducted with survey method. The usage of the instrument to collect data is by questionnaires which already been distributed to 100 peoples who are currently living in Desa Tenggilis Rejo and Mendalan Pasuruan Regency. Turning to the result, it is discovered that CSR Arisan Jamban affects the corporate image of PT. Tirta Investama Keboncandi. However, the impact has been categorized by the researcher as low and yet certain. Although, this research has found that there were several respondents that do not recognize the company; PT.Tirta Investama, but aware of the brand product “Aqua” itself.

Key Word: CSR, Arisan Jamban, Corporate Image, Impact