

**HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PEMBINAAN UKM TERHADAP CITRA
PT SEMEN PADANG
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas**

Oleh:

**DEWI KENCANA INDRA
0810862015**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**

**HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PEMBINAAN UKM TERHADAP CITRA
PT SEMEN PADANG
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

**Oleh:
DEWI KENCANA INDRA
0810862015**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2012**

Ya Allah, sesungguhnya aku memohon cintaMu, cinta orang-orang yang mencintaiMu, dan amalan yang dapat mengantarku pada cintaMu. Ya Allah, jadikan cintaMu lebih aku cintai dari diriku sendiri, keluargaku, dan dari air yang dingin
(H.R. Jirmidzi)

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT, sebagai syukurku atas kasih sayang serta jalan hidup yang Kau berikan, ya Robbi
- Mama, atas setiap keikhlasan dan kesabaranmu selama membesarkanku
- Papa, dari beliau aku belajar banyak hal tentang hidup
- Adikku tersayang, yang selalu mensupportku
Semoga kamu pun segera meraih mimpimu. Amiin
- Semua orang yang menyayangiku dengan tulus
- Almamaterku

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor), baik di Universitas Andalas maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah karya saya sendiri, kecuali bantuan dan arahan dari pihak-pihak yang disebutkan dalam kata pengantar.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Padang, 20 Oktober 2012

Yang membuat pernyataan,

Dewi Kencana Indra

BP. 0810862015

ABSTRACT

The Relationship Of Corporate Social Responsibility In UKM Empowerment Toward Image of PT Semen Padang In Padang

By:

**Dewi Kencana Indra
0810862015**

Supervisors:

**Yuliandre Darwis, Ph.D,
Yesi Puspita, M.Si.**

Image is one of important asset for a company. Company's image formed by society. Implementation of Corporate Social Responsibility program is an effort from the company to create positive image in society.

This research is purpose to analyze the relationship between Corporate Social Responsibility in UKM Empowerment and the image of PT Semen Padang. This research use S-O-R (Stimulus- Organizm-Respons) theory. Stimulus considering to Corporate Social Responsibility in UKM Empowerment. Then, organizm considering to active and non active members of Mitra Binaan UKM PT Semen Padang. And response considering to image of PT Semen Padang. This research use corelational methode that search relationship between a variable and other variable. In this research hypotesis use a formula Rank Corelation by Spearman. The sample technique in this research is the sampling total (for non active members of Mitra Binaan), where all of population became a sample, and random sampling technique (for active members of Mitra Binaan), where the sample take randomly.

Conclusion of this study shows that the relationship between Corporate Social Responsibility in UKM Empowerment towards image of PT Semen Padang, with a correlation of 0,661 has a strong influence and significant.

Keywords : Corporate Social Responsibility, UKM Empowerment, Image.

KATA PENGANTAR



Syukur Al-hamdulillah penulis ucapkan atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayyah-Nya kepada Sang Pemelihara, Pencipta seluruh jagad raya, Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Hubungan Corporate Social Responsibility Pembinaan UKM Terhadap Citra PT Semen Padang**. Tak lupa juga Sholawat bermutiarkan salam yang senantiasa dicurahkan kepada wakil Allah, Rasullullah SAW dan keluarganya, para sahabatnya serta seluruh umat yang mengikutinya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa penghargaan dan ucapan terima kasih setulusnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Yuliandre Darwis, Ph.D selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberi masukan dan nasehat selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Yesi Puspita, M.Si sebagai pembimbing II yang banyak meluangkan waktu, memberi *support* dan masukan dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Rahmi Surya Dewi, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas kesempatan-kesempatan yang Ibu berikan selama ini. Hal tersebut adalah proses belajar yang berharga bagi penulis.
4. Bapak Dr. Elfitra, M.Si, Bapak Asmawi MS, Ibu Revi Marta, M.Ikom, Ibu Tantri Puspita Yazid, MA selaku tim penguji.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Ampri Satyawan, SE,MM selaku Kepala Biro CSR PT Semen Padang, Bapak Yulisan Buana Putra, SE,MM selaku kepala bidang kemitraan CSR PT Semen Padang, Bang Arya Fahero selaku Staff bidang kemitraan CSR PT Semen Padang.
7. Teristimewa untuk kedua Orang Tuaku tercinta, Papa Indra dan Mama Bety, Adikku tersayang Agi, Oma Puti, telah hadir dalam hidupku.
8. Dian Permana. Terima kasih telah banyak membantuku dengan penuh perhatian, kesabaran, dan keikhlasan. Semoga Allah meridhoi langkah kita untuk meraih masa depan. Amin..
9. Unyu family (Amak Melia, Bima, Bunda, Ghina, Intan, Tiwi, Puput) yang selalu mendukung penulis dan atas suka duka yang kita lalui selama 4 tahun.
10. Ayu Enicke, yang selalu memberikan ide-ide cemerlang untuk penulis dalam pembuatan skripsi ini.
11. Teman-temanku program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2008 semoga kesuksesan berada di dekat kita semua.
12. Kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini dan tidak bisa disebutkan satu per satu.
- 13.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi isi maupun teknik penulisan. Untuk itu saran dan kritikan sangat diharapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga penulisan skripsi ini sangat bermanfaat bagi semua.

