



**PROSES KERJA KBL DALAM MENJALANKAN PROGRAM  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI PT. PELINDO 1  
(PERSERO) CABANG PEKANBARU UNTUK  
MENINGKATKAN CITRA**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Himpunan Ilmiah UIN

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**ARIF CENDEKIAWAN**  
**NIM.11643102023**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2021**



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Arif Cendekiawan

NIM : 11643102023

Judul Skripsi : **Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing,

**Julis Suriani, M.I.Kom**  
NIK. 130417019

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
NIP.19691118 199603 2001



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Arif Cendikiawa  
NIM : 11643102023  
Judul : Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 17 Juni 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Juni 2021.

Dekan,

Dr. Nurdin, MA  
NIP.196606202006041015

Tim Penguji,

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, M.Si  
NIP.197806052007011024

Penguji II,

Artis, S.Ag., M.I.Kom  
NIP.196806072007011047

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad, M.Pd.I  
NIP.196805132005011009

Penguji IV,

Rafdeadi, S.Sos., MA  
NIP.19821225011011001



2.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 355 Tuh. Medan. Lampin - Pekanbaru 28293 PO Box. 1304 Telp. 0761-562053  
Fax. 0761 562052 Web: www.uin-suska-riau.id, E-mail: uin-suska@pekanbaru.indonesia.id

## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : ARIF CENDEKIAWAN  
NIM : 11643102023  
Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pelindo 1 (persero)  
Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 28 Oktober 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Desember 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Yantos, S.IP, M.Si  
NIP.19710122200701 1 016

Penguji II,

Edison, S.Sos, M.IKom  
NIK. 130 417 082



2. a. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arif Cendekiawan  
 NIM : 11643102023  
 Tempat/Tanggal Lahir : Marjandi, 4 Juni 1999  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : "Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *Footnote* dan Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar, yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Pekanbaru, 27 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,



*Arif Cendekiawan*

Arif Cendekiawan  
 NIM.11643102023



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. [www.uin-suska.ac.id](http://www.uin-suska.ac.id) E-mail: [iain-sq@pekanbaru-indo.net.id](mailto:iain-sq@pekanbaru-indo.net.id)

Pekanbaru, 21 Maret 2021

No : Nota Dinas  
Lamp : 2 (Eksemplar)  
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**UIN SUSKA Riau**  
di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Arif Cendekiawan

NIM : 11643102023

Judul Skripsi : Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pelindo 1(Persero) Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Citra

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

### Dosen Pembimbing

Handwritten signature: *Henry*

**Julis Suriani, M.I.Kom**

NIK. 130417019



## ABSTRAK

: Arif Cendekiawan  
 : Ilmu Komunikasi  
 : Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan berada. Implementasi *CSR* pada suatu perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan yang baik untuk perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru untuk meningkatkan citra. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif terhadap PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR* yang disalurkan PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru mampu membantu perekonomian, pembangunan fasilitas umum atau pendidikan bagi masyarakat yang berdiam di sekitar lingkungan kerja perusahaan sehingga program-program *CSR* yang diimplementasikan dapat meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari terlaksananya konsep pokok kerja humas dalam meningkatkan citra yaitu *Appreciations of the situations, Defenition of objectives, Defenition of public, Selection of media and techniques, Planning of budget* dan *Assesment of result*.

**Kata kunci : Proses Kerja, CSR, Citra Perusahaan**

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karena tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

: Arif Cendekiawan

: Communication

: *The KBL Work Process in Running the Corporate Social Responsibility Program at PT. Pelindo 1 (Persero) Pekanbaru Branch to Improve Its Image*

Corporate Social Responsibility (CSR) is an action or concept carried out by a company (according to the company's ability) as a form of responsibility for the social or environmental goals. Implementation of CSR in a company can improve a good corporate image for state-owned companies (State-Owned Enterprises). The purpose of this study is to know how the work process of KBL in running the Corporate Social Responsibility program at PT. Pelindo 1 (Persero) Pekanbaru Branch to improve image. This study uses a qualitative descriptive study of PT. Pelindo 1 (Persero) Pekanbaru branch. The research method used is a qualitative method. Data is collected from observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the CSR distributed by PT. Pelindo 1 (Persero) Pekanbaru branch is able to help the economy and build education or public facilities for people who live around the company. As a result, the CSR programs implemented can improve a good image for the company. This can be seen from the implementation of the main concepts of public relations work in improving the images, namely Appreciations of the situations, Definition of objectives, Definition of public, Selection of media and techniques, Planning of budget and Assessment of results.

**Keywords:** Work Process, CSR, Corporate Image.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil‘alamin, Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu‘alaihi wasallam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu (S.I.Kom).

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini berikan kepada yang tercinta dan teristimewa untuk kedua orang tua yakni Ayahanda Santoso dan Ibunda Masnik yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan kasih sayang yang tulus kepada saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih atas doa yang ayah dan ibu selalu dilimpahkan kepada saya yang tiada habisnya. Seterusnya penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag dan Wakil Rektor I, II, dan III beserta seluruh Civitas Akademik.



2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Dr. H. Nurdin, M.A selaku Wakil Dekan I Dr. Masduki, Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si dan Wakil Dekan III Dr. Azni,

Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Dra. Atjih Sukaesih, M.Si dan Bapak Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Yantos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dosen Pembimbing Skripsi Julis Suriani, M.I.Kom terimakasih untuk bimbingan dan arahan terbaik selama pembuatan skripsi ini.

Bapak Pembimbing Akademik Dr. Muhammad Badri, M.Si yang telah memberikan arahan dan membimbing selama proses perkuliahan di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Para Bapak dan Ibu dosen dan staf FDK yang turut berpartisipasi, menyemangati dan membimbing penulis selama masa pendidikan Strata Satu di UIN Suska Riau.

Ibu Togi Hotmaida M Sihombing, Bapak Nizar Zulmi dan staff-staff PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru yang telah membantu dan memberi arahan selama melaksanakan penelitian skripsi di Kantor PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru.

Semua teman-teman yang memberikan dukungan dan semangat, Riski Rahmadi, Gunawan Subakti, Asep Sirozuddin, Baskoro, Max Olan Sadewo, Habib Haviotena, Bang Reza Naposo, Nova Yulinda, Yuni Julianti, Nur Hikmah dan Raka, yang telah memberikan doa motivasinya serta dukungannya baik secara moril dan materil, serta menjadi orang hebat dunia dan akhirat, insya Allah.

Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa penulisan penulis. Terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan di jurusan tercinta ini.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	3
C. Ruang Lingkup Kajian .....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Kajian Terdahulu .....	7
B. Kajian Teori .....	13
C. Konsep Operasional .....	30
D. Kerangka Pikir .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	33
C. Sumber Data .....	34
D. Informan Penelitian .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Validitas Data .....	36
G. Teknik Analisis Data .....	37



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah PT. Pelindo 1 (persero) .....	38
B. Visi Misi PT. Pelindo 1 (persero) .....	39
C. Dasar Hukum Pendirian .....	39
D. Bidang Usaha .....	40
E. Struktur PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru .....	40

#### BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian .....	41
B. Pembahasan .....	51

#### BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	62

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR BAGAN

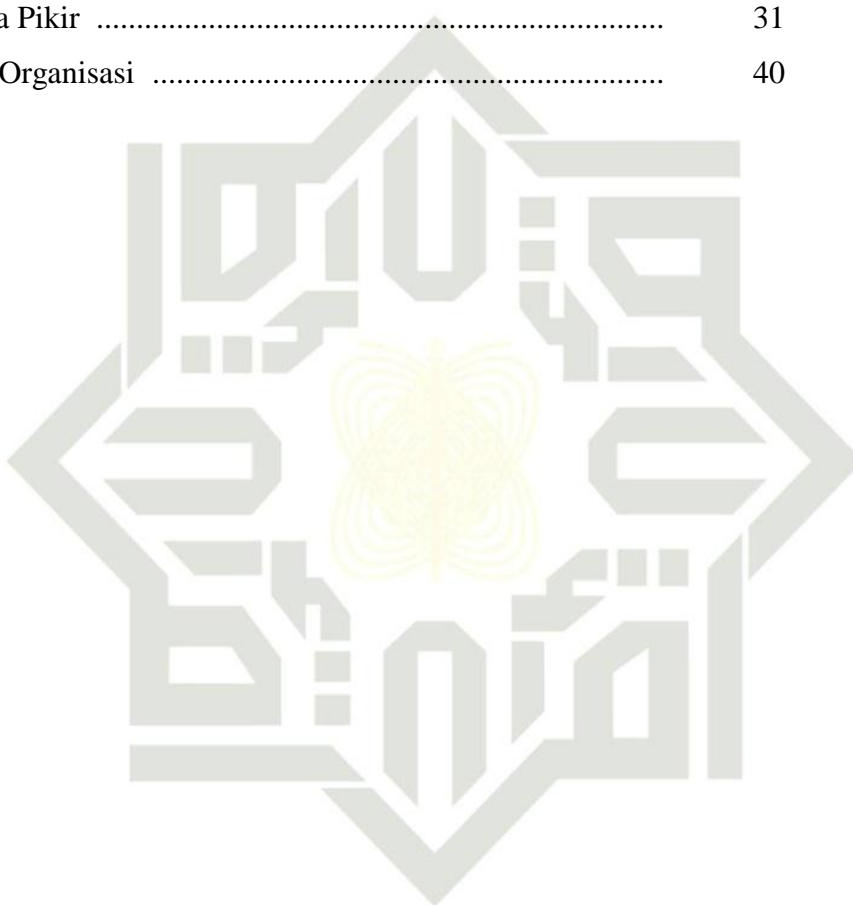
Bagan 2. Ilustrasi Hubungan antara Profit, People, dan planet.....	19
--	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	34
-------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	40



UIN SUSKA RIAU



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan berada. Contoh dari bentuk tanggung jawab bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

Program CSR merupakan salah satu bentuk pekerjaan dari humas untuk menjalin serta mempertahankan hubungan baik antara perusahaan dengan khalayak sekitar agar opini masyarakat bisa selalu positif terhadap perusahaan.

