



**PENGARUH KOMUNIKASI CSR DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
MELALUI LEGITIMASI PERUSAHAAN PT. GOTO
GOJEK TOKOPEDIA TBK**

TESIS

Resya Andriani Putri

55223110031

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025



**PENGARUH KOMUNIKASI CSR DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
MELALUI LEGITIMASI PERUSAHAAN PT. GOTO
GOJEK TOKOPEDIA TBK**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

Resya Andriani Putri

55223110031

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Resya Andriani Putri
NIM : 55223110031
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap
Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT.
Goto Gojek Tokopedia Tbk

Jakarta, 25 Juni 2025

Dosen Pembimbing

(Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap
Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT. Goto
Gojek Tokopedia Tbk
Nama : Resya Andriani Putri
NIM : 55223110031
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran
Tanggal : 25 Juni 2025

Jakarta, 25 Juni 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si
2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Drs, Ahmad Mulyana, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom.



(.....)



(.....)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap
Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT. Goto
Gojek Tokopedia Tbk

Nama : Resya Andriani Putri

NIM : 55223110031

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

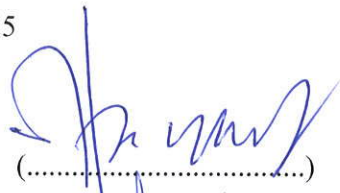
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran

Tanggal : 17 Juni 2025

Jakarta, 25 Juni 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si.
2. Penguji Ahli :
Prof. Dr. Drs, Ahmad Mulyana, M.Si.
3. Pembimbing :
Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom.



(.....)



(.....)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Resya Andriani Putri
NIM : 55223110031
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Komunikasi Korporat & Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap
Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT. Goto
Gojek Tokopedia Tbk

Jakarta, 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing



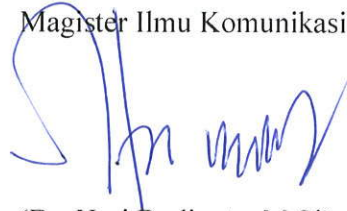
(Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Resya Andriani Putri
NIM : 55223110031
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “PENGARUH KOMUNIKASI CSR DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI LEGITIMASI PERUSAHAAN PT. GOTO GOJEK TOKOPEDIA TBK”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Juni 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 12%.

Jakarta, 20 Juni 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk
Nama : Resya Andriani Putri
N I M : 55223110031
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 17 Juni 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah 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, 20 Juni 2025



Resya Andriani Putri

ABSTRAK

Transformasi ekonomi digital di Indonesia menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi perusahaan, khususnya yang bergerak di sektor teknologi dan platform digital seperti PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kinerja finansial tetapi juga memperkuat legitimasi di mata publik melalui praktik komunikasi tanggung jawab sosial (CSR) dan pengelolaan citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi CSR dan citra perusahaan terhadap kinerja perusahaan, dengan mempertimbangkan peran mediasi legitimasi perusahaan pada PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. Studi ini didasarkan pada teori legitimasi dan teori konstruk sosial, yang menekankan pentingnya persepsi publik, norma, dan nilai sosial dalam membentuk kepercayaan serta dukungan terhadap perusahaan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan paradigma positivis, menggunakan metode survei terhadap pemangku kepentingan PT. GOTO. Sampel penelitian terdiri dari 400 responden yang merupakan stakeholder perusahaan dan dipilih melalui teknik *purposive sampling* agar hasil penelitian relevan dan representatif terhadap konteks industri digital di Indonesia. Untuk menguji tujuh hipotesis, penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi CSR berpengaruh positif sebesar 13,4% dan citra perusahaan sebesar 61% terhadap kinerja PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. Komunikasi CSR juga berpengaruh 43,3% terhadap legitimasi, sedangkan citra perusahaan sebesar 47%. Legitimasi memberikan pengaruh sebesar 23,2% terhadap kinerja, serta memediasi hubungan komunikasi CSR dan kinerja sebesar 42,9%, serta hubungan citra perusahaan dan kinerja sebesar 15,1%. Hal ini menegaskan pentingnya komunikasi strategis dalam membangun reputasi dan legitimasi perusahaan melalui komunikasi CSR, membangun citra, transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata Kunci : Komunikasi CSR, Citra Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Legitimasi Perusahaan