Padang, 17 Oktober 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul
Halaman Judul
Halaman Persembaha
Surat Pernyataan
Lembar Pengesahan
Lembar Persetujuan

KATA	PENGANTAR
.....	
i	DAFTAR ISI
.....	
iii	DAFTAR TABEL
.....	
vi	DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK
.....	
xi	DAFTAR LAMPIRAN
.....	
xiii	ABSTRAK
.....	
xiv	ABSTRACT
.....	
xv	BAB I : PENDAHULUAN
.....	
1	1.1. Latar Belakang
.....	
1	1.2. Rumusan Masalah
.....	
6	

1.3. Tujuan	Penelitian
6	
1.4. Manfaat	Penelitian
7	

BAB II : TINJAUAN TEORI

8	2.1.	Penelitian	Yang	Relevan
8	2.2.	Tinjauan		Konseptual
10	2.2.1.	Teori	Stimulus-Organisme-Respon	(S-O-R)
10	2.3.			Citra
11	2.3.1.	Model	Pembentukan	Citra
12	2.4.		<i>Public</i>	<i>Relations</i>
14	2.4.1.	<i>Corporate</i>	<i>Social</i>	<i>Responsibility</i>
16	2.4.1.1.	Model	Pelaksanaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>
17	2.4.1.2.		<i>Tripple</i>	<i>Botten Line</i>
19	2.4.1.3.	Unsur-unsur	<i>Corporate</i>	<i>Social Responsibility</i>
22				

2.4.1.4.Lima Vilar Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

3

2.4.1.5. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

24

2.5. Kerangka Pemikiran

27

BAB III : METODE PENELITIAN

29

3.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian

29

3.2. Populasi dan Sampel

30

3.2.1. Populasi

30

3.2.2. Sampel

31

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

33

3.4. Hipotesis

33

3.5. Data dan Sumber Data

34

3.6. Teknik Pengumpulan Data

35

3.7. Skala Pengukuran

36

	3.8.	Teknik	Pengolahan	Data
	36			
Operasional	3.9.			Devinisi
	37			
	3.9.1	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Pembinaan	UKM PT Padang
	37			
	3.9.2	Citra	PT	Semen Padang
	39			
	3.10	Uji Instrumen	Validitas dan	Reabilitas
	41			
	3.10.1	Validitas		Uji
	42			
	3.10.2	Reabilitas		Uji
	43			
	3.11		Uji	Hipotesis
	44			
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN				
	48			
	4.1.		Gambar	Umum
	Perusahaan			
	48			
	4.1.1.	Sejarah	Pekembangan	PT Semen Padang
	50			

	4.1.1.1.	Pabrik	Indarung	I
	50			
	4.1.1.2.	Pabrik	Indarung	II
	50			
	4.1.1.3.	Pabrik	Indarung	III
	51			
	4.1.1.4.	Pabrik	Indarung	IV
	51			
	4.1.1.5.	Pabrik	Indarung	V
	51			
	4.1.2.	Letak	Geografis	PT Semen Padang
	52			
4.2.	Visi	dan	Misi	PT Semen Padang
53				
	4.2.1.			Visi
	53			
	4.2.2.			Misi
	53			
4.3.	Struktur	Organisme	Perusahaan	di PT Semen Padang
54				
4.4.	Proses	Produksi	dan	Produk Yang Dihilkan
54				
	4.4.1.	Bahan		Baku
	54			
	4.4.1.1.	Batu		Kapur
	55			
	4.4.1.2.	Batu		Silika
	55			

