

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response, menurut (Effendy, 2000:254) adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga orang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (organisme, O) dan efek (response, R), pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak, komunikasi akan berlangsung bila ada pengertian, dan penerimaan dari komunikan.

Model S – O – R ini menjelaskan proses komunikasi, dimana komunikator memberikan stimulus atau pesan yang diberikan kepada organisme atau komunikan, dan komunikan akan memberikan respon terhadap pesan atau stimulus yang diberikan. Respon yang diberikan bisa dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah sikap.

Sikap menurut Azwar (2011:15), merupakan suatu respon evaluatif. Respon akan timbul apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya reaksi individual. Respon evaluatif berarti bahwa bentuk reaksi yang dinyatakan sebagai sikap tersebut timbulnya didasari oleh proses evaluasi dalam diri individu yang memberi kesimpulan terhadap stimulus dalam bentuk nilai baik – buruk, positif – negatif, menyenangkan – tidak menyenangkan yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap.

Berikut merupakan beberapa aspek yang penting guna memahami sebenarnya apa aspek-aspek dari perilaku sikap yang dapat mengukur dan

mengerti sebenarnya apa saja aspek-aspek yang ada didalam sikap sehingga dapat menghasilkan sikap yang positif ataukah sikap yang negatif dalam suatu organisasi atau lingkungan tertentu yang terlibat didalamnya.

Salah satu aspek yang sangat penting guna memahami sikap dan perilaku manusia adalah masalah pengungkapan (*assessment*) atau pengukuran (*measurement*) sikap, serta sikap sendiri dapat dipahami lebih daripada sekedar seberapa *favorable* atau seberapa tidak *favorabelnya* perasaan seseorang, lebih daripada sekedar seberapa positif atau seberapa negatifnya. Sikap dapat diungkap dan difahami dari dimensinya yang lain (Azwar,2011:87)

Selain itu sikap sendiri memiliki arahan-arahan dan intensitas tertentu untuk mengukur sikap yaitu. Menurut Azwar (2011:88), sikap terpilah pada dua arah kesetujuan yaitu apakah setuju atau tidak setuju, apakah mendukung atau tidak mendukung, apakah memihak atau tidak memihak terhadap sesuatu atau seorang sebagai obyek serta Sikap memiliki intensitas, artinya kedalaman atau kekuatan sikap terhadap sesuatu belum tentu sama walaupun arahnya mungkin tidak berbeda (Azwar,2011:88).

Struktur sikap sendiri terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif. Komponen kognitif berisi kepercayaan seorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Sedangkan, komponen afektif menyangkut masalah-masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Dan komponen terakhir adalah komponen konatif yakni sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada di dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya (Azwar,2011:24-27)

Didukung oleh pernyataan Halim, Aditya Pranata dalam jurnalnya menyebutkan bahwa salah satu kegunaan dari adanya *public relations* adalah untuk mengetahui sikap dari komunitas mereka sendiri. Oleh sebab itu guna dan peran PR sangat penting dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat disekitarnya.

Tak hanya itu menurut Ardianto (2011:9) mengatakan bahwa PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan *Public* terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan.

PR menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, serta PR sendiri terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami PR, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya (Jefkins, 2003:9).

Menurut Frank Jefkins (2003:10), PR merupakan semua bentuk komunikasi terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

*Public Relations* sendiri adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian atau pengakuan

publik. *PR* adalah fungsi manajemen yang secara khusus mendukung terciptanya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, kerjasama antara organisasi dan berbagai publiknya (Ardianto,2016:8-9).

Frank Jefkins mendefinisikan “*Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” Hal ini berarti bahwa tujuan *Public Relations* lebih terperinci dan tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang berkaitan dengan saling pengertian. Tujuan khusus yang dimaksud adalah penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya mengubah sikap yang negatif menjadi positif (Jefkins,2003:10).