Humas mempunyai tugas untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik (masyarakat), di samping itu untuk menciptakan, membina, dan memelihara sikap budi yang meluangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan pihak lain dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.<sup>1</sup> Untuk menciptakan atau membina hubungan yang baik antara publik eksternal dengan instansi agar hubungan diantara kedua belah pihak bisa terjalin harmonis dan citra perusahaan meningkat maka dibutuhkanlah proses kerja PR yang baik.<sup>2</sup>

Sebagaimana sebutan bagian yang menjalankan fungsi humas, bagian dikhususkan untuk mengelola Program CSR dalam instansi ini disebut KBL (Kembaraan dan Bina Lingkungan) menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citranya. Sehingga masyarakat memberi respon

Widjaja, Komunikasi ; *komunikasi & hubungan masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara. 2008.) 28  
 Frank Jeffries, *Public Relations Techniques*, (Jakarta: Erlangga, 1992), 44



2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hubungan yang efektif dan harmonis antara pihak-pihak yang berkepentingan sangat mendukung terwujudnya tujuan dan kepuasan bersama. Oleh karena itu, diperlukan suatu divisi kerja yang mampu menjadi mediator untuk menjembatani antara publik dengan perusahaan. Dari sinilah eksistensi Humas difungsikan melalui hubungan-hubungan yang harmonis dan simbiosis mutualisme antara instansi dengan publiknya. Salah satu instansi yang berkewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah perusahaan.<sup>3</sup>

PT. Pelabuhan Indonesia 1 (persero) atau Pelindo 1 cabang Pekanbaru pernah menerima penghargaan sebagai Dedikasi Terhadap Pembangunan Melalui CSR di Kabupaten Siak dari Bupati Siak pada tahun 2017<sup>4</sup>, selaras dengan pemberitaan media Waspada.co.id, memberitakan bahwa sampai dengan semester I tahun 2020, Pelindo 1 telah merealisasikan program bantuan bina lingkungan sebesar Rp 5,41 Miliar yang disalurkan untuk bantuan korban bencana alam, pendidikan atau latihan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana, sarana ibadah, pelestarian alam, serta bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan di seluruh wilayah kerja PT. Pelindo 1 (persero)<sup>5</sup>.

Berdasarkan latar belakang diatas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Peneliti ingin meneliti bagaimana Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra.

<sup>3</sup> Poerwopoesito, Menggugah Mentalis Profesional dan pengusaha Indonesia, (Jakarta: Grasindo, 2010),

<sup>4</sup> <https://www.pelindo1.co.id/cabang/PBR/id/informasi/Pages/Penghargaan.aspx>, diakses pada 25 Juni 2021, pukul 14:43 WIB.

<sup>5</sup> <https://waspada.co.id/2020/08/kemajuan-pelindo-1-selaras-dengan-kemajuan-daerah-sekitarnya/>, diakses pada 16 Oktober 2020, pukul 1:35 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Penegasan Istilah

Agar kajian ini mudah dimengerti dan untuk menghindari kekeliruan dalam memahami istilah pada judul, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah yang digunakan judul ini:

1. *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah konsep manajemen yang menggunakan pendekatan “*triple bottom line*” yaitu keseimbangan antara mencetak keuntungan, harus seiring dan berjalan selaras dengan fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup demi terwujudnya pembangunan yang *sustainable* (berkelanjutan)<sup>6</sup>.
2. PT. Pelabuhan Indonesia 1 (Persero) atau yang kerap disebut Pelindo 1 adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pelabuhan. Wilayah kerja usaha PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) meliputi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Sumatera Utara (Sumut), Riau dan Kepulauan Riau (Kepri)<sup>7</sup>.
3. Citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan<sup>8</sup>. Citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan oleh perusahaan atau instansi kepada publik atau khalayaknya agar timbul opini publik yang positif tentang instansi tersebut.

## C. Ruang Lingkup Kajian

Dalam penelitian ini Penulis memfokuskan pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Jackie Ampadar, *CSR Dalam Praktik di Indonesia: Wujud Kepedulian Dunia Usaha*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 45.

“Pelabuhan Indonesia I (Persero),” diakses pada 28 Juli 2020, pukul 15.08 WIB, [www.pelindo1.co.id](http://www.pelindo1.co.id).

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (1990), 667.



Has Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka timbul permasalahan yang diteliti, yaitu: Bagaimana implementasi program *corporate social responsibility* PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan citra?

## E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru.

### 2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, baik secara teoritis dan praktis. Dan manfaat penelitian tersebut terurai dengan sebagai berikut:

#### a. Secara Teoritis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan juga menjadi salah satu referensi kajian *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama bagi mahasiswa.

#### b. Secara Praktis

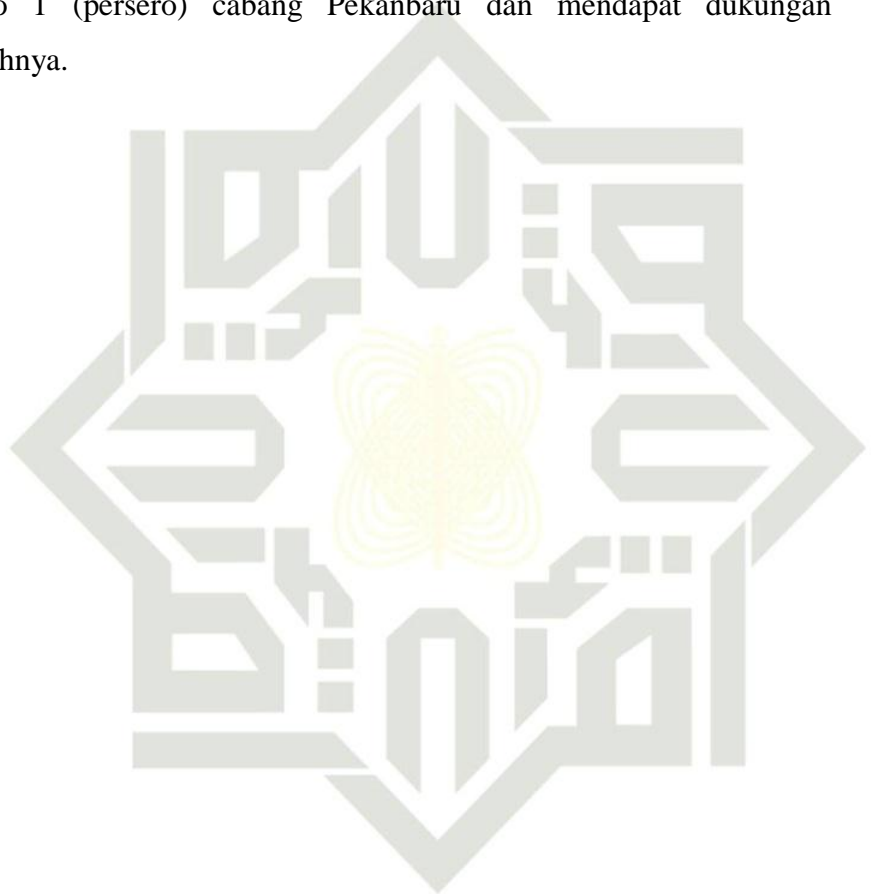
##### 1) Manfaat untuk PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam membentuk citra. Sehingga dapat memberikan kontribusi dan masukan positif bagi PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru untuk memaksimalkan pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat meningkatkan citra di hadapan masyarakat.



## 2) Manfaat untuk masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui tentang program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilaksanakan oleh PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru, sehingga dapat memberikan respon positif ataupun *good image* terhadap PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dan mendapat dukungan sepenuhnya.



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **Sistematika Penulisan**

### **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini berisi kajian teori yang berisi informasi-informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, kajian terdahulu dan kerangka pikir yang disusun berdasarkan pada kajian teori dan hasil penelitian yang relevan.

### **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data yang di dalamnya juga terdapat siapa-siapa yang akan dijadikan subjek dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan uraian yang akan memberikan gambaran umum mengenai subjek dan objek pada penelitian ini.

### **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian yang meliputi paparan data yang diperoleh dari pengamatan dan hasil wawancara serta deskripsi informasi lainnya.

### **BAB VI**

### **PENUTUP**

Berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* di BUMN (Badan Usaha Milik Negara) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) memberikan potensi untuk mendapatkan informasi maupun pengetahuan yang lebih luas. Dalam hal ini penulis telah mencari dan membaca dari penelitian yang sudah dilakukan para peneliti terutama tentang program CSR. Dari begitu banyak penelitian mengenai program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ada beberapa penelitian yang dianggap masih relevan untuk mendukung dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rizki Fauzia dengan judul “Aplikasi Konsep CSR dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif-Kualitatif PT. Astra International Tbk.). Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dan penelitian ini mendalami konsep serta aplikasi CSR sebagai upaya untuk membangun citra PT. Astra Internasional Internasional Tbk. Persamaan penelitian saudara Rizki Fauzia terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu metode kualitatif dan obyek penelitiannya yang mensoroti program CSR dalam suatu organisasi atau perusahaan/institusi. Selain itu perbedaannya adalah penelitian saudara Rizki Fauzia mendalami konsep serta aplikasi CSR untuk membangun citra, sedangkan penelitian yang akan peneliti laksanakan mendalami proses kerja KBL dalam menjalankan program CSR untuk membentuk citra. Perbedaan juga terletak pada subjek penelitian yang diteliti.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Mukhlisah dengan judul “Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank Riau Kepri Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan”. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Riau Kepri konsisten melaksanakan program *CSR* sejak awal berdiri. Namun terjadi perubahan nama program dan bentuk bantuan seiring dengan perkembangan waktu. Bentuk praktik dari program *CSR* Bank Riau Kepri disebut DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat).
3. Febrina Permata Puteri dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Mempertahankan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Angkasa Pura 1 Adisutjipto Yogyakarta Pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan)”. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dan tujuan dari penelitian yaitu guna mengetahui implementasi program *CSR* yang dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Yogyakarta melalui PKBL sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan citra perusahaan.
4. Khairunnisak Afrini Sirait dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan PT. Anglo Eastern”. Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi *CSR* yang dilakukan oleh PT. Anglo Eastern Plantations sekaligus melihat keseriusan dan pelaporan dalam implementasi *CSR* perusahaan.
5. Dadang Azwar Aditya dengan judul skripsi Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Perusahaan (Studi Di PT. Sidomuncul Semarang). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Corporate Social*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Responsibility (CSR) Terhadap Perusahaan (Studi Di PT. Sidomuncul Semarang).* Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data kuisioner dan wawancara mendalam. Hasil penelitian membuktikan bahwa bagi lingkungan dan masyarakat yakni bidang pendidikan, berupa pembangunan sarana pendidikan dan beasiswa. Perbaikan kesehatan, berupa pembangunan pusat kesehatan desa, pemberian suplai peralatan, penyediaan staff medis dan kendaraan yang beroperasi memberikan pelayanan ke desa-desa sekitar. Pendidikan Kejuruan dan Pengembangan Bisnis, mendukung prakarsa dan pendanaan bagi UMKM. Bagi Karyawan implementasi program CSR diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup Karyawan seperti pemberian tunjangan, pemberian fasilitas pendidikan, pelayanan bantuan hukum, dan sebagainya. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam penelitian kajian terdahulu ini hanya membahas tentang Implementasi CSR dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program CSR untuk meningkatkan citra di sebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang program CSR disebuah instansi.