4.4.1.3. Tanah Liat

55

4.4.1.4. Pasir Besi

55

4.4.1.5. Gypsum

56

4.4.2. Proses Produksi

56

4.5. Program *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang

57

4.5.1. Gambar Umum Mengenai *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang

57

4.5.2. Struktur Organisasi *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang

58

4.5.3. Jenis-jenis Program *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang

59

4.5.4. Gambaran Umum Mengenai Program Pembinaan UKM PT Semen Padang

61

4.6. Deskripsi Karakteristik Responden

66

4.6.1 Deskripsi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Pembinaan UKM PT Semen Padang Menurut Mitra Binaan Aktif dan Tidak Aktif

69

4.6.1.1	Dimensi	<i>Building</i>	<i>Human</i>	<i>Capital</i>
.....				
69				
4.6.1.2		Dimensi		<i>Strengthening</i>
<i>Economies</i>				
.....				
76				
4.6.1.3	Dimensi		<i>Assesing</i>	<i>Social</i>
<i>Chession</i>				
.....				
84				
4.6.1.4	Dimensi		<i>Encouraging</i>	<i>Good</i>
<i>Governance</i>				
.....				
90				
4.6.1.5	Dimensi		<i>Protecting</i>	<i>The</i>
<i>Enviroment</i>				
.....				
96				
4.6.2	Deskripsi Citra PT Semen Padang Menurut Mitra Binaan Aktif dan Mitra Binaan Tidak Aktif			
.....				
102				
4.6.2.1	Persepsi			Dimensi
.....				
102				
4.6.2.2	Kognisi			Dimensi
.....				
106				
4.6.2.3		Dimensi		Motivasi
.....				
113				
4.6.2.4		Dimensi		Sikap
.....				
119				
4.7.	Penilaian Mitra Binaan Aktif dan Mitra Binaan Tidak Aktif Terhadap Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Semen Padang			
.....				
124				

4.8 Penilaian Mitra Binaan Aktif dan Mitra Binaan Tidak Aktif Terhadap Citra PT Semen Padang

126

4.9 Hubungan *Corporate Social Responsibility* Pembinaan UKM Terhadap Citra PT Semen Padang

128

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

.....

132

5.1.

Kesimpulan

.....

132

5.2.

Saran

.....

133

DAFTAR

PUSTAKA.....

135

LAMPIRAN.....

136

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1.	Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	PT Semen Padang	3
Tabel	2.1.	Hasil	Penelitian	
Terdahulu				
.....8				
Tabel 3.1. Jumlah Mitra Binaan PT Semen Padang Wilayah Kota Padang Periode 2012				
.....				
30				
Tabel 3.2. Jumlah Mitra Binaan PT Semen Padang Wilayah Kota Padang Yang Sudah Tidak Aktif				
.....				
31				
Tabel	3.3.	Bobot	Nilai	Setiap
Pertanyaan				
.....36				
Tabel	4.1.	Industri Semen di Indonesia Yang Termasuk Anggota Asosiasi Semen		49
Tabel	4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		66
Tabel	4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan		66
.....66				
Tabel	4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha		67
Tabel	4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Awal Usaha		68
Tabel	4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Laba Bersih Per Bulan		68
Tabel	4.7.	Petugas Yang Terlibat Dalam Pembinaan UKM Benar-benar Menguasai Materi atau Keterampilan Yang Akan Disampaikan (UKM Yang Masif Aktif)		69
.....				
69				
Tabel	4.8.	Petugas Yang Terlibat Dalam Pembinaan UKM Benar-benar Menguasai Materi atau Keterampilan Yang Akan Disampaikan (UKM Yang Tidak		

Aktif)

70

Tabel4.9. Informasi Yang Disampaikan Petugas Dalam Kegiatan Pembinaan UKM Dapat Anda Pahami Dengan Baik (UKM Aktif)