Dalam penelitian ini peneliti meneliti mengenai sikap Warga Kelurahan Bubutan mengenai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Kampung Binaan Lawas Maspati” Sebagaimana halnya dengan tujuan peneliti untuk mengetahui Sikap Warga Kelurahan Bubutan mengenai Program CSR Kampung Maspati yang dilakukan oleh PT. Pelindo III Surabaya.

Menurut Edi Priyanto kepala humas (Hubungan Masyarakat) PT. Pelindo III Surabaya, bahwa Kampung Maspati adalah salah-satu kampung binaan percontohan pertama dan juga CSR kampung binaan tersukses dari seluruh BUMN di Indonesia yaitu CSR kampung binaan PT. Pelindo III Surabaya.

Dalam bukunya Martono (1991:42) mengatakan bahwa pengertian masyarakat adalah “masyarakat adalah golongan besar atau kecil terdiri dari

beberapa manusia yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh mempengaruhi satu sama lain (Martono, 1991:42), yang berarti manusia sendiri dalam hidup bermasyarakat memiliki golongan-golongan tertentu atau kelompok tertentu di lingkungannya sesuai dengan kecocokan satu sama lain yang pada akhirnya saling mempengaruhi satu sama lain baik mengenai pola pikir maupun tindakan yang diambil.

Masyarakat dapat didefinisikan sebagai kumpulan dan peranan-peranan yang diwujudkan oleh individu-individu yang terkait pada kedudukan tertentu sebagai anggota masyarakat dan di atur peranannya melalui pranata sosial yang ada dan bersumber

*Corporate Social Responsibility* sendiri adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Kompleksitas permasalahan sosial (*Social Problems*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin. (Untung, 2009:1)

Menurut Princes of Wales Foundation ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, pertama, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*. Keempat, *social cohesion*. Artinya, dalam melaksanakan CSR jangan sampai

menimbulkan kecemburuan sosial. Kelima adalah economic strength atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian bidang ekonomi. (Untung.2009;11-12)

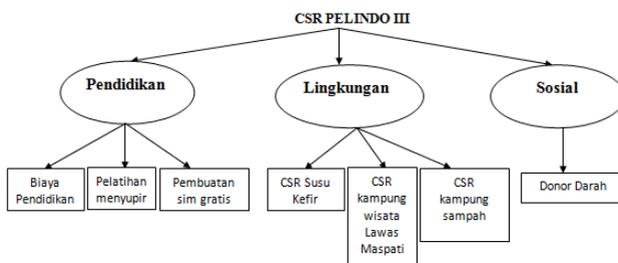
Menurut Kotler dan Lee 2005 mengatakan bahwa, Secara umum dipahami, pemikiran tentang corporate social responsibility didasarkan pada kebijakan perusahaan sebagai komitmen untuk meningkatkan kualitas kehidupan komunitas melalui kerjasama antar para pelaku bisnis dan sumber daya yang ada didalam kehidupan komunitas(Prajarto,2012:xiii)

Baik atau buruknya amanat undang-undang perseroan terbatas yang mewajibkan perseroan menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial bergantung pada aturan pelaksanaan yang akan disusun pemerintah (Untung.2009;13)

terkait hal itu, para pelaku bisnis berharap pemerintah lebih bijaksana menafsirkan aturan ini, yang dimaksud dengan perseroan, menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang selanjutnya disebut perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya. (Untung.2009;13).

Dilain pihak, bila perkembangan pelaksanaan CSR dari sisi internal perusahaan (atau asosiasi perusahaan dan lembaga atarnegara) diikuti dengan cermat, tak dapat disangkal bahwa kecenderungan yang bersifat positif telah pula berkembang cukup jauh dengan adanya upaya nyata dan membumi berlandas itikad baik memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat serta pelestarian lingkungan (Amri,Sarosa 2008;xiv).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitiberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung. 2009:1).