ABSTRACT

The digital economic transformation in Indonesia presents both challenges and opportunities for companies, particularly those operating in the technology and digital platform sectors, such as PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. In this context, companies are not only expected to enhance financial performance but also to strengthen public legitimacy through strategic corporate social responsibility (CSR) communication and corporate image management. This study aims to analyse the effects of CSR communication and corporate image on corporate performance, while considering the mediating role of corporate legitimacy in the case of PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. Grounded in legitimacy theory and social construction theory, the study underscores the significance of public perception, social norms, and values in shaping trust and stakeholder support. A quantitative approach with a positivist paradigm was employed, using a survey method targeting PT. GOTO stakeholders. A total of 400 respondents were selected through purposive sampling to ensure contextual and industrial relevance. Structural Equation Modelling (SEM) was used to test the proposed seven hypotheses and examine the interrelationships among variables. The findings reveal that CSR communication positively influences corporate performance by 13.4%, while corporate image contributes a stronger effect of 61%. CSR communication also impacts legitimacy by 43.3%, and corporate image by 47%. Furthermore, legitimacy has a 23.2% positive effect on performance and mediates the relationship between CSR communication and performance by 42.9%, as well as the relationship between corporate image and performance by 15.1%. These results highlight the critical role of strategic communication in fostering corporate legitimacy and reputation through CSR, image-building, transparency, and social responsibility.

Keywords : CSR Communication, Corporate Image, Corporate Performance, Corporate Legitimacy

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis dengan judul “Pengaruh Komunikasi CSR dan Citra Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Legitimasi Perusahaan PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk” ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program pascasarjana program studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Enjang Pera Irawan, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing Tesis yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan, meluangkan waktu, memberikan saran, dan semangat untuk memberikan arahan selama penulisan Tesis ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Heri Budianto, M Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
5. Keluarga tercinta, ibu Nurhayati, kang Aden Ruhimat dan Cecilia yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah pascasarjana.

6. Kawan kawan MIKOM UMB khususnya kepada Veranika, Nedia, Vira, serta rekan kerja bapak Adhi Mursito (direktur PT. Star SCI, selaku atasan saya di kantor) dan sahabat Ulin Nuha Shovy yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini, semoga silaturahmi & kekompakan kita semua tetap terjaga.
7. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Juni 2025

Resya Andriani Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kontribusi Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Kajian Pustaka.....	23
2.2. Landasan Teoritis	67
2.2.1. Teori Legitimacy	67
2.3. Landasan Konseptual	74
2.3.1. Komunikasi CSR.....	74
2.3.2. Citra Perusahaan	77
2.3.3. Kinerja Perusahaan.....	83
2.4 Hipotesis Penelitian.....	86
2.4.1. Pengaruh Komunikasi CSR Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	86

2.4.2.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	88
2.4.3.	Pengaruh Komunikasi CSR Terhadap Legitimasi Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	90
2.4.4.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Legitimasi Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	92
2.4.5.	Pengaruh Legitimasi Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	94
2.4.6.	Peran Legitimasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Komunikasi CSR Dan Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	96
2.4.7.	Peran Legitimasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Citra Perusahaan Dan Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk.	99
2.5	Kerangka Penelitian	101
BAB III METODE PENELITIAN		103
3.1.	Paradigma Penelitian.....	103
3.2.	Metode Penelitian	104
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	105
3.3.1.	Populasi Penelitian	105
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	106
3.4.	Teknik Penarikan Sampel	108
3.5.	Definisi dan Operasional Konsep.....	108
3.5.1.	Definisi Konsep.....	108
3.5.2.	Operasional Variabel.....	113
3.6.	Teknik Pengukuran	120
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	121
3.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas	122
3.9.	Metode Analisis Data	127
3.9.1.	Analisis Statistik Deskriptif	127
3.9.2.	Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM).....	128
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		138
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	138
4.2.	Analisis Deskriptif	143
4.2.1	Deskriptif Responden.....	143
4.2.2	Deskriptif Variabel.....	148
4.2.3	Hasil Analisis Data Penelitian.....	154
4.2.4	Hasil Evaluasi Pengujian Hipotesis	169
4.3.	Pembahasan.....	176