71

Tabel4.10. Informasi Yang Disampaikan Petugas Dalam Kegiatan Pembinaan UKM Dapat Anda Pahami Dengan Baik (UKM Yang Tidak Aktif)

71

Tabel4.11. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Berpesan Serta Dalam Memajukan UKM di Kota Padang (UKM Aktif)

72

Tabel4.12. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Berpesan Serta Dalam Memajukan UKM di Kota Padang (UKM Yang Tidak Aktif)

73

Tabel4.13. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Membuktikan Diri Sebagai Perusahaan Yang Bertanggung Jawab Terhadap Masyarakat (UKM Aktif) Yang

74

Tabel4.14. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Membuktikan Diri Sebagai Perusahaan Yang Bertanggung Jawab Terhadap Masyarakat (UKM Aktif) Yang idak

74

Tabel4.15. Penelitian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi *Building Human Capital* Oleh Mitra Binaan Aktif

75

Tabel4.16. Penelitian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi *Building Human Capital* Oleh Mitra Binaan Tidak Aktif

.....
76

Tabel4.17.Bantuan Dana/Modal Harus Ada (Penting) Dalam Kegiatan Pembinaan
UKM (UKM Yang
Aktif)

.....
77

Tabel4.18.Bantuan Dana/Modal Harus Ada (Penting) Dalam Kegiatan Pembinaan
UKM (UKM Yang Tidak
Aktif)

.....
77

Tabel4.19.Keterampilan Yang Binaan Untuk Memajukan Usaha, Setelah Mengikuti
Pelatihan Dalam Kegiatan Pembinaan UKM (UKM
Aktif)

.....
78

Tabel4.20.Keterampilan Yang Binaan Untuk Memajukan Usaha, Setelah Mengikuti
Pelatihan Dalam Kegiatan Pembinaan UKM (UKM Yang Tidak
Aktif)

.....
79

Tabel4.21.Produk Semakin Dikenal Oleh Masyarakat Serta Mengikuti Pemeran
UKM Yang Diadakan Dalam Kegiatan Pembinaan UKM (UKM Yang
Aktif)

.....
79

Tabel4.22.Produk Semakin Dikenal Oleh Masyarakat Serta Mengikuti Pemeran UKM
Yang Diadakan Dalam Kegiatan Pembinaan UKM (UKM Yang Tidak
Aktif)

.....
80

Tabel4.23.Kegiatan Pembinaan UKM Membawa Dampak Positif Bagi Kemajuan
Usaha Anda (UKM Yang
Aktif)

.....
81

Tabel 4.24.Kegiatan Pembinaan UKM Membawa Dampak Positif Bagi Kemajuan
Usaha Anda (UKM Yang Tidak
Aktif)

.....
81

Tabel 4.25. Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Dari Dimensi <i>Strengthening Economies</i> Oleh Mitra Binaan Aktif	82
Tabel 4.26. Penilaian Responden Terhadap Item Pertanyaan Dari Dimensi <i>Strengthening Economies</i> Oleh Mitra Binaan Yang Tidak Aktif	83
Tabel 4.27. PT Semen Padang Berupaya Menjalin Komunikasi Yang Baik Selama Pelaksanaan Kegiatan Pembinaan UKM (UKM Yang Aktif)	84
Tabel 4.28. PT Semen Padang Berupaya Menjalin Komunikasi Yang Baik Selama Pelaksanaan Kegiatan Pembinaan UKM (UKM Yang Aktif)	85
Tabel 4.29. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Berupaya Mendekatkan Diri Melalui Interaksi Langsung (UKM Yang Aktif)	85
Tabel 4.30. Melalui Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Berupaya Mendekatkan Diri Melalui Interaksi Langsung (UKM Yang Tidak Aktif)	86
Tabel 4.31. Kegiatan Pembinaan UKM Diadakan PT Semen Padang Untuk Menjalin Hubungan Yang Harmonis (UKM Yang Aktif)	87
Tabel 4.32. Kegiatan Pembinaan UKM Diadakan PT Semen Padang Untuk Menjalin Hubungan Yang Harmonis (UKM Yang Tidak Aktif)	87
Tabel 4.33. Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi <i>Assesing Social Chession</i> Oleh Mitra Binaan Aktif	88

- Tabel 4.34. Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi *Assesing Social Chession* Oleh Mitra Binaan Yang Tidak Aktif