6. Asa rio pranoto dan Dede Yusuf Tahun 2014 dengan judul jurnal Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. Metode penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif dengan Pengambilan data dilakukan dengan studi kepustakaan, observasi lapangan, wawancara. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program CSR PT. Pertamina EP Field Sanga-Sanga



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbasis pengembangan perekonomian yang mandiri pasca kebergantungan pada dunia pertambangan di Sarijaya, dilaksanakan sesuai dengan nilai-nilai *CSR* yang berprinsip *triple bottom line*. Hal tersebut selaras dengan acuan dasar pelaksanaan yaitu ISO 26000 yang menitik beratkan pada aspek ekonomi mandiri serta *main issue* yang diterapkan pihak pimpinan. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam penelitian kajian terdahulu ini hanya membahas tentang program *CSR* dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program *CSR* untuk meningkatkan citra di sebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang bagaimana *CSR* di sebuah instansi.

7. Fariz Novariant dkk, Tahun 2017 dengan judul jurnal Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan PT. Beiersdorf Indonesia Studi pada Pengunjung Merbabu Family Park Kota Malang. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan PT. Beiersdorf Indonesia Studi pada Pengunjung Merbabu Family Park Kota Malang. Metode penelitian metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *CSR* yang terdiri dari *Community Support* dan *Environment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Citra Perusahaann; secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, PT. Beiersdorf Indonesia diharapkan melakukan program *CSR* sejenis di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, pembenahan secara fisik terhadap fasilitas yang ada di Merbabu Family Park mungkin akan semakin meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian kajian terdahulu ini membahas tentang pengaruh *CSR* untuk meningkatkan citra dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program *CSR* untuk meningkatkan citra disebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang bagaimana *CSR* dalam meningkatkan citra di sebuah instansi.

8. Prily Antule dkk tahun 2016 dengan judul jurnal Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan jenis data kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa ROA PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. setelah penerapan *CSR* mengalami peningkatan dibandingkan sebelum penerapan *CSR*. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam penelitian kajian terdahulu ini membahas tentang analisis penerapan *CSR* dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program *CSR* untuk meningkatkan citra disebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang *CSR* dalam sebuah instansi.
9. Muhammad Arfah tahun 2017 Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Yayasan Kalla Group Melalui Kursus Menjahit di Perumahan Bukit Baruga Kelurahan Antang Kecamatan Manggala Kota Makassar. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Yayasan Kalla Group Melalui Kursus Menjahit di Perumahan Bukit Baruga



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kelurahan Antang Kecamatan Manggala Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dokumentasi dan penelusuran referensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan CSR Yayasan Kalla Group Melalui Kursus Menjahit di Perumahan Bukit Baruga Kelurahan Antang Kecamatan Mangga Kota Makassar. Pertama, melakukan kerjasama atau melibatkan pihak ketiga didalam pelaksanaan kursus, dalam hal ini LEC Athirah. Kedua, kursus menjahit tersebut gratis karena diperuntukkan bagi kaum dhuafa/ ibu rumah tangga dengan kondisi ekonomi menengah kebawah. Sedangkan kendala dalam pelaksanaan kursus menjahit yaitu lebih kepada para peserta yang terkadang lambat datang bahkan ada yang tidak hadir serta dari faktor mesin jahit dan obras yang sudah tidak berfungsi dengan baik. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam penelitian kajian terdahulu ini hanya membahas tentang Implementasi CSR dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program CSR untuk meningkatkan citra di sebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang program CSR dalam sebuah instansi.

10. Gina Bunga Nayenggita dkk, tahun 2019 dengan judul jurnal Praktik *Corporate Social Reponsibility (CSR)* di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Praktik *Corporate Social Reponsibility (CSR)* di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pelaksanaan CSR di Indonesia masih memiliki beberapa hambatan tersendiri. Kebutuhan masyarakat masih belum terpenuhi secara nyata dan tepat sasaran. Terkadang dari tiap perusahaan pun masih melakukan CSR ini bukan sebagai tanggung jawab sosialnya saja. Tetapi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melaksanakan sebagai keuntungan komersial bagi perusahaan. Maka perusahaan perlu melakukan bukti nyata yang tepat bahwa yang dilakukan merupakan komitmen yang nyata. Agar CSR dapat berjalan dengan sesuai dan tepat maka perusahaan yang menjalankan CSR perlu mengakui bahwa permasalahan masyarakat merupakan milik mereka. Maka saat permasalahan dalam masyarakat milik dalam perusahaan pula, mereka akan lebih mudah melakukan penanganan dan membuat rencana strategis. CSR dapat membantu dan berkontribusi untuk Indonesia bahwa dapat mengurangi masalah yang ada. Hal lain, CSR dapat dijadikan sebagai kebutuhan bagi perusahaan bukan tuntutan, karena selain meningkatkan *image* bagi perusahaan juga membangun negaranya sendiri. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang penulis buat adalah perbedaan dari segi konsep kajian, dalam penelitian kajian terdahulu ini hanya membahas Praktik CSR dalam sebuah instansi, sedangkan kajian yang penulis buat adalah tentang bagaimana proses kerja KBL dalam menjalankan program CSR untuk meningkatkan citra di sebuah instansi. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang program CSR dalam sebuah instansi.

## B. Kajian Teori

### 1. Humas

#### a. Pengertian Humas

Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial<sup>9</sup>. Dalam kamus *Webster's Third New Internasional Dictionary* mendefenisikan humas sebagai: *The art of science of developing reciprocal understanding and goodwill* (seni pengetahuan untuk mengembangkan pengertian timbal

<sup>9</sup> Linggar Anggoro M, *Teori dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), 1.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

balik dan niat baik). Pada pertemuan wakil-wakil dari pakar *Public Relations* di Mexico City pada bulan Agustus 1978 menjelaskan definisi *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati pimpinan organisasi dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum<sup>10</sup>.

Sedangkan menurut guru besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Prof. Dr. Soleh Sumirat, M.S. dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* menyimpulkan bahwa *public relations* atau hubungan masyarakat adalah tindakan pencitraan yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan<sup>11</sup>. Keberadaan humas (Hubungan Masyarakat) di suatu organisasi atau perusahaan menjadi jembatan penghubung antara perusahaan ke sasarannya, baik itu secara internal maupun juga secara eksternal.

## b. Ruang Lingkup Humas

Humas memiliki ruang lingkup yang sangat luas yang mencakup setiap bentuk kegiatan komunikasi. Ruang lingkungnya tidak hanya berhenti pada publik internal maupun eksternal tetapi juga bagaimana konsistensi organisasi dalam menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan. Semakin luas wilayah jaringan komunikasi yang dilakukan sebuah perusahaan, maka publiknya juga akan semakin luas dan permasalahan yang timbul pun nantinya akan semakin kompleks.

Dalam hal ini ruang lingkup humas dalam sebuah organisasi atau lembaga dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu:

<sup>10</sup> Dr. Elhandri, M.Si., dkk, *Pengantar Public Relations: Konsep dan Aplikasi*, (Depok: Rajawali Pers, 2010), 2.

<sup>11</sup> Ibid, 2.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Publik Internal

Publik internal merupakan tubuh dari instansi itu sendiri, yang mana setiap tubuh memiliki unsur-unsur atau komponen-komponen dalam menggerakkan tubuh tersebut. Begitu juga dalam sebuah instansi memiliki unsur-unsur tersendiri dalam memobilisasi instansi tersebut seperti pemegang saham dan karyawan dari tingkat atas sampai paling bawah.

#### b. Publik eksternal

Publik eksternal disebut juga pihak luar yang memiliki/menjalin hubungan dengan sebuah instansi, atau biasa disebut dengan istilah publik (masyarakat). Yang mana publik eksternal ini memiliki peluang yang baik untuk meningkatkan citra dan kualitas sebuah instansi, sebab opini publik akan menjadi barometer bagi publik lainnya dalam mengasumsikan sebuah instansi, apakah instansi tersebut baik atau tidak.

Menurut H. Fayol ruang lingkup humas antara lain<sup>12</sup>:

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*) dan mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi krisis (*facing of Crisis*) adalah menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR *recovery* (menemukan) *of image* yang bertugas memperbaiki *lost* (hilang) *of image and damage* (rusak/cacat).
- c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion Public Causes*) yang menyangkut kepentingan publik.

## 2. Corporate Social Responsibility (CSR)

*“Corporate social responsibility is the continuing commitment by*

<sup>12</sup> Rosad Ruslan dalam Elfiandri, dkk, *Pengantar Public Relations; Konsep dan Aplikasi*, (Depok: Pajawali Pers, 2018), 6.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*<sup>13</sup>.”

*Corporate social responsibility* yang merupakan komitmen berkelanjutan oleh organisasi bisnis untuk berperilaku yang sesuai dengan etika, baik menyangkut alam, sosial hingga dengan hak-hak asasi dasar dengan tujuan utama untuk peningkatan kualitas hidup diatas perkembangan ekonomi, di sini *Corporate social responsibility (CSR)* akan semakin mudah dilakukan jika seluruh elemen dalam organisasi bisnis sudah berjalan dengan sempurna dan seluruh karyawannya sudah tersejahterakan. Jika poin utama di atas sudah dilaksanakan maka *Corporate social responsibility (CSR)* dapat dilakukan dengan leluasa, *Corporate social responsibility (CSR)* yang merupakan bentuk dari komitmen dan tanggung jawab organisasi perusahaan dalam kegiatannya yang menghasilkan keuntungan secara ekonomi harus diimbangi dengan pemberdayaan masyarakat dan elemen sosial di sekelilingnya untuk meningkatkan taraf hidup dan kualitas hidup.

Penerapan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi perusahaan menjadi suatu program yang wajib dilaksanakan, dasar hukum diwajibkan perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 74, dijelaskan bahwa industri atau korporasi wajib melaksanakan kewajiban CSR, tetapi bukan sebagai beban yang memberatkan. Sedangkan untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), kewajiban menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diatur tersendiri oleh UU 19/2003 tentang BUMN melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam UU ini disebutkan setiap BUMN wajib menyisihkan 1-3 persen dari laba bersih perusahaan untuk Program Kemitraan dan Bina lingkungan (PKBL).

<sup>13</sup> Richard Holme & Phill Watts, *Corporate Social Responsibility: Making Good Bussines Sense*, (Switzerland: World Bussines Council For Sustainable Development, 2000), 9.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan ketentuan tentang sanksi jika Badan Usaha atau korporasi tidak melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dimuat dalam UU No. 25 Tahun 2007 pasal 34:

- 1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:
  - a. Peringatan tertulis;
  - b. Pembatasan kegiatan usaha;
  - c. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
  - d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
- 2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sebagaimana yang dikemukakan Menteri Lingkungan Hidup, Rachmat Witoelar pada Seminar Sehari “*A Promise of Gold Rating Sustainable CSR*”, *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoritik, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya, *Corporate Social Responsibility (CSR)* memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan aturan hukum atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni berusaha untuk menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya<sup>14</sup>.