Bagan 1.1  
 Jenis CSR PT. Pelindo III Surabaya |  
 Sumber: Wawancara Peneliti dengan Edi Priyanto Kepala Humas PT.  
 Pelindo III Surabaya

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Edi Priyanto selaku Kepala Hubungan Masyarakat PT. Pelindo III Surabaya menyebutkan bahwa Pelindo III memiliki beberapa csr diantaranya adalah CSR

Pendidikan, Lingkungan, dan Sosial. Untuk CSR bidang Pendidikan pelindo memiliki bantuan kepada masyarakat di bidang pendidikan seperti pemberian sumbangan biaya pendidikan, memberikan pelatihan menyupir dan pembuatan sim gratis kepada masyarakat, itupun berdasarkan kualitas masyarakat serta hasil kemauan dan permintaan dari masyarakatnya sendiri yang tidak ingin di bukakan usaha.

Sedangkan dalam bidang Lingkungan Edi Priyanto menyatakan bahwa CSR kampung binaan merupakan sub yang masuk dalam CSR di bidang lingkungan, dalam CSR di bidang lingkungan ini terdapat 3 macam csr diantaranya adalah csr Kampung Binaan Susu Kefir, Kampung Wisata “Kampung Lawas Maspati” dan juga Kampung Sampah. Kampung Susu Kefir merupakan salah satu CSR yang dimiliki oleh PT. Pelindo III Surabaya yang di dalamnya memiliki ciri khas membuat aneka olahan susu kefir seperti masker kefir, susu kefir dan masih banyak lagi. Kemudian untuk Kampung Sampah sendiri di khususkan untuk kampung pengolah sampah / limbah bekas maupun pengepul sampah yang di pilah pilah dan setiap minggunya di jual kurang lebih penghasilan yang di dapat dari kampung sampah per minggunya adalah sekitar 1,5 juta. Sedangkan untuk Kampung Maspati sendiri merupakan satu satunya kampung binaan milik PT. Pelindo III Surabaya dengan tema kampung wisata. Disana warga kampung maspati ini di berikan pelatihan dengan membuat berbagai macam produk olahan warga yang akan di pasarkan kepada masyarakat Internasional.

Sedangkan untuk CSR PT. Pelindo III Surabaya ini memiliki sub Sosial yang diantaranya pelindo memberikan mengadakan aksi donor darah

kepada masyarakat, kegiatan csr donor darah yang di lakukan oleh PT. Pelindo III ini sendiri diadakan rutin selama 1 bulan sekali.

Peneliti juga melihat kelebihan- kelebihan yang dimiliki oleh Kampung Maspati yang dijuluki sebagai kampung wisata di Surabaya adalah nilai sejarah dengan adanya rumah rumah kuno yang menjadi peninggalan Belanda, Maspati terletak di Pusat Kota Surabaya yang berdekatan dengan monument Tugu Pahawan dan dulu dijadikan pusat perjuangan 10 November 1945. bangunan pabrik sepatu tempat kediaman Soemargono ketika tahun 1930-an dan menjadi markas pasukan Indonesia, Bangunan Rumah Kediaman Raden Soemomiharjo, Losmen Asri peninggalan Belanda yang masih aktif juga makam mbah suruh, serta sekolah Ongko Loro atau "*Vervolgschool*" untuk sekolah anak desa selama 3 tahun. Setelah selesai lulusannya bisa meneruskan ke sekolah Lanjutan atau "*Vervolgschool*" yang lebih dikenal Sekolah Ongko Loro sampai tamat kelas 5.

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) atau lebih dikenal dengan sebutan Pelindo III merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam jasa layanan operator terminal pelabuhan. Perusahaan dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 1991 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pelabuhan III Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Peraturan tersebut ditandatangani oleh Presiden Ke-2 Republik Indonesia Soeharto pada

