



**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MELALUI ORGANIZATION-PUBLIC RELATIONSHIP
TERHADAP CORPORATE REPUTATION
PT. AE INDONESIA, TBK
(Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh:

Suryaning Hayati

55212120047

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2017



**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MELALUI ORGANIZATION-PUBLIC RELATIONSHIP
TERHADAP CORPORATE REPUTATION
PT. AE INDONESIA, TBK
(Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh:

Suryaning Hayati

55212120047

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2017



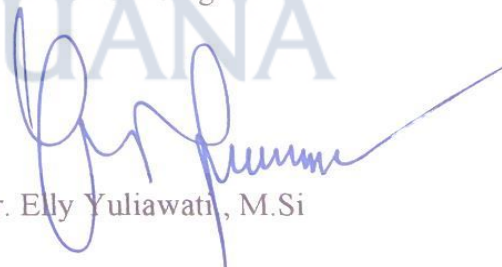
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)
2. Nama : Suryaning Hayati
3. NIM : 55212120047
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 6 Januari 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



Dr. Elly Yuliawati, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)
2. Nama : Suryaning Hayati
3. NIM : 55212120047
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 8 Januari 2017

Jakarta, 8 Januari 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

2. Penguji Ahli

Dr. Henni Gusfa., M.Si

3. Pembimbing

Dr. Elly Yuliawati., M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)
2. Nama : Suryaning Hayati
3. NIM : 55212120047
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 8 Januari 2017

Jakarta, 8 Januari 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa., M.Si

(.....)

3. Pembimbing
Dr. Elly Yulawati., M.Si

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)
2. Nama : Suryaning Hayati
3. NIM : 55212120047
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 8 Januari 2017

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr. Ely Yuliawati., M.Si

Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

1. Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Suryaning Hayati
4. NIM : 55212120047
6. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
7. Tanggal : 6 Januari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 6 Januari 2017



Suryaning Hayati

KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr.Wb

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, Rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul **Pengaruh Corporate Social Responsibility Melalui Organization-Public Relationship Terhadap Corporate Reputation PT. AE Indonesia, Tbk (Survei Pada Petani Karet di Kalimantan Selatan)** sebagai syarat Sidang Tesis Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana.

Dalam penulisan tesis ini, penulis banyak menghadapi kesulitan karena keterbatasan, kemampuan, maupun surutnya semangat, namun penulis bersyukur dan berterima kasih karena telah mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu menyelesaikan tesis ini. Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan tesis ini masih banyak ketidak sempurnaan namun penulis telah berusaha untuk menyajikan dengan sebaik-baiknya. Maka, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Dr. Elly Yuliawati., M.Si** sebagai pembimbing yang telah banyak memberikan motivasi, arahan, dan kesabaran yang tak terhingga membimbing penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
2. **Dr. Ahmad Mulyana., M.Si** selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk menyelesaikan tesis ini.

3. **Dr. Henni Gusfa, M.Si**, Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang dengan sangat sabar selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
4. **Para Dosen Magister Ilmu Komunikasi**, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya yang sangat bermanfaat.
5. **Orang Tua**, Bapak Bambang Irawan Soebakti (alm) dan Ibu Riena Widyastuti, yang tiada henti mendoakan kelancaran studi penulis.
6. **Yang terkasih**, Nurul Aidin, yang senantiasa memberikan motivasi agar penulis tidak patah semangat menyelesaikan studi di tengah-tengah kesibukan kerja.
7. **Endi Rekarti., SE., ME**, Direktur Kemahasiswaan dan rekan kerja Direktorat Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana, **Abdul Rahmat., SE., MM, Ir. R. Joko Sugiharjo., MM, Kasiyo, SE, Burdan Fajar, SE**, atas dorongan, maklum, dan kesempatan yang diberikan untuk menyelesaikan studi.
8. **Zulkifli, SE, MM** dan rekan-rekan Staf Pascasarjana, yang telah memberikan support dan semangat kepada penulis.
9. Rekan-rekan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak ada hentinya mengingatkan penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Rekan-rekan di angkatan 2012 yang berjuang bersama-sama menyelesaikan semua tugas yang diberikan oleh Dosen, termasuk menyelesaikan tesis.
11. Dan para pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jakarta, 6 Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2. Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....	18
2.2. Komunikasi Organisasi.....	21
2.3. Public Relations.....	24
2.4. Corporate Social Responsibility.....	28
2.5. Organization-Public Relationship.....	35
2.6. Corporate Image.....	39
2.7. Corporate Reputation.....	43
2.8. Kerangka Pemikiran.....	50
2.8.1. Hipotesis Teori.....	52
2.8.2. Perumusan Hipotesis.....	53
2.9. Kerangka Teoritis	
2.9.1. Corporate Communication.....	54
2.9.2. Stakeholder Management.....	56
2.9.3. Corporate Social Responsibility dan Stakeholder Management.....	62