<sup>14</sup>Rachmat Witoelar, 2006, [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id), (diakses pada 13 Oktober 2020, pukul 13.30)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Frederick Davis Post<sup>15</sup>, terdapat dua gagasan mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang kemudian menjadi *Fundamental Principle of Corporate Social Responsibility*, yaitu:

- a. *Charity Principle*, yaitu tanggung jawab sosial yang bersifat donasi atau sumbangan. Dalam teori ini, perusahaan dapat menyalurkan bantuan sukarela kepada mereka yang membutuhkan. Contohnya, melalui program beasiswa, perawatan kesehatan gratis, pembangunan sarana dan prasarana, bantuan bagi korban bencana alam dan lainnya.
- b. *Stewardship Principle*, perusahaan menempatkan dirinya sebagai *trustee*, yakni perusahaan harus bertindak dengan mempertimbangkan kepentingan semua anggota masyarakat yang berkaitan dengan operasi korporat. Perusahaan tidak memberikan donasi atau sumbangan, tetapi *concern* kepada hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis perusahaan, seperti mentaati peraturan pemerintah, melakukan pengendalian atas sumberdaya yang dapat mempengaruhi publik secara fundamental.

Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di perusahaan selain untuk pembinaan hubungan baik dengan masyarakat, juga dapat menciptakan iklim saling percaya (*mutual trust*), serta dapat menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Para *stakeholder* terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai menerapkan tanggung jawab perusahaan, karena dapat meningkatkan pasar dan keunggulan dari pihak kompetitor.

Pada prinsipnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para pemangku kekuasaan dan bukan sekedar kepentingan perusahaan belaka. Terkait dengan hal tersebut

<sup>15</sup>Panji Subakti, Skripsi: *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan pada PT Telkom Tbk Pusat*. (Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2008), 50.



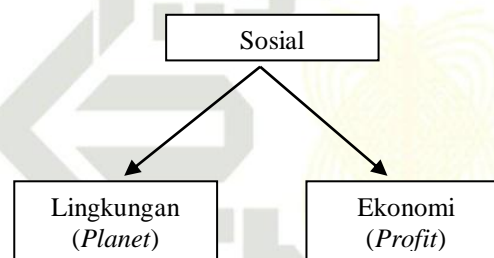
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

John Elkington<sup>16</sup> mengelompokkan CSR dalam tiga aspek yang biasa dikenal dengan istilah “*Triple Bottom Line (3BL)*”. Ketiga aspek tersebut meliputi:

- a. Kesejahteraan dan kemakmuran ekonomi (*Economic Prosperity*)
- b. Peningkatan kualitas hidup (*Environmental Quality*)
- c. Keadilan Sosial (*Social Justice*)

Sejalan dengan ketiga hal tersebut perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “*Triple P*” yakni *Profit* sebagai wujud aspek ekonomi, *Planet* sebagai wujud aspek lingkungan dan *People* sebagai wujud aspek sosial<sup>17</sup>.



**Bagan 2.1:**

### **Ilustrasi Hubungan antara Profit, People, dan planet.**

Dalam gagasan tersebut perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single Bottom Line* yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

*Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau mendongkrak harga saham selinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah

<sup>16</sup> Busyrah Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 34.

<sup>17</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Jakarta: PT Gramedia, 2007), 32.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

*Planet* adalah unsur yang sangat harus diperhatikan, jika suatu perusahaan ingin tetap mempertahankan keberadaannya maka harus disertakan tanggung jawab lingkungan, karena lingkungan sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia, dan hubungan antara lingkungan dengan manusia adalah hubungan sebab akibat, jika manusia menghargai lingkungan dengan cara merawat dan memeliharanya, maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada manusia. Namun masih banyak manusia yang tidak peduli dengan lingkungan, karena beranggapan tidak ada keuntungan di dalamnya. Padahal dengan melestarikan dan merawat lingkungan, manusia akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama sisi kesehatan, kenyamanan, dan sumber daya alam.

*People*, dalam hal ini masyarakat adalah pemangku kepentingan yang penting bagi perusahaan. Karena tanpa dukungan dari masyarakat, perusahaan tidak mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Perusahaan harus berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, dan melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat, dan yang terpenting adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan harus didasari dengan niat tulus, bukan karena keterpaksaan dan tekanan.

Penerapan *Tripple Bottom Line* mengajarkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus untuk meningkatkan keuntungan saja, tetapi juga harus tetap memperhatikan aspek lainnya. Ibarat denyut jantung perusahaan bukan hanya keuntungan (*profit*), tetapi manusia/sosial (*people*) dan lingkungan/alam (*planet*).

Chambers et.al mendefenisikan tanggung jawab sosial korporat sebagai “melakukan tindakan sosial (termasuk lingkungan hidup) lebih dari



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan”<sup>18</sup>. Natufe dengan mengutip definisi dari WBCSD (*World Bussiness Council Sustainable Development*) menyebut tanggung jawab sosial korporat sebagai “komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.” Selain itu di dunia barat yang program CSR-nya sudah berkembang beberapa dekade mendahului Indonesia, definisi yang disepakati tak pernah juga muncul. Hal itu tak ada gunanya mencari kesepakatan itu, karena memang tidak akan pernah dicapai. Carrol telah mengajarkan bahwa CSR adalah konsep yang berkembang dengan cepat, sehingga defenisinya berubah-ubah sesuai perkembangan itu. Konvergensi dengan pembangunan berkelanjutanlah yang agaknya membuat definisi yang agaknya membuat definisi yang relatif juga.

Menurut Kotler dalam buku “*Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company*”, mengidentifikasi empat pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keempat inisiatif sosial tersebut antara lain<sup>19</sup>:

a. *Cause Promotion*

*Cause Promotion* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan menyediakan dana, kontribusi, atau sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap sebuah permasalahan sosial, atau mendukung penggalangan dana, partisipasi, serta melakukan rekrutmen relawan untuk permasalahan tertentu.

<sup>18</sup>Yosal Isantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), 49.

<sup>19</sup>Op. Cit. 46.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. *Corporate Social Marketing*

*Corporate Social Marketing* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan mendukung pembangunan atau implementasi terhadap perubahan tingkah laku yang bertujuan meningkatkan kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan komunitas.

#### c. *Corporate Philanthropy*

*Corporate Philanthropy* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan memberikan kontribusi untuk amal, biasanya berupa uang tunai dan donasi. Pada umumnya inisiatif ini memilih permasalahan yang merefleksikan area prioritas perusahaan kemudian memilih penerima kontribusi yang biasanya adalah organisasi non profit, yayasan, sekolah, dan sektor publik lainnya.

#### d. *Community Volunteering*

*Community Volunteering* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, mitra kerja, dan anggota *franchise* untuk menyumbangkan waktu untuk mendukung komunitas lokal organisasi dan atau permasalahan tertentu. Dukungan perusahaan dapat berupa pemberian dana amal dimana karyawan menghabiskan waktu sebagai relawan, penghargaan untuk layanan, dan mengorganisir tim untuk mendukung perkara tertentu dalam komunitas.

Dalam menjalankan aktivitas *CSR* tidak ada praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik tersendiri terhadap tanggung jawab sosialnya. Menurut Susiloadi, model atau pola *CSR* yang paling umum diterapkan di Indonesia adalah<sup>20</sup>:

<sup>20</sup>Priyanti, Susiloadi, *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*, Spirit Publik, Vol. 4, No. 2, Oktober 2008, 128.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. CSR dilaksanakan langsung oleh perusahaan  
Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung kepada masyarakat tanpa perantara.
- b. CSR dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan  
Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi yang berada di bawah naungan perusahaan dan tetap bertanggung jawab kepada dewan direksi. Dimana perusahaan menyediakan dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional.
- c. CSR dengan bekerja sama atau bermitra dengan pihak lain  
Untuk menyelenggarakan CSR, perusahaan bekerjasama dengan pihak lain seperti, pemerintah, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), perguruan tinggi, organisasi-organisasi sosial, maupun lembaga konsultan yang bisa menangani kegiatan sosial.
- d. Perusahaan bergabung dalam konsorsium untuk menjalankan CSR secara bersama-sama  
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial.

Menurut Rahman, suatu kegiatan dapat dikatakan sebagai kegiatan *corporate social responsibility* bila ada beberapa unsur berikut<sup>21</sup>:

*Community* dan *sustainability* atau berkesinambungan dan berkelanjutan merupakan unsur penting CSR. Kegiatan CSR adalah suatu mekanisme kegiatan yang terencana, sistematis, dan dapat dievaluasi.

*Community empowerment* atau budaya pemberdayaan komunitas. Ini merupakan salah satu indikasi dari suksesnya sebuah program

<sup>21</sup> Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*, (Jakarta: Buku Kita, 2009), 13.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Citra

### a. Pengertian Citra

Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari ataupun tidak disadari telah melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya di benak konsumennya. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya, Psikologi Komunikasi menyebutkan bahwa “Citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi kita”<sup>22</sup>.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia<sup>23</sup>, pengertian citra adalah (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek akan ditentukan oleh citra obyek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Citra atau *image* ini berkaitan dengan reputasi sebuah produk maupun juga pelayanan perusahaan. Sedangkan citra perusahaan (*corporate image*) didefinisikan sebagai persepsi masyarakat atau khalayak dari perusahaan tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan pelanggan.

Menurut Farida Jasfar Citra merupakan sebagai representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, termasuk kelompok-kelompok lain

<sup>22</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2013), 223.

<sup>23</sup> <https://bbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> (diakses pada 13 Oktober 2020, pukul 09:20 WIB)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor<sup>24</sup>. Sedangkan menurut Philip Kotler citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi<sup>25</sup>.

Citra adalah persepsi yang relative konsisten dalam jangka panjang (*enduring perception*). Jadi tidak mudah untuk membentuk citra, sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya<sup>26</sup>.

Sedangkan menurut Rhenald Kasali citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul dari berbagai sumber, salah satunya melalui opini publik, yakni opini sekelompok orang dalam segmen publik. Setiap orang dapat memiliki citra yang berbeda terhadap obyek yang sama<sup>27</sup>. Rhenald Kasali menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap memiliki kesan yang baik di hadapan khalayaknya dan para pekerja yang di dalamnya dapat terus mengembangkan kreativitas bahkan memberi manfaat bagi khalayak perusahaan. Citra perusahaan atau *corporate image* didefinisikan sebagai persepsi kepada sebuah perusahaan yang direfleksikan dalam asosiasi yang terdapat dalam ingatan konsumen.