tanggal 19 Oktober Selanjutnya, pembentukan Pelindo III dituangkan dalam Akta Notaris Imas Fatimah, S.H., Nomor : 5, tanggal 1 Desember 1992 sebagaimana telah mengalami beberapa kali perubahan hingga perubahan terakhir dalam Akta Notaris Yatiningsih, S.H, M.H., Nomor: 72, tanggal 10 Juli 2015. Sebagai operator terminal pelabuhan, Pelindo III mengelola 43 pelabuhan dengan 16 kantor cabang yang tersebar di tujuh propinsi di Indonesia meliputi Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Tengah, dan Kalimantan Selatan. Pelindo III memiliki komitmen yang kuat dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan. Oleh karenanya, setiap tindakan yang diambil oleh perusahaan selalu mengacu pada tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Perusahaan juga menerbitkan pedoman etika dan perilaku (Code of Conduct) sebagai acuan bagi seluruh insan Pelindo III mulai dari Komisaris, Direksi, hingga Pegawai untuk beretika dan berperilaku dalam proses bisnis serta berperilaku dengan pihak eksternal. (<https://www.pelindo.co.id>).

Kampung Maspati dipilih oleh PT. Pelindo III karena Kampung Maspati ini memiliki nilai jual seni yang tinggi dan dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata di Surabaya. Dengan keragaman peninggalan-

peninggalan sejarah yang masih ada dan di lestarikan serta di rawat oleh warga Kampung Maspati sendiri. (<http://www.kampunglawas.com/id/page/sejarah>)

Seperti yang dikutip dalam website CSR Kampung Lawas Maspati, (<http://www.kampunglawas.com/id/page/sejarah>) bahwa, Sisa kerajaan itu masih ada. Salah satunya yaitu Kampung Kraton yang kini diapit Jl Kramatgantung dan Jl Pahlawan. Permukiman para punggawa kraton alias 'perumahan pejabat' berada di barat kraton, karena sisi barat sebagai simbol spiritual. Saat ini perumahan pejabat atau punggawa keraton tersebut menjadi Kampung Tumenggungan dan Maspati yang ada di sisi barat Jl Bubutan. Disinilah dulu tempat tinggal Tumenggung dan Patih untuk urusan kerajaan.

Kampung Maspati berada di tengah kota surabaya, 500 meter dari Monumen Tugu Pahlawan, Kampung ini dikelilingi bangunan modern namun budaya, kearifan lokal dan tradisi-tradisi kampung, tetap terjaga. Bangunan-bangunan dan barang-barang peninggalan kerajaan mataram pun masih terawat hingga saat ini (<http://www.kampunglawas.com/id/page/sejarah>).

Seperti yang penulis kutip saat melakukan wawancara dengan ketua RW Kampung Lawas Mapati, “jumlah penduduk disini kalau menurut KSK ya sama kalau menurut sensus itu total 381 KSK dan 1350 jiwa mbak itu sudah 6 RT” ujar Sabar Swastono selaku ketua RW5 kampung lawas maspati.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Edi Priyanto selaku kepala Humas PT. Pelindo III Surabaya menyatakan bahwa Pelindo III

menjadikan Kampung Maspatisebagai salah satu Program CSR Kampung Binaan PT. Pelindo III PT. Pelindo III membuat beberapa pertimbangan terkait kampung di tengah kota dengan tema kampung wisata, yaitu diantaranya PT Pelindo III melihat kelebihan dan *value* yang ada di dalam Kampung Maspatisendiri, yang utama adalah nilai sejarah yang ada di Kampung Maspatisendiri.

Tujuan PT. Pelindo III ini sendiri adalah untuk *go internasional*, dari target yang ingin dicapai PT Pelindo III mempromosikan CSR mereka “Kampung Lawas Maspati” ini jika ada kapal pesiar yang mengangkut warga negara asing untuk diarahkan dan diantar untuk menuju Kampung Lawas Maspati, selain itu PT. Pelindo III juga membuat booklet *bilingual* dalam Bahasa Inggris dan juga *website* sebagai sarana promosi.

Pelindo juga bekerja sama dengan Pemerintah Kota Surabaya (Pemkot), dalam perijinan dan juga sebagai salah satu promosi bahkan saat pengesahan Kampung Maspatidihadiri dan di buka juga oleh Ibu Walikota Tri Rismaharini. Tak jarang *event-event* Pemkot yang melibatkan warga negara asing diarahkan ke Kampung Maspatisebagai salah satu obyek wisata bagi para turis.