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Tipe Penelitian.....	65
3.2.	Metode Penelitian.....	65
3.3.	Populasi dan Sampling.....	
3.3.1.	Populasi.....	66
3.3.2.	Sampel.....	66
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	67
3.4.	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	
3.4.1.	Definisi Konsep.....	68
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep.....	74
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.6.	Pretest	
3.6.1.	Uji Validitas.....	77
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	78
3.7.	Analisis Data.....	78
3.7.1.	Uji Kesesuaian Model.....	79
3.7.2.	Uji Hipotesis.....	80
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	82
4.2.	Hasil Penelitian.....	89
4.2.1.	Deskripsi Objek Penelitian dan Karakteristik Responden.....	89
4.2.1.1.	Jenis Kelamin Responden.....	89
4.2.1.2.	Usia Responden.....	90
4.2.1.3.	Pendidikan Terakhir.....	90
4.2.1.4.	Lama Bertani Karet.....	91
4.2.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	91
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	95
4.2.3.	Analisa Uji Kesesuaian Model.....	96
4.2.4.	Statistik Deskriptif.....	97
4.2.5.	Uji Hipotesis.....	105
4.3.	Pembahasan.....	108
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan Penelitian.....	116
5.2.	Saran Penelitian.....	118
5.2.1.	Saran Akademis.....	118
5.2.2.	Saran Praktis.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasionalisasi Konsep.....	74
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden.....	89
Tabel 4.2.	Usia Responden.....	90
Tabel 4.3.	Pendidikan Terakhir.....	90
Tabel 4.4.	Lama Bertani Karet.....	91
Tabel 4.5.	Uji Validitas Variabel Corporate Social Responsibility.....	92
Tabel 4.6.	Uji Validitas Variabel Organization-public Relationship.....	93
Tabel 4.7.	Uji Validitas Variabel Corporate Reputation.....	94
Tabel 4.8.	Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.9.	Kriteria Goodness of Fit Models.....	97
Tabel 4.10.	Statistik Deskriptif Corporate Social Responsibility.....	99
Tabel 4.11.	Statistik Deskriptif Organization-public Relationship.....	101
Tabel 4.12.	Statistik Deskriptif Corporate Reputation.....	103
Tabel 4.13.	Standardized Regression Weight.....	105
Tabel 4.14.	Uji Hipotesis.....	106
Tabel 4.15.	Uji Hipotesis 1.....	106
Tabel 4.16.	Uji Hipotesis 2.....	107
Tabel 4.17.	Uji Hipotesis 3.....	108

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1.	Negara Produsen Batubara Tahun 2015.....	2
Gambar	1.2.	Produksi, Ekspor, Konsumsi & Harga Batubara per Tahun.....	3
Gambar	1.3.	Kontribusi Sektor ESDM pada Penerimaan Negara Tahun 2010-2014.....	5
Gambar	2.1.	Model Pembentukan Citra.....	40
Gambar	2.2.	Model Kerangka Konseptual.....	52
Gambar	2.3.	Hipotesa 1.....	53
Gambar	2.4.	Hipotesa 2.....	54
Gambar	2.5.	Hipotesa 3.....	54
Gambar	2.6.	Bagan Kerangka Teoritis.....	64
Gambar	4.1.	Structural Equation Modeling.....	96