 89
- Tabel 4.35. Kegiatan Binaan UKM Menunjukkan PT Semen Padang Tidak Hanya Mau Mengambil Keuntungan, Tapi Juga Memperhatikan Kebutuhan dan Kepentingan Anda (UKM Yang Aktif)

 90
- Tabel 4.36. Kegiatan Binaan UKM Menunjukkan PT Semen Padang Tidak Hanya Mau Mengambil Keuntungan, Tapi Juga Memperhatikan Kebutuhan dan Kepentingan Anda (UKM Yang Tidak Aktif)

 91
- Tabel 4.37. Kegiatan Pembinaan UKM Dilakukan Tulus Oleh PT Semen Padang dan Tidak Ada Maksud Apapun Dibaliknya (UKM Yang Aktif)

 92
- Tabel 4.38. Kegiatan Pembinaan UKM Dilakukan Tulus Oleh PT Semen Padang dan Tidak Ada Maksud Apapun Dibaliknya (UKM Yang Tidak Aktif)

 92
- Tabel 4.39. Melalui Pelaksanaan Pembinaan UKM ini PT Semen Padang Sudah Berupaya Untuk Membantu Anda Mendapatkan Penghidupan Yang Layak (UKM Yang Aktif)

 93
- Tabel 4.40. Melalui Pelaksanaan Pembinaan UKM ini PT Semen Padang Sudah Berupaya Untuk Membantu Anda Mendapatkan Penghidupan Yang Layak (UKM Tidak Aktif)

 94
- Tabel 4.41. Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi *Encouraging Good Governance* Oleh Mitra Binaan Aktif

	94
Tabel 4.42. Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi <i>Encouraging Good Governance</i> Oleh Mitra Binaan Tidak Aktif	
	95
Tabel 4.43. Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Membantu Untuk Mengelola Kembali Limbah Oleh Industri Anda, Agar Tidak Mencemari Lingkungan (UKM Yang Aktif)	
	97
Tabel 4.44. Kegiatan Pembinaan UKM PT Semen Padang Telah Membantu Untuk Mengelola Kembali Limbah Oleh Industri Anda, Agar Tidak Mencemari Lingkungan (UKM Tidak Aktif)	
	98
Tabel 4.45. PT Semen Padang Telah Meningkatkan Kepedulian Anda Terhadap Bahaya Pencemaran Lingkungan (UKM Yang Aktif)	
	98
Tabel 4.46 PT Semen Padang Telah Meningkatkan Kepedulian Anda Terhadap Bahaya Pencemaran Lingkungan (UKM Yang Tidak Aktif)	
	99
Tabel4.47.Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi <i>Protecting The Enviroment</i> Oleh Mitra Binaan aktif	
	100
Tabel4.48.Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi <i>Protecting The Enviroment</i> Oleh Mitra Binaan aktif	
	101
Tabel 4.49. Ketertarikan untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai program pembinaan UKM yang dilaksanakan oleh PT Semen Padang (UKM yang masih aktif)	

	102
Tabel 4.50 Ketertarikan untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai program pembinaan UKM yang dilaksanakan oleh PT Semen Padang (UKM yang tidak aktif)	
	103
Tabel 4.51 Ikut ke dalam anggota binaan UKM PT Semen Padang (UKM yang masih aktif)	
	103
Tabel 4.52 Ikut ke dalam anggota binaan UKM PT Semen Padang (UKM yang tidak aktif)	
	104
Tabel 4.53 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Persepsi Oleh Mitra Binaan Aktif	
	104
Tabel 4.54 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Persepsi Oleh Mitra Binaan yang tidak Aktif	
	105
Tabel 4.55 Memahami dengan baik pelaksanaan pembinaan UKM sebagai tanggung jawab sosial PT Semen Padang (UKM yang masih aktif)	
	106
Tabel 4.56 Memahami dengan baik pelaksanaan pembinaan UKM sebagai tanggung jawab sosial PT Semen Padang (UKM yang tidak aktif)	
	107
Tabel 4.57 PT Semen Padang berupaya secara aktif untuk memperkenalkan program pembinaan UKM (UKM yang masih aktif)	
	108
Tabel 4.58 PT Semen Padang berupaya secara aktif untuk memperkenalkan program pembinaan UKM (UKM yang tidak aktif)	