Menurut Iman terdapat tiga hal penting dalam citra, yaitu kesan obyek, proses terbentuknya citra, dan sumber terpercaya. Obyek meliputi individu maupun perusahaan yang terdiri atas sekelompok orang di dalamnya. Citra dapat terbentuk dalam memproses informasi yang tidak

<sup>24</sup> Farida Masfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 184.

<sup>25</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2007), 94.

<sup>26</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 6.

<sup>27</sup> Rhenald Kasali, *Sembilan Fenomena Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 30.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menutup kemungkinan terjadinya citra pada obyek dari adanya penerimaan informasi setiap waktu<sup>28</sup>.

Citra perusahaan berhubungan dengan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti logo, nama, jasa atau produk, untuk memengaruhi kualitas yang disampaikan oleh perusahaan supaya publik tertarik dengan perusahaan. Citra atau *image* menggambarkan keseluruhan kesan yang dibuat publik tentang perusahaan, produk, dan pelayanannya. Citra inipun dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono bahwa citra dapat dilihat dari berbagai tingkat, mulai dari tingkat korporasi (*corporate level*), citra lokal, maupun citra nasional. Meskipun ada pengaruh dari citra korporasi terhadap citra nasional maupun lokal, yang terpenting adalah bagaimana upaya untuk mengkomunikasikan citra tersebut dan mempertahankannya. Pengaruh citra korporasi hanya berperan sebagai salah satu alat untuk membentuk harapan konsumen. Citra lokal atau citra regional yang menentukan bagaimana persepsi konsumen<sup>29</sup>.

Dari uraian definisi di atas tampak jelas bahwa citra begitu penting bagi perusahaan. Pentingnya citra perusahaan dikemukakan oleh Sutisna sebagai berikut:

- a. Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya.
- b. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil. Kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut.

<sup>28</sup> Roy Panto Purba, *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)*, JOM Fisip, Vol. 4, No. 1, (Februari 2017), 5.

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 184.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.
- d. Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan.

Menurut Harrison dalam buku *Citra Perusahaan*, informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut<sup>30</sup>:

- a. *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- b. *Reputation*, hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- c. *Value*, nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- d. *Corporate identity*, komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

Menurut Frank Jefkins ada enam (6) pokok kerja Humas/*Public Relations* dalam meningkatkan citra yaitu sebagai berikut:<sup>31</sup>

- 1) *Appreciations of the situations*, dalam tahap ini riset atau penelitian adalah bagian yang penting dalam proses ini. riset dilaksanakan akan membantu untuk lebih memahami masalah yang sedang terjadi lalu mencari solusi atas

<sup>30</sup> Op. Cit 6.

<sup>31</sup> Frank Jefkins, *Public Relations Techniques*, (Jakarta: Erlangga, 1992), 44.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah tersebut. Setelah memahami masalah, praktisi PR akan membuat perencanaan program yang terbaik untuk mengatasi masalah. Riset juga untuk melihat apakah program yang dibuat atau dilaksanakan itu membawa perubahan, identifikasi yang akurat membantu mengantisipasi masalah yang sama tidak terjadi lagi.

- 2) *Defenition Of Objectives*, praktisi PR harus mengetahui sasaran program yang dibuat dan dapat memprioritaskan masalah yang perlu diselesaikan termasuk mempertimbangkan budget, lalu praktisi PR tersebut menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan cara mengubah situasi negative menjadi positif
- 3) *Defenition Of Public*, pada tahap ini praktisi PR harus mampu mengerti karakteristik publik dengan siapa PR melakukan komunikasi. Dengan demikian tujuan yang telah dibuat pada tahap kedua tercapai.
- 4) *Selection Of Media and Techniques*, praktisi PR memilih media yang tepat untuk berkomunikasi. Tercakup juga disini PR membuat strategi dan taktik komunikasi. Salah memilih media akan mengakibatkan tidak terselesaikannya masalah bahkan memungkinkan menimbulkan masalah baru baik bagi public maupun bagi manajemen.
- 5) *Planning Of Budget*, pelaksanaan strategi komunikasi yang telah tertuang dalam program-program memerlukan biaya. Seorang praktisi PR yang baik akan berusaha menjalankan program yang efektif tetapi menghabiskan biaya minimum
- 6) *Assesment Of Result*, pada tahap akhir, praktisi PR harus mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dapat dibuat dengan menyebarkan angket, questioner, atau bentuk survey lainnya.



## b. Jenis Citra Perusahaan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jefkins menyebutkan beberapa jenis citra (*image*). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, dapat dibedakan antara satu dengan yang lainnya sebagai berikut<sup>32</sup>:

#### a. Citra bayangan (*mirror image*)

Citra yang melekat pada internal atau anggota organisasi, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasi. Atau dengan kalimat lain citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam (organisasi) mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

#### b. Citra yang berlaku (*current image*)

Suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

#### c. Citra yang diharapkan (*wish image*)

Suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra harapan lebih menyenangkan dari pada citra yang ada walaupun dalam kondisi tertentu.

#### d. Citra perusahaan (*corporate image*)

Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan sekedar citra atas produk dan pelayanan saja. Citra perusahaan ini dapat terbentuk dari banyak hal, salah satunya yaitu sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang.

#### e. Citra majemuk (*multiple image*)

Banyaknya jumlah pegawai, cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sesuai dengan organisasi atau perusahaan.

Dalam *News Of PERHUMAS* disebutkan, bagi suatu perusahaan, reputasi dan citra korporat merupakan aset yang paling utama dan tidak

<sup>32</sup> Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, *Komunikasi dan Public Relations*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 125-126.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tak ternilai harganya. Oleh karena itu segala upaya, daya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat serta menumbuh-kembangkannya. Beberapa aspek pembentuk citra dan reputasi perusahaan antara lain: kemampuan finansial, mutu produk dan pelayanan, fokus pada pelanggan, keunggulan dan kepekaan SDM, *reliability*, inovasi, tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab sosial, dan penegakan *Good Governance*<sup>33</sup>.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang dicapai humas. Meskipun demikian pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk<sup>34</sup>.

#### D. Konsep Operasional

Setelah kita mengetahui tentang kerangka teoritis dalam penelitian di atas, maka kita perlu membuat suatu konsep operasional terhadap variabel yang diteliti. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan citra.

Dalam penelitian ini permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan Citra.

Peneliti menggunakan indikator-indikator untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain: *Appreciations Of Situations, Definitions Of Objectives, Definitions Of Public, Selection Of Media and Technique, Planning Of Budget, Assessment Of Result*.

<sup>33</sup> Muhammad Badri, 2009, *Peran PR dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program CSR*, <http://ruangdosen.wordpress.com/>, (diakses pada 13 Oktober 2020, pukul 10:10 wib).

<sup>34</sup> Ruslan Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009).



### C. Kerangka Pikir

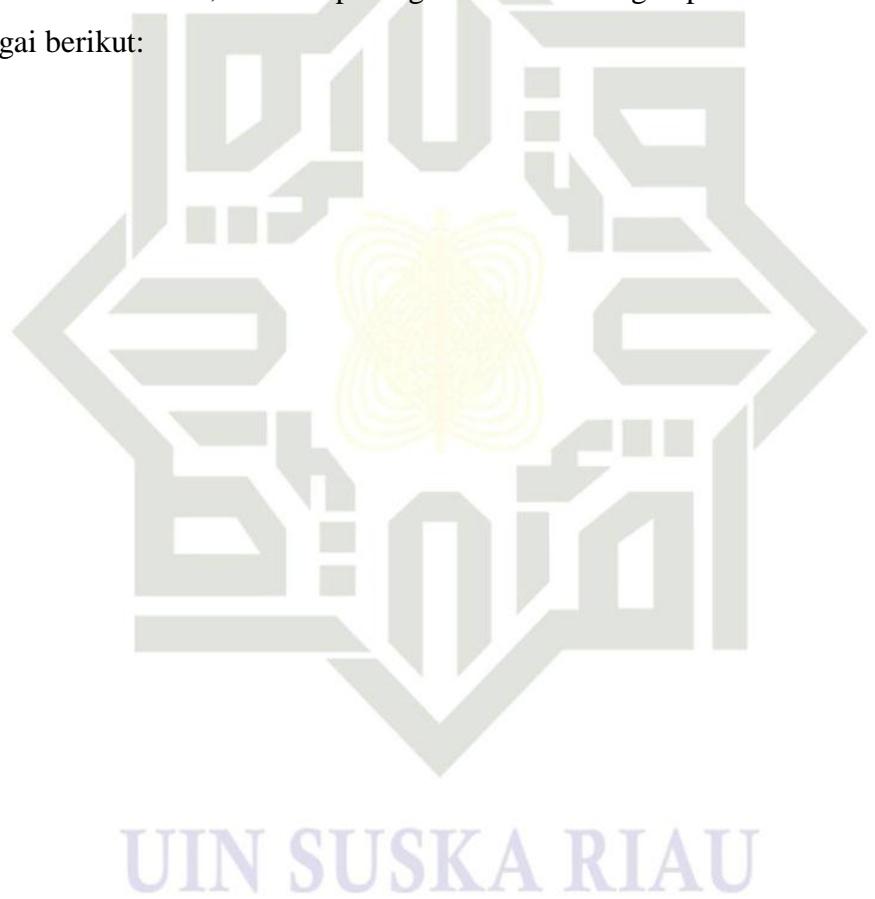
© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penelitian ini dilakukan di PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru. Alur pemikiran dalam penelitian ini akan melihat bagaimana Implementasi *corporate social responsibility* PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru dalam meningkat citra dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Frank Jefkins yang mana indikatornya sebagai berikut: *Appreciations, Definitions Of Objectives, Definitions Of Public, Selection Of Media and Technique, Planning Of Budget, Assement Of Result*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat digambarkan kerangka penelitian adalah sebagai berikut:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