Kampung Maspatiini sendiri memiliki sumber daya manusia (SDM) yang sangatlah banyak, lingkungannya yang mendukung serta profil dari Kampung Maspatisendiri yang bangunan rumah-rumahnya sendiri adalah cagar budaya yang tidak boleh di renovasi dan yang sebenarnya jika di kelola dengan baik maka Kampung Maspatiini sendiri dapat menjadi salah satu destinasi wisata baru di Surabaya, yang terkenal sebagai kota Pahlawan ini.

Sampai saat ini banyak sekali prestasi yang di dapat oleh Kampung Maspatidan juga Kampung Maspatiini sendiri saat ini makin berkembang dengan di dukungnya bantuan baik dana maupun edukasi dan pelatihan yang di lakukan oleh PT. Pelindo III Surabaya. Sebagai ajang wisata Kampung Maspatiterus berinovasi dengan membuka took oleh-oleh dan juga stand makanan dan minuman tradisional yang juga dapat di nikmati oleh pengunjung dengan usaha tersebut yang tadinya Kampung Maspatiyang mayoritas adalah pensiunan dan juga pekerja swasta yang tingkat perekonomian menengah kebawah sekarang dapat membaik dan juga memperbaiki perputaran perekonomian di Kampung Maspatitersebut.

Kebanggaan masyarakat akan Kampung Lawas Maspati menjadi salah satu sikap public dalam upaya mendukung kegiatan CSR tersebut. Serangkaian sikap publik yang diwujudkan dalam berbagai tindakan diantaranya berfoto di Kampung Lawas Maspati sehingga media yang selaku publik, selalu aktif mengabarkan Kampung Lawas Maspati. Lantas bagaimanakah dengan publik lainnya yang tinggal dikawasan Kampung Lawas Maspati yang terdiri dari 6RT tersebut? Warga lokal merupakan bagian penting bagi keberlangsungan CSR PT. Pelindo III Surabaya. Maka dari itu perlu diketahui bagaimana sikap Warga Kelurahan Bubutan khususnya RT1 sampai dengan RT 6 Kampung Maspati sebagai bagian penting demi keberlangsungan CSR PT. Pelindo III Surabaya yang harus diperhatikan.

Warga Kelurahan Bubutan selaku peranan penting atas segala sesuatu yang terjadi pada daerahnya, juga dapat memiliki sikap tersendiri terhadap Kampung Maspati. sebab menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholders* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka,

terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, keberlangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka (Wibisono,2007:33-34)

dalam wawancara peneliti dengan narasumber pertama yang peneliti temui secara acak, seorang ibu yang peneliti samarkan namanya menjadi (O) menyatakan bahwa “aduh mbak paling yang ikut acara-acara gitu ya orang-orang itu saja, sebenarnya saya ya kepingin tapi pasti orang-orang itu saja yang dipilih” dari kalimat itu peneliti mendeteksi adanya ketidak merataan baik informasi maupun pembagian tugas yang seharusnya semua warga ikut andil dan ikut serta dalam program CSR milik PT. Pelindo III Surabaya ini. Menurut hasil wawancara peneliti dengan ibu (O) ini, ibu (O) ini merupakan salah satu anggota PKK di RT nya.

Dan akhirnya dalam wawancara yang kedua antara peneliti dengan salah satu warga kampung maspati ini semakin memperkuat alasan peneliti mengapa peneliti ingin mengetahui sebenarnya bagaimanakah sikap warga kampung maspati dalam program CSR yang dilakukan oleh PT. Pelindo III Surabaya di kampung mereka. Peneliti menyamakan nama ibu ini dengan sebutan ibu (P) ini merupakan salah satu seorang wanita karir atau pekerja kantoran berumur 40 tahun berpendapat bahwa “saya ini mbak sebenarnya tidak masalah dengan adanya CSR ini cuman saya itu kasihan dengan ibu saya kan sudah sepuh kalau ramai-ramai apalagi waktu ada kunjungan dan ramai-ramai pakai alat musik itu kan ya sedikit bising lah ya mbak udah itu aja sih saya kurang lebihnya ya saya senang juga kampungnya jadi ramai terus dan nambah-nambahin penghasilan warga juga kan tapi pasti juga ada

yang punya perasaan keganggu dikit sama seperti saya cuman nggak berani mengungkapkannya mungkin. Tapi nggak tau juga sih mbak apa cuman saya saja yang merasa begitu” tutupnya.

