

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa Karena cinta KasihNya telah memberikan hikmat kepada peneliti sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang Berjudul **“Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Di PT. Coca Cola Botling Indonesia (Ccbi) Medan”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis serta keterbatasan waktu. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Keluarga Penulis, yakni Mama (P. Silalahi), kakak dan abang tercinta, Kak Deli, Kak Nurhayati, Bang Relly, Kak Bora juga sepupu-sepupuku. Terima kasih atas Doa,dukungan dan pengorbanan selama ini. Penulis bangga memiliki keluarga seperti kalian. Penulis masih selalu membutuhkan nasihat dan dukungan hingga penulis dapat mencapai keberhasilan dan masa depan yang terarah.
2. Bapak Prof. Dr. A. Yakub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. Amir Purba, MA. Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu Dra. Effiati Juliana Hsb, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Pembimbing Akademik juga sebagai Dosen pembimbing I penulis, terima kasih atas segala didikan yang telah diberikan yang sangat membimbing penulis dalam menyelesaikan kuliah penulis.
5. Bapak Drs. Syafruddin Ritonga, MAP, selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas kesabaran dalam membimbing, mengarahkan dan masukan yang sangat menambah wawasan penulis.
6. Ibu Nina Angelia, S.Sos.Msi yang telah bersedia menjadi sekretaris dalam acara seminar proposal, seminar hasil dan meja hijau penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama empat tahun ini dan seluruh staf Universitas Medan Area yang juga sangat membantu penulis dalam mempersiapkan segala berkas yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak Ahmad Nasoha selaku *Corporate Affairs Executive* di PT. Coca Cola Amatil Indonesia (CCAI) Medan. Terimakasih atas segala kedekatan dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Masyarakat Martubung sekitar PT. Coca Cola Amatil Indonesia (CCAI) Medan. Terimakasih untuk keterbukaan dan sambutannya kepada penulis.
10. Kekasih hati penulis, Terhulin Purba yang terus mendukungku dalam doa dan pelayanannya. Terimakasih buat perhatian, doa dan motivasinya sampai pengerjaan skripsi ini selesai.
11. Adik-adik kelompok kecilku AKK STAR yakni Risna, Hastuti, Herlina, Gito, Kardo yang selalu memberikan semangat untuk kakak kelompoknya agar lebih semangat dalam mengerjakan skripsi.

12. Teman-teman seperjuangan semua Fakultas. Semoga dalam penyelesaian kuliah kita, kita menemukan wadah sebagai tempat untuk merealisasikan ilmu kita.
13. Teman-teman yang selalu bersama-sama, Kak Riri, Bang Bernard, Martin, Hans, Hendro dan Tim Tustel Photography, Bayu, Cristian Tepu, Feby. Banyak kisah yang tak terlupakan saat kita bersama. Mari bersama mengembangkan kreatifitas.
14. Terkhusus untuk sahabat terbaik juga sebagai adik, Taruli Gultom, selalu terkenang bersamamu untuk kita dapat menyelesaikan kuliah bersama dengan canda tawa kita. Skripsi ini kupersembahkan untukmu sahabat.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat, baik untuk penulis sendiri, untuk PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan, untuk Program Studi Ilmu Komunikasi dan semua pembacanya. Akhirnya dengan usaha yang telah dilakukan serta bimbingan dari Tuhan semoga skripsi ini dapat memberikan hasil yang terbaik. Amin.

Penulis

INTAN PAGARI GULTOM
10 853 0016

DAFTAR ISI



	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Tujuan Penelitian	8
1.5.2 Manfaat penelitian	8
II. LANDASAN TEORI	10
2.1. Uraian Teori	10
2.1.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	10
2.1.2 Latar Belakang Munculnya Konsep CSR	10
2.1.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	11
2.1.2.2 Prinsip Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.1.2.3 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.1.2.4 Jenis-jenis Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
2.1.3 Pengertian Kepercayaan	19
2.1.3.1 Kepercayaan Masyarakat	19
2.1.4 Stakeholder	20
2.1.4.1 Defenisi Stakeholder	20
2.1.4.2 Teori Stakeholder	24
2.1.5 <i>Triple Bottom Line (TBL)</i>	25
2.1.5.1 Anatomi <i>Triple Bottom Line (TBL)</i>	25
2.1.5.2 Komponen Utama <i>Triple Bottom Line (TBL)</i>	27
2.2. Kerangka Pemikiran	28
2.3. Hipotesis	33

III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	35
3.4. Definisi Operasional Variabel	36
3.5. Analisis Data	37
IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Profil PT. <i>Coca Cola Botling Indonesia</i>	40
4.1.1. Visi PT. <i>Coca Cola Botling Indonesia</i>	41
4.1.2. Misi PT. <i>Coca Cola Botling Indonesia</i>	42
4.1.3. Struktur PT. <i>Coca Cola Botling Indonesia Medan</i>	43
4.2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	45
4.2.1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel- variabel Dalam Penelitian	48
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	56
4.2.2.1 Uji Normalitas	56
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.2.3.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	63
4.3. Pembahasan	64
V. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tamatan / Pendidikan	47
Tabel 4.4	Kegiatan CSR PT. Coca-Cola Bottling Indonesia tepat sasaran.....	48
Tabel 4.5	CSR PT. CCBI dapat mengembangkan keterampilan.....	49
Tabel 4.6	PT. CCBI dalam CSR menghargai nilai local.....	49
Tabel 4.7	CSR PT. CCBI merupakan proses pengembangan kepercayaan terhadap Perusahaan.....	50
Tabel 4.8	PT. Coca-Cola Bottling Indonesia dalam CSR membangun komunikasi	51
Tabel 4.9	PT. Coca-Cola Bottling Indonesia Berkontribusi terhadap pembangunan sosial.....	51
Tabel 4.10	Menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan CSR	52
Tabel 4.11	Kegiatan CSR PT. Coca-Cola Bottling Indonesia dilakukan secara berkelanjutan.....	53
Tabel 4.12	Kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi melalui sosial PT. CCBI.....	53
Tabel 4.13	Kepercayaan masyarakat terhadap CSR PT. CCBI Baik.....	54
Tabel 4.14	CSR PT. Coca-Cola Bottling Indonesia mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.....	54
Tabel 4.15	PT. Coca-Cola Bottling Indonesia dengan CSR sangat memperhatikan lingkungan.....	55
Tabel 4.16	Kegiatan CSR PT. Coca-Cola Bottling Indonesia mampu meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat	56

Tabel 4.17	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.18	Uji Glejser	61
Tabel 4.19	Model Summary	62
Tabel 4.20	Hubungan Antar Variabel	62
Tabel 4.21	Uji-t	64



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.2 Logo PT. Coca-Cola <i>Bottling</i> Indonesia.....	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Coca-Cola <i>Bottling</i> Indonesia.....	44
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan Pendekatan Histogram.....	44
Gambar 4.4 Uji Normalitas Dengan Pendekatan Grafik.....	43

