



**PENGARUH KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP CITRA PT INDOSAT TBK DI KALANGAN *iGENERATION*  
Survei pada Pelajar SMKN 27 Jakarta Peserta *Event Digital Day* Tahun 2020**

**SKRIPSI**

Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata I (S-1) Fakultas Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Disusun Oleh:

**RINNEKE RAHMASARI**

**44216120005**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. INDOSAT TBK DI KALANGAN  
IGENERATION Jakarta (Survei  
Pada Pelajar SMKN 27 Jakarta Peserta Digital Day Tahun 2020)**

Nama : Rinneke Rahmasari  
Nim : 44216120005  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 21 Januari 2021 Mengetahui, **Pembimbing**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
*Mochammad Taufiq Hidavat*

Mochammad Taufiq Hidavat, M.Ikom.



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH KEGIATAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT.  
INDOSAT TBK DI KALANGAN IGENERATION Jakarta (Survei  
Pada Pelajar SMKN 27 Jakarta Peserta Digital Day Tahun 2020)**

Nama : Rinneke Rahmasari  
Nim 44216120005  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta , 21 Januari 2021

Mengetahui,

**Ketua Sidang**

( Anindita, S.Pd, M.I.Kom)

(.....)

**Penguji Ahli**

( Dr. A. Rahman, HI, M.Si)

(.....)

**Pembimbing**

( Mochamad Taufiq Hidayat M.Ikom )

(.....)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAKSI

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dilakukan oleh berbagai organisasi dan perusahaan. Kegiatan CSR yang menjadi salah satu tugas dari *Public Relations* membutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam penelitian ini membahas dan mencermati sudut pandang kalangan *iGeneration* sebagai target partisipasi kegiatan CSR perusahaan layanan telekomunikasi di Indonesia. *iGeneration* adalah kalangan yang menggunakan internet dalam kehidupan kesehariannya. *iGeneration* menarik menjadi fokus kajian karena memiliki karakteristik yang berbeda sehingga membutuhkan pendekatan *Public Relations* yang berbeda pula.

Dalam hal ini, beberapa teori mengatakan salah satu tujuan dari kegiatan CSR adalah membangun citra yang positif bagi suatu organisasi atau perusahaan. Selain itu, ada beberapa penelitian yang menguji kegiatan CSR perusahaan dan beberapa diantaranya membuktinya bahwa adanya pengaruh dari citra perusahaan yang diteliti.

Desain penelitian yang digunakan adalah kausalitas, dimana menguji seberapa besar pengaruh diantara dua variabel. Paradigma penelitian yang digunakan adalah positivisme dan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode survey yaitu menyebarkan kuisioner kepada objek penelitian.

Hasil dari penelitian ini, berdasarkan perhitungan uji parsial atau uji T menggunakan SPSS 26 untuk Windows didapatkan thitung 9,173 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena thitung lebih besar dari ttabel atau  $9,173 > 1,986$  atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ), maka secara parsial variabel kegiatan CSR (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) di Kalangan *iGenerations* Jakarta 2020. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ilmu komunikasi khususnya penjelasan dari pengaruh Citra terhadap kegiatan CSR dan dapat menarik perhatian peneliti lainnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini atau membuat penelitian serupa yang berguna bagi masyarakat luas.

MERCU BUANA

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan, *iGeneration*. literasi digita

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan skema Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan PT Indosat Tbk Di Kalangan *iGeneration* Jakarta (Survey Pada Pelajar SMKN 27 Jakarta Tahun 2020)”. Tidak hanya untuk mencapai kelulusan dalam mata kuliah Tugas Akhir, peneliti menyusun Skripsi ini guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan masa studi peneliti di Universitas Mercu Buana Menteng Jakarta.

Dalam kata pengantar ini, peneliti memohon izin untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini, terutama kepada:

1. Bapak Taufiq Hidayat M.Ikom, selaku dosen pembimbing peneliti selama penelitian ini mulai dari Mata Kuliah Riset hingga Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Farid Hamid S.I. M dan Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom, selaku dosen pengampu Mata Kuliah Riset dan Tugas Akhir yang juga telah membantu dan membimbing peneliti dalam penelitian ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa agar peneliti tetap semangat menyelesaikan penelitian ini.
4. Rizki Putra Hartawan S.Tr.KKK yang selalu mendukung dan hadir menemani disetiap proses hingga pengujian serta suka duka peneliti menyelesaikan masa studi.
5. Sahabat D’Harmonis yaitu Arma Oktaviani, Hani Munitarini, Siska Amiati Awaliyah, dan Pradita Herdianti yang juga senantiasa mendukung dan memberikan semangat penuh untuk peneliti dapat menyelesaikan penelitian saat ini.
6. Kepada seluruh pihak dari SMKN 27 Jakarta yang membantu dan bersedia menjadi objek penelitian dari penelitian ini.
7. Kepada seluruh pihak dari PT. Indosat Tbk yang membantu dan bersedia menjadi objek penelitian dari penelitian ini,
8. Kepada teman-teman di Universitas Mercu Buana Menteng yang sudah membantu dan mendukung peneliti selama proses menyelesaikan masa studi.
9. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, peneliti ucapkan terima kasih karena telah membuat peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti menerima semua kritik dan saran yang membangun untuk penelitian ini. Peneliti juga berharap kedepannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Desember 2020

Peneliti.

## DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Tugas Akhir Skripsi .....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi .....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tugas Akhir .....	iv
Lembar Pernyataan Karya Sendiri .....	v
Abstraksi .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Kajian Teoritis .....	
2.2.1. <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	25
2.2.3. Citra Perusahaan .....	29
2.2.4. Kemasan <i>Event</i> Untuk Citra Perusahaan .....	31
2.2.5. Literasi Digital .....	33
2.2.6. <i>IGeneration</i> .....	35
2.3. Hipotesis Teori .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	
3.1. Paradigma Penelitian .....	40
3.2. Metode Penelitian .....	41
3.3. Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1. Populasi .....	43
3.3.2. Sampel .....	44
3.3.3. Alokasi Sampel .....	44
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep .....	46
3.4.1. Definisi Konsep .....	46



3.4.2. Operasionalisasi Variabel .....	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5.3. Uji Validitas.....	62
3.5.4. Uji Reliabilitas .....	63
3.5.5. Uji Hipotesis .....	64
3.6. Teknik Analisa Data .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	68
4.1.2. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan .....	70
4.1.3. Logo Perusahaan.....	71
4.1.4. Kegiatan CSR <i>Digital Day</i> .....	72
4.2. Hasil Penelitian .....	75
4.2.1. Karakteristik Responden.....	76
4.2.2. Hasil Penelitian Variabel X .....	83
4.2.3. Hasil Penelitian Variabel Y .....	93
4.2.4. Uji Hipotesis .....	104
4.3. Pembahasan.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	
5.1. Kesimpulan .....	118
5.2. Saran .....	119
5.2.1. Akademis .....	119
5.2.2. Praktis .....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	121

## Daftar Tabel

Tabel 1. Gambaran kegiatan CSR dari beberapa Perusahaan .....	2
Tabel 2. Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. Operasionalisasi Konsep .....	50
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X .....	59
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	60
Tabel 6. Tolok Ukur Tingkat Reliabilitas .....	62
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	64
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	64
Tabel 9. Sejarah Singkat PT. Indosat Tbk. ....	68
Tabel 10. Hasil Koefisien Uji T Parsial .....	105

## Daftar Gambar

Gambar 1. <i>Roadshow</i> Program <i>CSR Digital Day</i> #BijakBersosmed .....	10
Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	39
Gambar 3. Logo Indosat Periode 1984 - 2005 .....	71
Gambar 4. Logo Indosat Periode 2005 - 2015 .....	71
Gambar 5. Logo Indosat Periode 2015 - Present .....	72
Gambar 6. Tim Indosat Ooredoo Foto Bersama Peserta <i>Digital Day</i> (1) .....	73
Gambar 7. Tim Indosat Ooredoo Foto Bersama Peserta <i>Digital Day</i> (2) .....	74
Gambar 8. Diagram Hasil Survei Gender Peserta <i>Digital Day</i> .....	76
Gambar 9. Diagram Hasil Survei Penggunaan Internet Peserta <i>Digital Day</i> .....	77
Gambar 10. Diagram Hasil Survei Rata-Rata Penggunaan Internet Perhari .....	78
Gambar 11. Diagram Hasil Survei Aktivitas Peserta Mengakses Internet .....	79
Gambar 12. Diagram Hasil Survei Media Sosial Yang Digunakan .....	80
Gambar 13. Diagram Hasil Survei Media Komunikasi Yang Digunakan .....	81
Gambar 14. Diagram Hasil Survei Yang Menggunakan Produk PT. Indosat .....	82
Gambar 15. Diagram Dimensi Komunikasi .....	84
Gambar 16. Diagram Dimensi Subjek Komunikasi .....	86
Gambar 17. Diagram Dimensi Konten Komunikasi .....	89
Gambar 18. Diagram Dimensi Komunikatif Formulir .....	91
Gambar 19. Diagram Dimensi <i>Corporate Identity</i> .....	94
Gambar 20. Diagram Dimensi <i>Personality</i> .....	96
Gambar 21. Diagram Dimensi <i>Values</i> .....	99
Gambar 22. Diagram Dimensi <i>Reputation</i> .....	102

## Daftar Lampiran

Lampiran I. Kuisisioner Penelitian .....	126
Lampiran 2. Curriculum Vitae .....	141
Lampiran 3. Identitas Responden.....	142
Lampiran 4. Coding Sheet Variabel X.....	150
Lampiran 5. Coding Sheet Variabel Y .....	154
Lampiran 6. Approval Letter Research .....	158