4.3.1	Pengaruh Komunikasi CSR Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	177
4.3.2	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	179
4.3.3	Pengaruh Komunikasi CSR Terhadap Legitimasi Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	181
4.3.4	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Legitimasi Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	183
4.3.5	Pengaruh Legitimasi Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	184
4.3.6	Pengaruh Mediasi Legitimasi Perusahaan Pada Hubungan Komunikasi CSR terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	186
4.3.7	Pengaruh Mediasi Legitimasi Perusahaan Pada Hubungan Citra Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk	188
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		191
5.1	Kesimpulan	191
5.2	Saran	193
5.2.1	Saran Praktis	193
5.2.2	Saran Akademis	194
DAFTAR PUSTAKA		197
LAMPIRAN		213
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian		213
Lampiran 2. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel X1		219
Lampiran 3. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel X2 dan Z		220
Lampiran 4. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel Y		222
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup		224

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1. Operasional Variabel	112
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Pre Test – 50 Responden	122
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas Pre Test – 50 Responden	125
Tabel 4.1. Rangkuman Kontroversi Legitimasi GoTo	138
Tabel 4.2. Pertanyaan Saringan.....	142
Tabel 4.3. Profil Responden	143
Tabel 4.4. Deskriptif Komunikasi CSR.....	147
Tabel 4.5. Deskriptif Citra Perusahaan	149
Tabel 4.6. Deskriptif Legitimasi Perusahaan	150
Tabel 4.7. Deskriptif Kinerja Perusahaan	152
Tabel 4.8. Normalitas Data	154
Tabel 4.9. Hasil Nilai Outer Loadings.....	158
Tabel 4.10. Hasil Nilai Outer Loadings (Modifikasi).....	161
Tabel 4.11. Hasil Nilai Average Variance Extracted	162
Tabel 4.12. Nilai HTMT^{Inference}	163
Tabel 4.13. Hasil Nilai Cross Loadings	164
Tabel 4.14. Hasil Nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability	166
Tabel 4.15. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	167
Tabel 4.16. Hasil Nilai Relevansi Prediktif (Q-Square).....	167
Tabel 4.17. Hasil Nilai Model Fit	168
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis.....	170

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia (GMV)	1
Gambar 1.2. Pertumbuhan Ekonomi Digital Asean-6 (GMV)	3
Gambar 1.3. Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia (GMV) Menurut Sektor	4
Gambar 1.4. Demo Mitra Driver 29 Agustus 2024	14
Gambar 1.5. Pendapatan PT Goto Gojek Tokopedia Tbk.....	15
Gambar 1.6. Bentuk Komunikasi CSR Gojek Melalui Kanal Youtube	16
Gambar 2.1. Tahapan Proses Systematic Literature Review (SLR).....	22
Gambar 2.2. Hasil <i>Systematic Literature Review</i> (SLR).....	23
Gambar 2.3. Konsep <i>Tripple Bottom Line</i>	69
Gambar 2.4. Kerangka Teori Legitimasi Perusahaan.....	70
Gambar 2.5. Pendapatan PT Goto Gojek Tokopedia Tbk.....	1500
Gambar 3.1. Hasil PLS Algorithm Pre Test 50 Responden	124
Gambar 3.2. Model Mediasi Sederhana.....	134
Gambar 3.3. Alur Analisis Pengelompokan Mediasi.....	135
Gambar 4.1. Hasil Model Pegukuran PLS Algorithm.....	157
Gambar 4.2. Hasil Model Pegukuran PLS Algorithm (Modifikasi)	160
Gambar 4.3. Hasil Model Pegukuran PLS Bootstrapping	169
Gambar 4.4. Diagram Hasil Akhir Penelitian	175

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	213
Lampiran 2. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel X1	219
Lampiran 3. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel X2 dan Z	220
Lampiran 4. Tabulasi Data Pre Test 50 Responden Variabel Y	222
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	224