Yang dimana dalam teori membedah konsep *Tripple Bottom Line* menyebutkan bahwa keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk pada dimensi sosial. Sudah sangat cukup fakta bagaimana masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak peduli dengan keadaan masyarakat di sekitarnya.

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa pihak warga kelurahan bubutan khususnya warga Kampung Maspati RT1 sampai dengan RT 6 secara *random* atau acak, peneliti menemukan adanya pernyataan pernyataan warga yang dimana ada beberapa warga yang mengatakan seakan perusahaan kurang peduli dengan kenyamanan beberapa warga yang tinggal di Kampung Maspati tersebut

Tak hanya itu sebenarnya peneliti mewawancarai 7 responden 3 diantaranya merasa keberatan dan 4 diantaranya sangat senang diadakannya program CSR ini untuk meningkatkan perekonomian warga kampung maspati sendiri. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimanakah sebenarnya sikap para warga kampung maspati dalam program CSR yang diadakan oleh PT. Pelindo III Surabaya ini apakah positif ataukah negatif.

Oleh karena itu tujuan peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana sikap warga kampung maspati dalam program CSR milik PT. Pelindo III Surabaya di kampung mereka, dan serta menjadi bahan masukan terhadap

PT. Pelindo agar lebih baik lagi kedepannya dalam pelaksanaan CSR di kampung maspati.

Sebelumnya pernah ada penelitian terdahulu yang meneliti mengenai sikap warga terhadap CSR perusahaan BUMN berjudul “sikap warga Gunung Anyar Tambak mengenai program CSR bank sampah Bintang Mangrove milik PT. PLN (Persero) Surabaya.” Penelitian ini dilakukan oleh Alfred Gregory mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Sikap Warga Gunung Anyar Tambak mengenai program CSR bank sampah Bintang Mangrove milik PT. PLN (Persero) Surabaya apakah hasilnya positif ataukah negative Metode yang digunakan adalah metode survey.

Selain itu juga terdapat penelitian lainnya yang berjudul “Sikap Pemerintah lokal Kota Malang tentang program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Kampung Warna-Warni Jodipan oleh PT.INDANA. penelitian ini dilakukan oleh N Firdausiyah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang membedakan dari penelitian tersebut adalah subyek dari penelitian ini menggunakan warga kelurahan bubutan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Sikap Warga Kelurahan Bubutan mengenai Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Kampung Binaan Lawas Maspati” PT. PELINDO III Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk Mengetahui sikap Kelurahan Bubutan mengenai Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Kampung Binaan Lawas Maspati” PT. PELINDO III Surabaya

#### **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini berfokus pada sikap warga kelurahan Bubutan RT 1, RT 2, RT 3, RT 4, RT 5, RT 6 mengenai program CSR Kampung Wisata “Kampung Lawas Maspati” milik PT. Pelindo III Surabaya. Penelitian ini akan diberi batasan sebagai berikut:

**Obyek Penelitian :** Sikap Warga Kelurahan Bubutan mengenai program CSR “Kampung Lawas Maspati” milik PT. Pelindo III Surabaya.

**Subyek Penelitian :** Warga Kelurahan Bubutan mengenai program CSR “Kampung Lawas Maspati” milik PT. Pelindo III Surabaya.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

**Akademik :** untuk memperkaya penelitian dalam bidang kehumasan mengenai respon masyarakat dan Corporate Social Responsibility (CSR).

**Praktis :** memberikan masukan terhadap PT. PELINDO III mengenai Respon Warga Kampung Maspati dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Binaan Percontohan milik PT. PELINDO III Surabaya.