



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi Public Relations**

Roro Ayu Fatmawati  
44216110051

## **PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONCIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUM BULOG**

Bibliografi : 5 Bab 135 halaman + Lampiran + 20 Buku + 18 Jurnal + 7 Internet

### **ABSTRAK**

Perum BULOG adalah satu BUMN yang bergerak di bidang logistik, dan bertugas mengelola swasembada pangan di Indonesia. Perum BULOG terkenal dengan program rastra (beras sejahtera) atau raskin (beras miskin) yang diberikan kepada masyarakat menengah ke bawah. Banyak masyarakat yang menyatakan bahwa program ini sesungguhnya sangat membantu bagi masyarakat yang kurang mampu, namun kualitas beras yang diberikan hendaknya ditingkatkan kembali. Masyarakat yang menerima program bantuan ini sering mengeluhkan, bahwa beras yang diperoleh kotor; berbau apek; bahkan berketu. Inilah yang kemudian membuat masyarakat memandang Perum BULOG sebelah mata, eksistensi Perum BULOG pun mulai menurun. Untuk itu, Perum BULOG mencoba membuat suatu program *corporate social responsibility* (CSR) untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap Perum BULOG. Program ini diberi nama Rumah Pangan Kita (RPK).

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh program CSR terhadap citra Perum BULOG, dan mengetahui seberapa besar pengaruh program CSR tersebut terhadap citra Perum BULOG. Peneliti menggunakan metode penarikan sampel *probabilitas sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji bivariate dan regresi linear sederhana. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah program CSR berpengaruh terhadap citra Perum BULOG. Hal tersebut terlihat dari hasil uji t dan regresi linear sederhana yang menyatakan bahwa nilai t hitung  $>$  t tabel, ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,539, artinya ada pengaruh program CSR sebesar 53,9 % dan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti libatkan pada penelitian ini.

Kata kunci: *corporate social responsibility*; pengaruh, citra



**Mercu Buana University**  
**Faculty of Communication**  
**Public Relations Study Program**  
Roro Ayu Fatmawati  
44216110051

## **THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAMS ON THE IMAGE OF PERUM BULOG**

Bibliografi : 5 Chapter 135 Pages + Attachment + 20 Books + 18 Journals + 7 Internet Articles

### **ABSTRACT**

Perum BULOG is one of the State Owned Enterprises which engaged in the Logistics field and is in charge of managing the food self sufficiency in Indonesia. Perum BULOG famous for its Rastra (Beras Sejahtera) or Raskin (Beras Raskin) program that has given to the lower class of society. Many people stated that this program was very helpful for the poor, but the rice quality that has given to them must be improved again. People who receive this assistance program often complain that the rice which is obtained dirty, have a bad smell, and there is even a nail. This is what makes the public perceives. Perum BULOG by one eye, the existence of Perum BULOG begins to decline.

Therefore, Perum BULOG trying to make the Corporate Social Responsibility (CSR) program to change the view of the community towards Perum BULOG. This program is named Rumah Pangan Kita (RPK). The purpose of this research is to find out the influence of CSR programs on the image of Perum BULOG, and to find out how much the impact of the CSR program has on the image of Perum BULOG. The Researcher used a sample probability sampling method. This research type is quantitative, with a positivistic paradigm. The research method used is survey. The data analysis technique used is bivariate test and simple linear regression. The conclusion that can be drawn from this study is the CSR program has an effect on the image of BULOG. This can be seen from the results of the t test and simple linear regression which states that the value of T count > T table, it means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. And the magnitude of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.539, meaning that there is an influence of CSR programs of 53,9 % and the 46,1 % remaining is influenced by other variables that the researchers did not involve in this study.

Keyword : Corporate Social Responsibility, impact, image.