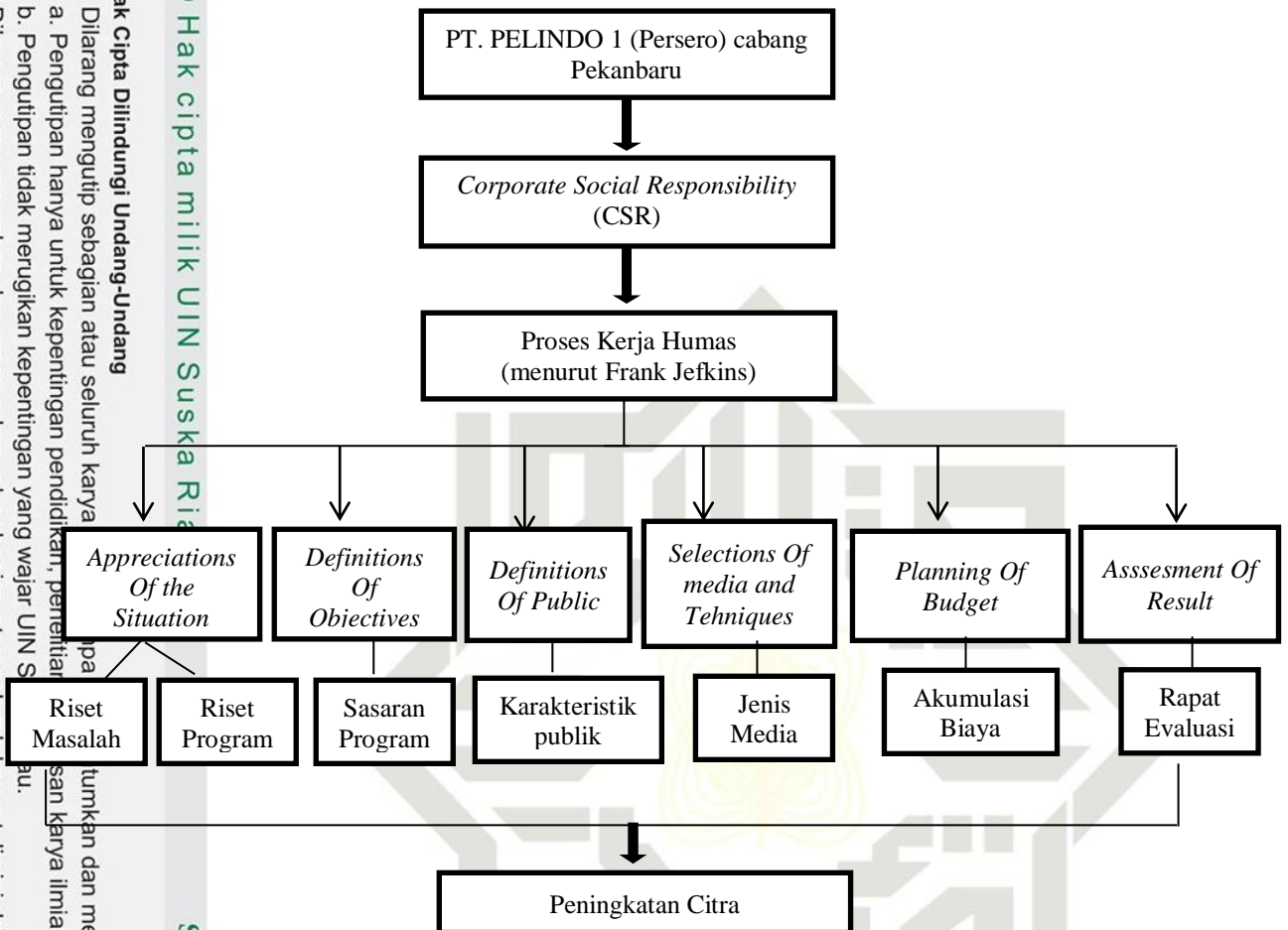
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau bagian dari karya tersebut dalam bentuk apa pun atau dengan cara apa pun untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pengumpulan data atau untuk tujuan komersial atau lainnya.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

UIN SUSKA RIAU

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif kualitatif yang berusaha memaparkan berdasarkan fakta yang ada serta menelusuri segala hal yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas<sup>35</sup> berdasarkan penelitian yaitu implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan citra. Riset Kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantitatif lainnya.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas yang tengah terjadi di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu<sup>36</sup>.

Penggunaan metode tersebut dengan pertimbangan bahwa penelitian ini berusaha untuk menggambarkan implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan Citra yang berguna bagi masyarakat dan perusahaan sendiri.

#### B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru, yang beralamat di Jl. Kota Baru No.2, Kp. Dalam, Kec. Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau. Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan dari bulan November 2020 sampai bulan Februari 2021.

<sup>35</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003), 212.

<sup>36</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Putra Grafika, 2007), 68.



### C. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang didapatkan berasal dari:

#### Data Primer

Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara *purposive*, yaitu ditentukan dengan menyesuaikan dengan tujuan penelitian atau tujuan tertentu. Terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.<sup>37</sup>

Data penelitian yang diperoleh langsung dari penelitian melalui cara wawancara langsung dengan pihak PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru dan masyarakat penerima manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari perusahaan tersebut.

#### Data Sekunder

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari sumber-sumber lain, antara lain: buku-buku, website, dan Jurnal.

### D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi. Informan ini merupakan orang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis tentang implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan citra. Adapun informan yang penulis libatkan dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 3.1**

**Daftar Informan Penelitian**

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1	Togi Hotmaida M Sihombing	Asisten Manajer Perbendaharaan dan Kemitraan Bina Lingkungan	Informan kunci

<sup>37</sup> Rosady Ruslan, "Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi", (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 29-30.



UIN SUSKA RIAU

2. Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Nizar Zulmi	Asisten Manajer Akuntansi	Informan Pendukung
	Farid Muhammad	Publik Eksternal	Informan Pendukung

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data penelitian ini yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi.

- 1) Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut<sup>38</sup>. Observasi ini merupakan suatu kegiatan yang kita lakukan untuk memahami lingkungan tempat penelitian dan tempat dilaksanakan program yang sedang diteliti.
- 2) Wawancara adalah percakapan antara periset selaku orang yang berharap untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dari suatu objek kepada seorang narasumber.
- 3) Dokumentasi yaitu penelitian menggunakan dokumen-dokumen baik publik maupun *private* yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Dokumen-dokumen tersebut dapat mengungkapkan bagaimana subjek penelitian mendefinisikan dirinya, lingkungan dan situasi yang dihadapinya pada suatu saat<sup>39</sup>. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dengan metode dokumentasi peneliti dapat mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dari data-data perusahaan yang ada. Dokumentasi ini akan peneliti dapatkan dari data-data PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru setelah melakukan wawancara.

<sup>38</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 72.

<sup>39</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 124.



## F. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian komunikasi lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti<sup>40</sup>. Data yang berkaitan dengan penelitian yang menggunakan berbagai sumber data, seperti: mengumpulkan data dari kelompok, lokasi, dan waktu yang berbeda-beda sesuai dengan fakta menarik dilapangan.

Pada penelitian ini uji validitas yang akan digunakan adalah triangulasi. Menurut Moleong, metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda<sup>41</sup>.

Sedangkan triangulasi dibagi atas empat model, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi situasi, triangulasi metode, triangulasi teori<sup>42</sup>. Dalam penelitian ini peneliti memilih triangulasi metode, yang mana triangulasi ini adalah usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Pelaksanaannya dapat juga dengan cara cek dan recek<sup>43</sup>.

Triangulasi sebagai jalan untuk mengecek penelitian maka diperlukan tahapan-tahapan khusus. Berikut hal yang harus dilakukan oleh peneliti dalam penerapan triangulasi yang ditulis oleh Lexy J. Moleong:

- Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan,
- Mengeceknnya dengan berbagai sumber data,
- Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan.

<sup>40</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007), 97.

<sup>41</sup> Lexy J. Moeleng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2004), 30.

<sup>42</sup> Hamid, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2004), 41.

<sup>43</sup> Bachtia S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10 No.1 April 2010, 57.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1) Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti menggunakan model Miles dan Humbermen dalam buku “Metode Penelitian Kualitatif” yang meliputi<sup>44</sup>:

### 1) Pengumpulan Data

Data yang didapat peneliti dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan di atas melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 2) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

### 3) Penyajian Data

Data-data yang diperoleh langsung di lapangan berupa hasil wawancara, dokumentasi dan penelusuran data *online* akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

### 4) Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hal yang paling penting dalam setiap penelitian dimana kesimpulan merupakan hasil dari apa yang peneliti cari dalam sebuah penelitian yang didasarkan pada penggabungan informasi yang disusun secara tepat dalam penyajian data.

<sup>44</sup> Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Remaja, 2002), 248.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 1. Sejarah dan Perkembangan PT. PELINDO 1 (persero)

PT. Pelabuhan Indonesia 1 (Persero) didirikan berdasarkan peraturan Pemerintah No. 56 tahun 1991 dengan akte Notaris Imas Fatimah SH No. 1 tanggal 1 Desember 1992 sebagaimana dimuat dalam Tambahan Berita Negara RI No. 8612 Tahun 1994, beserta perubahan terakhir sebagaimana telah diumumkan dalam Tambahan Berita Negara RI tanggal 2 Januari 1999 No.1.

Nama lengkap perusahaan adalah PT. (persero) Pelabuhan Indonesia 1 disingkat PT. Pelindo 1, berkantor pusat di Graha Pelindo Satu Jalan Lingkar Pelabuhan No. 1 Belawan, Medan - 20411, Sumatera Utara, Indonesia.

Pada masa penjajahan Belanda perseroan ini diberi nama Haven Badrift. Selanjutnya setelah kemerdekaan RI tahun 1945-1950 perseroan terbatas berstatus sebagai Jawatan Pelabuhan. Pada tahun 1960-1969 jawatan pelabuhan berubah menjadi Badan Usaha Milik Negara dengan status Perusahaan Negara Pelabuhan disingkat dengan nama PN Pelabuhan. Pada periode 1969-1983 PN Pelabuhan berubah menjadi lembaga Penguasa Pelabuhan dengan nama Badan Pengusahaan Pelabuhan disingkat BPP. Pada tahun 1983 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 11 tahun 1983 Badan Pengusahaan Pelabuhan diubah menjadi Perusahaan Umum Pelabuhan disingkat Perumpel I. berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 1991 Perumpel I berubah status menjadi PT. (persero) Pelabuhan Indonesia I berkedudukan dan berkantor pusat di Medan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 64 tahun 2001 kedudukan, tugas dan kewenangan Menteri Keuangan selaku pemegang saham pada Persero/Perseroan Terbatas dialihkan kepada Menteri BUMN. Pembinaan Teknis Operasional

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hasil Diunduh dari Undang-Undang

## B. Visi dan Misi

### Visi:

“Menjadi gerbang utama Indonesia ke jaringan logistik global.”

### Misi:

“Menyediakan jasa kepelabuhanan dan maritim yang handal dan terintegrasi dengan kawasan industri untuk mendukung jaringan logistik Indonesia dan global dengan memaksimalkan manfaat ekonomi Selat Malaka”<sup>46</sup>.