108	Tabel 4.59 Pelaksanaan program pembinaan UKM selama ini sudah terlaksana dengan baik (UKM yang masih aktif)
109	Tabel 4.60 Pelaksanaan program pembinaan UKM selama ini sudah terlaksana dengan baik (UKM yang tidak aktif)
110	Tabel 4.61 PT Semen Padang berupaya secara sungguh-sungguh untuk mencapai hasil yang maksimal dalam pelaksanaan program pembinaan UKM (UKM aktif)
110	Tabel 4.62 PT Semen Padang berupaya secara sungguh-sungguh untuk mencapai hasil yang maksimal dalam pelaksanaan program pembinaan UKM (UKM tidak aktif)
111	Tabel 4.63 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Kognisi Oleh Mitra Binaan Aktif
112	Tabel 4.64 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Kognisi Oleh Mitra Binaan Tidak Aktif
112	Tabel 4.65 PT Semen Padang selalu berupaya untuk memenuhi keinginan/ harapan yang anda ingin raih selama mengikuti program pembinaan UKM (UKM yang masih aktif)
113	Tabel 4.66 PT Semen Padang selalu berupaya untuk memenuhi keinginan/ harapan yang anda ingin raih selama mengikuti program pembinaan UKM (UKM yang tidak aktif)
114	Tabel 4.67 Aktif mengikuti pelatihan dan pameran yang yang dilaksanakan oleh pembinaan UKM PT Semen Padang (UKM Yang masih aktif)

	115
Tabel 4.68 Aktif mengikuti pelatihan dan pameran yang yang dilaksanakan oleh pembinaan UKM PT Semen Padang (UKM Yang tidak aktif)	
	116
Tabel 4.69 PT Semen Padang dapat memberikan solusi yang tepat untuk membantu anda memecahkan masalah yang sedang anda hadapi (UKM yang aktif)	
	116
Tabel 4.70 PT Semen Padang dapat memberikan solusi yang tepat untuk membantu anda memecahkan masalah yang sedang anda hadapi (UKM yang tidak aktif)	
	117
Tabel 4.71 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Motivasi Oleh Mitra Binaan Aktif	
	118
Tabel 4.72 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Motivasi Oleh Mitra Binaan tidak Aktif	
	118
Tabel 4.73 Pelaksanaan pembinaan UKM yang dilaksanakan PT Semen Padang (UKM yang masih aktif)	
	119
Tabel 4.74 Pelaksanaan pembinaan UKM yang dilaksanakan PT Semen Padang (UKM yang tidak aktif)	
	120
Tabel 4.75 Pelaksanaan pembinaan UKM membuat anda merasa senang menjadi anggota binaan PT Semen Padang (UKM yang masih aktif)	
	121
Tabel 4.76 Pelaksanaan pembinaan UKM membuat anda merasa senang menjadi anggota binaan PT Semen Padang (UKM yang tidak aktif)	
	121

Tabel 4.77 Pelaksanaan program pembinaan UKM PT Semen Padang telah mendapat simpati dari anda (UKM yang masih aktif)	122
Tabel 4.78 Pelaksanaan program pembinaan UKM PT Semen Padang telah mendapat simpati dari anda (UKM yang tidak aktif)	122
Tabel 4.79 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Sikap Oleh Mitra Binaan Aktif	123
Tabel 4.80 Penilaian Responden Terhadap Item Pernyataan Dari Dimensi Sikap Oleh Mitra Binaan Tidak Aktif	123
Tabel 4.81 Penilaian Mitra Binaan Aktif Terhadap Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Semen Padang	124
Tabel 4.82 Penilaian Mitra Binaan Tidak Aktif Terhadap Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Semen Padang	125
Tabel 4.83 Penilaian Mitra Binaan Aktif Terhadap Citra PT Semen Padang	126
Tabel 4.84 Penilaian Mitra Binaan Tidak Aktif Terhadap Citra PT Semen Padang	126
Tabel 4.85 Analisa Korelasi	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra adalah kesan yang diperoleh melalui pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang suatu hal. Bagi perusahaan, citra merupakan salah satu aset terpenting. Peningkatan citra merupakan keuntungan jangka panjang sebagai balasan dari tanggung jawab perusahaan. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan meningkatkan kreativitasnya serta memberikan manfaat lebih bagi orang lain. Citra perusahaan tidak bisa di rekayasa, maksudnya citra tidak akan datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat. Salah satu upaya perusahaan untuk menciptakan citra positif di masyarakat yakni melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*.