## C. Dasar Hukum Pendirian

PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sektor Perhubungan Laut yang bergerak dalam bidang perusahaan jasa kepelabuhan, berkedudukan dan berkantor pusat di Medan. PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) lahir melalui berbagai perubahan bentuk badan usaha dan status perusahaan jasa kepelabuhanan. Pada tahun 1945-1951 perusahaan berada di dalam wewenang Departemen Van Scheepvaart (suatu badan peninggalan pemerintah Belanda) yang berfungsi untuk memberikan layanan jasa kepelabuhanan yang dilaksanakan oleh Haven Bedrift. Pada tahun 1952 sampai dengan tahun 1959, pengelolaan pelabuhan dilaksanakan oleh Jawatan pelabuhan.

Sejak tahun 1960 pengelolaan pelabuhan umum di Indonesia dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara di bawah pengendalian pemerintah. Bentuk Badan usaha Milik Negara yaitu perusahaan Negara Pelabuhan yang diberi kewenangan untuk mengelola pelabuhan umum sejak tahun 1960 sampai dengan

<sup>45</sup> <https://www.pelindo1.co.id/id/profil/Pages/Sejarah-Perusahaan.aspx>, diakses pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.00 WIB.

<sup>46</sup> <https://www.pelindo1.co.id/id/profil/Pages/Visi-Misi.aspx>, diakses pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 09.30 WIB.

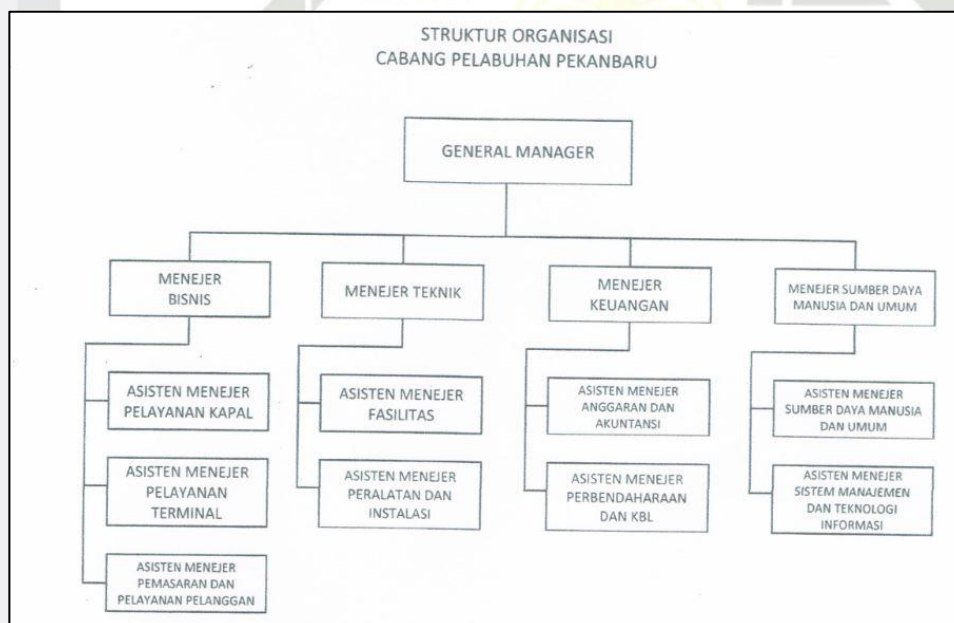
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

993 telah mengalami perubahan, disesuaikan dengan arah kebijaksanaan pemerintah dalam rangka menunjang pembangunan nasional dan mengimbangi pertumbuhan permintaan layanan jasa kepelabuhanan yang dinamis.

## D. Bidang Usaha

Perusahaan memfokuskan kegiatan utamanya di bidang penyelenggaraan dan pengusahaan jasa kepelabuhanan, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Perusahaan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan/mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perusahaan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perusahaan Terbatas<sup>47</sup>.

## E. Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru**

<sup>47</sup> <https://www.pelindo1.co.id/service/Pages/Kegiatan-Utama.aspx> , diakses pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.00 WIB.

## BAB VI PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas tentang Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru untuk Meningkatkan Citra maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru sudah menjalankan programnya dengan baik dalam meningkatkan citra, diantara program-program CSR yang dilaksanakan antara lain: Bantuan Pendidikan, Bantuan Sarana Ibadah, bantuan sarana dan prasarana umum serta bantuan sosial kemasyarakatan. Dengan dilaksanakannya program CSR tersebut, PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru telah mampu bekerja tahap demi tahap dalam menjalankan program CSR untuk meningkatkan citranya, ini ditandai dengan PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru telah menjadi BUMN yang menjalankan PKBL seperti: Mudik Gratis. Adapun indikator proses kerja KBL dalam menjalankan program CSR untuk Meningkatkan citra perusahaan yaitu: *Appreciations of the situations, Defenition Of Objectives, Defenition Of Public, Selection Of Media and Techniques, Planning Of Budget* dan *Assesment Of Result*.

### B. SARAN

1. Sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru harus bisa mempertahankan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat sekitar.
2. Sebagai perusahaan maka, PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru sebaiknya terus meningkatkan kinerja PR untuk mengadakan hubungan publik eksternal maupun internal dan masyarakat sekitar.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Sebagai daerah yang menerima Program CSR dari PT. Pelindo 1 (Persero) cabang Pekanbaru, masyarakat setempat harus tetap menjaga program yang telah diberikan oleh PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru agar tetap memberikan kesan dan penilaian positif bagi perusahaan.
4. Sebagai Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan pengelolaan CSR maupun teori-teori yang berkaitan dengan CSR dan Citra Perusahaan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan didukung dengan wawancara dengan sumber yang kompeten dalam kajian CSR, baik itu dari perusahaan terkait, penerima program dan ahli di bidang CSR.

## DAFTAR PUSTAKA

- ## DAFTAR PUSTAKA
- Amid dan Wasilah. 2009. *Akuntansi dan Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ambar, Jackie. 2008. *CSR Dalam Praktik di Indonesia: Wujud Kepedulian Dunia Usaha*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Anggoro, Linggar M. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Armanda, Frista. 2011. *Kamus Besar Lengkap Bahasa Indonesia*, Jombang: Lintas Media.
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Benson, Simamora. 2007. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Beringin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Effendi, dkk. 2018. *Pengantar Public Relations: Konsep dan Aplikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Farid, Jastar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Holme, Richard dan Phill Watts. 2000. *Corporate Social Responsibility: Making Good Bussines Sense*, Switzerland: World Bussines Council For Sustainable Development.
- Triantara, Yosol. 2004. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lexy, Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Remaja.



2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nurrahmandan, Kadar, Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*, Bandung: Pustaka Setia.

Purwati. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.

Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Buku Kita.

Rachmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Renald, Kasali. 2005. *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady dalam Elfiandri, dkk. 2018. *Pengantar Public Relations; Konsep dan Aplikasi*. Depok: Rajawali Pers.

Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ruslan, Rosady. 2016. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia.

**Jurnal:**

Anasrul, Yunus Amar dan Wahda. 2018. *Implentasi Program CSR dan Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Program CSR PT Vale Indonesia, Tbk Pada Proyek Penyediaan Air Bersih)*, Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship, Vol. 1 No. 4.

Badri, Muhammad. 2009, *Peran PR dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program CSR*.



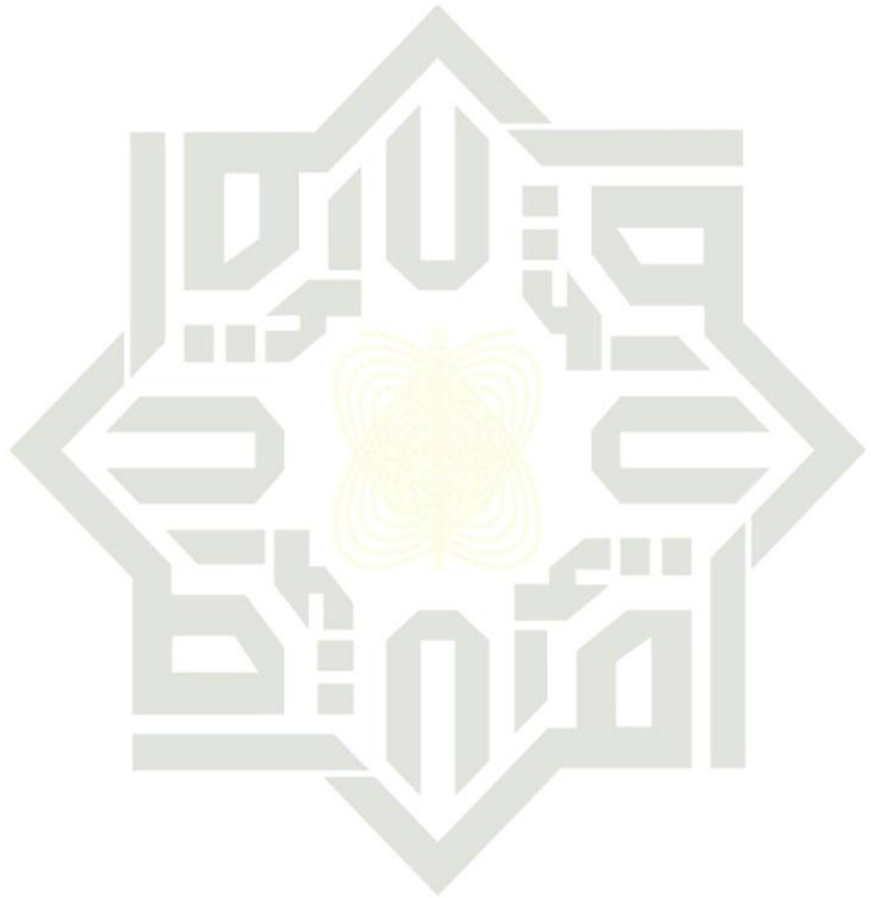
1. Bachri. 2010. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Teknologi Pendidikan. Vol. 10 No.1.
2. Anuar, dkk. 2015. *Komunikasi Dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif*. Mimbar. Vol. 31 No. 2.
3. Roy Parto. 2017. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)*. JOM Fisip. Vol. 4, No. 1.
4. Priyanto. 2008. *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Spirit Publik. Vol. 4 No. 2.
5. Mukhlisah. 2013. *Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Riau Kepri Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
6. Permata Puteri, Febrina. 2012. *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Angkasa Pura 1 Adisutjipto Yogyakarta Pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
7. Sari, Sukma. 2016. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Citra PT Semen Tonasa*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri. Alauddin. Makassar.
8. Subakti, Panji. 2008. *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan pada PT Telkom Tbk Pusat*. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.

#### Website :

Rachmat, Witoelar. 2006. [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id), (Diakses pada 13 Oktober 2020).



1. Pelindu Indonesia I Persero. [www.pelindo1.co.id](http://www.pelindo1.co.id). (Diakses pada 28 Juli 2020).
  2. Pelindu Indonesia I Persero. <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> (Diakses pada 13 Oktober 2020).
  3. Pelindu Indonesia I Persero. <http://www.Pelindo1.co.id/cabang/PBR/id/informasi/Pages/Penghargaan.aspx>, (Diakses pada 25 Juni 2021).
  4. Pelindu Indonesia I Persero. <http://waspada.co.id/2020/08/kemajuan-pelindo-1-selaras-dengan-kemajuan-daerah-sekitarnya/> (Diakses pada 16 Oktober 2020).
- Hachinda Satrik**  
**Undang-Undang**  
 1. Pelindu Indonesia I Persero. [www.pelindo1.co.id](http://www.pelindo1.co.id). (Diakses pada 28 Juli 2020).
2. Pelindu Indonesia I Persero. <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> (Diakses pada 13 Oktober 2020).
3. Pelindu Indonesia I Persero. <http://www.Pelindo1.co.id/cabang/PBR/id/informasi/Pages/Penghargaan.aspx>, (Diakses pada 25 Juni 2021).
4. Pelindu Indonesia I Persero. <http://waspada.co.id/2020/08/kemajuan-pelindo-1-selaras-dengan-kemajuan-daerah-sekitarnya/> (Diakses pada 16 Oktober 2020).
- Hachinda Satrik**  
**Undang-Undang**  
 1. Pelindu Indonesia I Persero. [www.pelindo1.co.id](http://www.pelindo1.co.id). (Diakses pada 28 Juli 2020).
2. Pelindu Indonesia I Persero. <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> (Diakses pada 13 Oktober 2020).
3. Pelindu Indonesia I Persero. <http://www.Pelindo1.co.id/cabang/PBR/id/informasi/Pages/Penghargaan.aspx>, (Diakses pada 25 Juni 2021).
4. Pelindu Indonesia I Persero. <http://waspada.co.id/2020/08/kemajuan-pelindo-1-selaras-dengan-kemajuan-daerah-sekitarnya/> (Diakses pada 16 Oktober 2020).



UIN SUSKA RIAU

## DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Togi Hotmaida M Sihombing Selaku Asisten Manajer Perbendaharaan dan Kemitraan Bina Lingkungan PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru



Program Bina Lingkungan berupa Bantuan Sembako

1. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mer
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, p
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Program Bina lingkungan Mudik Gratis 2019



Penyerahan Bantuan PKBL tahun 2020 PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru

# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PELINDO 1**  
INDONESIA GATEWAY

**BUMN**  
Hadir untuk negeri

**Mudik Bareng BUMN RUTE MUDIK #LEBARAN2018**

**JALUR DARAT**

- KANDIS → MEDAN Senin, 11 Juni 2018
- PERAWANG → PADANG Senin, 11 Juni 2018
- PERAWANG → MEDAN Senin, 11 Juni 2018
- PEKANBARU → PADANG Senin, 11 Juni 2018
- PEKANBARU → MEDAN Senin, 11 Juni 2018
- DUMAI → MEDAN Senin, 11 Juni 2018
- MEDAN → BANDA ACEH Minggu, 10 Juni 2018
- MEDAN → TAPANULI SELATAN Minggu, 10 Juni 2018
- MEDAN → TAPANULI TENGAH Minggu, 10 Juni 2018

**JALUR LAUT**

- TJ. PINANG → KARIMUN, SL. PANJANG, BENGKALIS, DUMAI, TJ. SAMAK  
Senin, 11 Juni 2018
- KIJANG → PULAU TUJUH (ANAMBAS, TAREMPA, MIDAI, NATUNA)  
Senin, 11 Juni 2018
- BATAM → BELAWAN (2x) Sabtu, 9 Juni & Senin, 11 Juni 2018

pelindo1.co.id

Program Bina Lingkungan berupa Mudik Gratis 2018

**PELINDO 1**  
INDONESIA GATEWAY

**Mudik Bareng BUMN 2017**

**2150 PESERTA**  
**Gratis**  
**8 PELIHAN JALUR MUDIK**

**PENDAFTARAN:**  
Pendaftaran dibuka sampai dengan tanggal 15 Juni 2017, pukul 09.00 - 15.00 WIB di Kantor Cabang Pelabuhan Daerah Keberangkatan dengan cukup menyerahkan KTP, KK, atau tanda identitas resmi lainnya.

<b>PEKANBARU » PADANG</b> 20 JUNI 2017 / 8 BUS / 210 KURSI Berangkat dari Kantor Pelindo 1 Pekanbaru	<b>DUMAI » MEDAN</b> 20 JUNI 2017 / 10 BUS / 240 KURSI Berangkat dari Kantor Pelindo 1 Dumai
<b>PERAWANG » PADANG</b> 20 JUNI 2017 / 5 BUS / 210 KURSI Berangkat dari Pelabuhan Perawang	<b>MEDAN » BANDA ACEH</b> 20 JUNI 2017 / 10 BUS / 240 KURSI Berangkat dari Kantor Pelindo 1 Belawan
<b>PERAWANG » MEDAN</b> 20 JUNI 2017 / 5 BUS / 170 KURSI Berangkat dari Pelabuhan Perawang	<b>MEDAN » TAPANULI SELATAN</b> 20 JUNI 2017 / 5 BUS / 210 KURSI Berangkat dari Kantor Pelindo 1 Belawan
<b>PEKANBARU » MEDAN</b> 20 JUNI 2017 / 5 BUS / 170 KURSI Berangkat dari Kantor Pelindo 1 Pekanbaru	<b>BATAM » BELAWAN</b> 21 JUNI 2017 / 1 KAPAL / 500 KURSI Berangkat dari Pelabuhan Lada Ampel

pelindo1.co.id

Program Bina Lingkungan Mudik Gratis 2017

2. a. r. Di lingkungan masyarakat untuk kepentingan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penyembelihan Hewan Qurban untuk dibagikan ke Masyarakat sekitar Kantor Pelindo 1 cabang Pekanbaru





## DRAFT WAWANCARA

### IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. PELINDO 1 (PERSERO) CABANG PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN CITRA

#### *Appreciation Of The Situation*

- Program CSR apa yang dibuat PT. Pelindo 1 (persero) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan citranya?
- Adakah perubahan citra ketika dilaksanakan program tersebut?
- Bagaimana cara PT. Pelindo 1 (persero) menjalankan program tersebut untuk meningkatkan citra?

#### *Definition Of Objectives*

- Siapa yang menjadi sasaran program yang dibuat tersebut?
- Berapa budget yang diperlukan untuk melaksanakan program tersebut?
- Bagaimana mempertimbangkan budget dalam melaksanakan program tersebut?
- Apa tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan program tersebut?

#### *Defenition Of Public*

- Siapa yang menjadi public dari program tersebut?
- Bagaimana PR memahami karakteristik public dalam program tersebut?

#### *Selection Of Media An Techniques*

- Media apa saja yang digunakan PT. Pelindo 1 dalam menjalankan programnya?
- Strategi apa yang digunakan PT. Pelindo 1 dalam menjalankan program untuk meningkatkan citra?
- Siapa saja yang menjalankan media yang digunakan dalam mempublikasikan program?

#### *Planning Of Budget*

- Strategi komunikasi apa yang digunakan Bag. PKBL PT. Pelindo 1 dalam menjalankan program tersebut?
- Bagaimana cara Bag. PKBL dalam mengatur biaya yang efektif dalam menjalankan program tersebut?
- Siapa saja yang menjalankan strategi komunikasi tersebut dalam menjalankan programnya?
- Apa yang menjadi kelebihan dan kelemahan strategi yang digunakan?

#### *Assesment Of Result*

- Bagaimana cara Bag. PKBL dalam mengevaluasi program tersebut?
- Apa saja kendala yang dihadapi Bag. PKBL dalam menjalankan programnya?
- Siapa saja yang terlibat dalam mengevaluasi program tersebut?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
**PT PELINDO 1 (PERSERO) CABANG PEKANBARU**  
**DALAM MENINGKATKAN CITRA**

Disusun Oleh :

**Arif Cendekiawan**  
**NIM. 11643102023**

Telah disetujui oleh pembimbing untuk diseminarkan pada : 16 Oktober 2020

Pembimbing

**Julis Suryani, M.I.Kom**  
**NIP. 130417019**

Mengetahui,

Mengetahui:  
Ketua Panitia Komunikasi

**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
**NIP. 196911181996032001**

**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
**NIP.19691118 199603 2001**



1. H
2. a. Penguasaan nanya untuk kepentingan penadakaan, penelitian, pennisuan karya iimian, penyusunan laporan, pennisuan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Penguitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

Nomor : B-055/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 (satu) Exp  
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 05 Januari 2021

Kepada Yth,  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Provinsi Riau  
Di  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: ARIF CEDEKIAWAN
N I M	: 11643102023
Semester	: IX (SEMBILAN)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Citra."

Adapun sumber data penelitian adalah :  
PT. Pelindo 1 (Persero) Cabang Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wassalam  
a.n. Rektor,  
Dekan,

Dr. Nurdin, MA  
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :  
1. Mahasiswa yang bersangkutan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/36387  
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9//2021 Tanggal 5 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

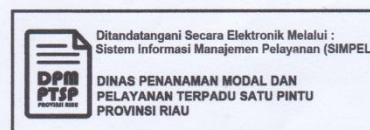
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : ARIF CENDEKIAWAN   |
| 2. NIM / KTP         | : 11643102023  |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. PELINDO 1 (PERSERO) CABANG PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN CITRA |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT. PELINDO 1 (PERSERO) CABANG PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 5 Januari 2021



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru di Tempat
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Arif Cendekiawan** lahir di Marjandi, pada tanggal 4 Juni 1999, merupakan anak pertama, lahir dari pasangan Bapak Santoso dan Ibu Masnik. Penulis mengawali pendidikan Taman Kanak-kanak Tunas Pecco di Marjandi dan Melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 091581 Afdeling II Dolok Sinumbah dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan MTS-MA di Pondok Pesantren Modern Al-Kautsar Simalungun dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2016, dan Alhamdulillah penulis lulus di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi tepatnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penulis juga aktif di dunia pergerakan mahasiswa dan komunitas literasi. Dalam dunia pergerakan mahasiswa, penulis aktif di Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI). Sedangkan di Komunitas Lentera Kata (KOLETA) penulis merupakan Founder.

Pada bulan September sampai November 2019, penulis melaksanakan Praktek kerja lapangan (PKL) di Kantor Pusat PT. Perkebunan Nusantara V. Dan pada awal bulan Juli sampai akhir bulan Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Suka Maju Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar. Kemudian dalam rangka untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah, penulis melakukan penelitian dengan judul: “Proses Kerja KBL Dalam Menjalankan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Pelindo 1 (persero) Cabang Pekanbaru Untuk Meningkatkan Citra” dan Alhamdulillah dinyatakan lulus oleh tim sidang munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan pada tanggal 17 Juni 2021.