Dalam konteks *Public Relations*, tanggung jawab sosial korporat atau *Corporate Social Responsibility* itu diimplementasikan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Berbagai perusahaan di Indonesia kini sudah mulai menjalankan tanggung jawab sosialnya tersebut ke dalam berbagai bentuk program *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* diantaranya yaitu, memberikan beasiswa sekolah, memberikan bantuan buku, merehabilitasi lingkungan hidup, membantu usaha kerajinan masyarakat, membantu pengembangan usaha kecil masyarakat (Iriantara, 2004: 47-48).

Dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada kepentingan aspek keuntungan perusahaan semata (*Single Botton Line*). Tetapi juga harus memperhatikan aspek-aspek lainnya yang berkaitan dengan aspek sosial lingkungan hidup. Jadi saat ini perusahaan selain memikirkan profit juga dituntut untuk memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (*Tripple Botton Line*) yaitu memasukan tak hanya ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan profit, tapi juga ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan (Wibisono, 2007: 32).

Keberadaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia saat ini menjadi hal yang sangat penting. *Corporate Sosial Responsibility* yang dilatarbelakangi oleh mulai berkurangnya kepercayaan dari masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan menjadi begitu penting karena perusahaan atau organisasi harus turut bertanggung jawab atas kelangsungan kehidupan komunitas di sekitarnya. Perusahaan tidak selayaknya menjadi besar tanpa mempedulikan akan kehidupan masyarakat di sekitarnya.

Masyarakat merupakan salah satu unsur penting dalam keberhasilan suatu perusahaan, karena itu perusahaan wajib untuk menjalin hubungan dengan masyarakat, salah satunya melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat akan berpengaruh secara langsung terhadap kemampuan bagi perusahaan tersebut untuk tumbuh dan bertahan. Jika perusahaan tidak mampu menjalin hubungan baik dengan masyarakat, maka tentu saja masyarakat tidak akan peduli terhadap eksistensi perusahaan yang akhirnya akan mempengaruhi citra perusahaan.

PT Semen Padang merupakan perusahaan milik pemerintah yang bergerak di bidang industri semen. Perusahaan besar ini terletak di provinsi Sumatera Barat. Di mana pusat perkantoran terletak di Indarung, dengan daerah operasinya berpusat di Indarung. Sebagai salah satu perusahaan yang berada di tengah masyarakat, maka PT Semen Padang memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Sebagai bagian tak terpisahkan dari masyarakat, PT Semen Padang pun tak luput dari tanggung jawab sosialnya. Melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang menjalankan aktivitas sosialnya untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat. Hal tersebut dimaksudkan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* dalam mempertahankan eksistensinya. Adapun bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Semen Padang

No	Kegiatan	Bentuk Kegiatan	Ring Wilayah
1.	Pengembangan Pendidikan	Pemberian beasiswa dan pengadaan sarana pendidikan untuk sekolah-sekolah, pelaksanaan lolapil untuk pemuda/i.	Ring 2 Kota Padang

2.	Pembangunan fisik/sarana umum	Membangun jalan, jembatan, balai pertemuan, dll.	Ring 2 dan 3 Padang dan Sumbar
No.		Bentuk Kegiatan	
	Kegiatan		Ring Wilayah
3.	Sarana Ibadah	Pengadaan bantuan untuk rumah ibadah, baik fisik maupun operasional.	Ring 2 dan 3 Padang dan Sumbar
4.	Pelestarian Alam	Penghijauan, penanaman pohon produktif.	Ring 2 dan 3 Padang dan Sumbar
5.	Pemberdayaan ekonomi	Pembinaan Usaha Kecil Menengah (UKM)	Ring 2 dan 3 Padang dan Sumbar
6.			

	Kesehatan	Pengobatan gratis, sunatan massal, donor darah,	Ring 2 dan 3 Padang dan Sumbar Ring 2
--	-----------	--	--

Sumber: Arsip *Corporate Social Responsibility* 2012

Produk hukum yang mengatur pelaksanaan tanggung jawab *social* perusahaan diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana Perseroan Terbatas diwajibkan menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial (Budi Untung, 2009 :14).

Salah satu bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah melalui pemberdayaan terhadap masyarakat yang ada disekitar perusahaan. Pemberdayaan terhadap masyarakat dilakukan dengan membina usaha masyarakat sekitar, dengan cara membina Usaha Kecil Menengah (UKM) masyarakat. Dana untuk membiayai program pembinaan UKM diambil sebanyak 2% dari laba bersih PT Semen Padang setiap tahunnya. Kegiatan pembinaan masyarakat ini berdasarkan Undang-Undang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam pasal 2 *juncto* pasal 66 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 *juncto* pasal 8 keputusan Menteri Negara BUMN

Nomor 236 tahun 2003 tentang program kemitraan bersumber dari penyisihan laba setelah pajak sebesar 1 sampai 3 %. (Budi Untung, 2009: 26).

Diantara enam kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh PT Semen Padang program pembinaan UKM merupakan satu-satunya program *Corporate Social Responsibility* yang bersifat jangka panjang, dibina, dan menciptakan kemandirian. Sedangkan untuk program *Corporate Social Responsibility* lainnya hanya bersifat hibah. Oleh karena itu dalam penelitian kali ini peneliti memfokuskan pada program pembinaan UKM.

Pembinaan UKM merupakan program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh PT Semen Padang untuk membantu para pengusaha UKM di Kota Padang agar dapat mengembangkan usahanya, dengan harapan jika usaha tersebut berkembang maka dapat menyerap tenaga kerja dan pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian pengusaha UKM dan masyarakat sekitarnya. Pembinaan UKM ini terdiri dari tiga kegiatan, yaitu: Pemberian pinjaman modal kepada pengusaha UKM, pelatihan kerja, dan pengikutsertaan pengusaha UKM ke pameran baik itu berskala lokal, nasional, maupun internasional.

“Salah satu cara yang ditempuh PT Semen Padang untuk membentuk citra positif adalah dengan pelaksanaan kegiatan CSR. Kegiatan CSR ini telah dimulai sejak 1987. UKM yang aktif per 29 Februari 2012 sebanyak 1.300 UKM. Bantuan untuk UKM ini diserahkan tiap tahunnya kepada UKM yang membutuhkan. Untuk memberikan dana tersebut tentunya UKM yang mengajukan di survei terlebih dahulu” (Wawancara dengan Ampri Satyawan, Kepala Biro CSR PT Semen Padang).

Total dana yang sudah dikucurkan oleh PT Semen Padang untuk membiayai program Pembinaan UKM ini dari tahun 1987 hingga tahun 2011 adalah sebesar 54

milyar rupiah. Mitra binaan UKM di kota Padang bergerak di sektor: Industri, Jasa, perdagangan, Perikanan, Perkebunan, Pertanian, Perternakan (Arsip PT Semen Padang, 2012).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, masalah yang akan diteliti peneliti adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pembinaan UKM PT Semen Padang menurut mitra binaan yang aktif dan mitra binaan yang tidak aktif?
2. Bagaimana citra PT Semen Padang menurut mitra binaan UKM aktif dan mitra binaan UKM yang tidak aktif?
3. Bagaimana hubungan *Corporate Social Responsibility* pembinaan UKM terhadap citra PT Semen Padang di Kota Padang?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pembinaan UKM PT Semen Padang menurut mitra binaan yang aktif dan mitra binaan yang tidak aktif.
2. Untuk mengetahui citra PT Semen Padang menurut mitra binaan yang aktif dan mitra binaan yang tidak aktif.
3. Untuk mengetahui hubungan *Corporate Social Responsibility* pembinaan UKM terhadap citra PT Semen Padang di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan studi penelitian lebih lanjut.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakrawala dan wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, terutama kajian Public Relations, khususnya yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan citra perusahaan.

b. Kegunaan Praktis

1. Untuk peneliti, diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan.
2. Untuk perusahaan dapat menjadi masukan bagi PT Semen Padang mengenai tanggapan dan pendapat masyarakat terhadap kegiatan *Corporate Social Responsibility*.