

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Judul penelitian dalam bahasan ini adalah *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati” Terhadap Citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III pada Warga Kampung Lawas Maspati Bubutan Surabaya*. Penelitian ini fokus pada bagaimana pengaruh program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diadakan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III, yaitu Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati” terhadap citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III di mata warga Kampung Lawas Maspati Bubutan Surabaya. Melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III, *Public Relations* telah melaksanakan fungsinya dalam melakukan pendekatan terhadap publiknya. Hal ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat untuk mendukung pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat di sekitar perusahaan (pelindo.co.id).

Hal positif yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan menurut Adona (2006: 108) adalah melalui prestasi dan sejarah perusahaannya. Hal itu dapat menciptakan representasi dari perusahaan tersebut. Maka dari itu tugas Humas adalah mengupayakan dan mendorong agar perusahaan memiliki citra yang positif dihadapan masyarakat (Prasiska dkk, 2017). Menurut Wahyuni dan Azheri dalam Iswanto (2014: 6), *Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan

perusahaan sebagai strategi untuk meningkatkan citra perusahaan, hal ini dapat memperkuat dan mempertahankan *corporate branding* (Kartikasari dkk, 2017).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu mendekatkan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Hal ini dapat menciptakan kerja sama dan saling pengertian antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Untung (2008:100), nilai *intangible* menjadi nilai yang sangat penting dalam keberlangsungan kegiatan CSR, sejauh mana perusahaan aktif dan proaktif dengan lingkungan. Sehingga besarnya uang yang diberikan perusahaan dalam melangsungkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukanlah hal utama yang penting. Semakin maraknya kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilangsungkan sebagai aksi perusahaan atas tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitar dan hubungan sosial, maka di hari-hari ini begitu banyak perusahaan gencar untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu komitmen mereka dan rasa tanggung jawab perusahaan dalam berkontribusi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Hal ini bukan semata-mata hanya memenuhi kontribusi mereka pada beberapa aspek tersebut, melainkan perusahaan mengharapkan adanya sebuah timbal balik dari masyarakat, yaitu harapan akan memperoleh dukungan dari masyarakat luas dan hal tersebut akan berdampak positif terhadap citra perusahaan (Vegawati dkk, 2015).

Citra perusahaan sendiri tidak luput dari suatu gambaran perusahaan yang mencerminkan segala pemikiran, emosi, persepsi dan kepercayaan khalayak atas informasi yang mereka terima. Disini perusahaan harus mengetahui dan memahami citra perusahaan dihadapan khalayak maupun publik (Naufalia, 2016).

Sebagai perusahaan BUMN, PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III ikut mengambil bagian dalam melakukan tugas dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III ini disebut dengan Program Kemitraan dan Binaan Lingkungan (PKBL). Hal ini sebagaimana yang diatur dalam Permen-05/MBU/2007 mengenai Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dan Program Bina Lingkungan. Maka dari itu sebagai perusahaan yang maju dan besar, Pelindo III aktif dalam melakukan program PKBL. Hal ini dilakukan dengan menjalankan Program Bina Lingkungan yang berupa pemberian dana hibah untuk kepentingan masyarakat. Program ini merupakan suatu bantuan yang mana penerima dana hibah tidak memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana yang telah diberikan. Namun dengan syarat, penerima dana Program Bina Lingkungan tersebut membuat laporan secara tertulis beserta bukti atas penggunaan dana bantuan yang telah diberikan (pelindo.co.id).

Berdasarkan visi yang dikemukakan oleh Pelindo III dalam pelaksanaan program PKBL nya, bahwa PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III ingin mendukung pembangunan kawasan kepentingan pelabuhan. Dengan misinya pada poin yang ke tiga dan ke empat, yaitu: mendukung pengembangan pariwisata pesisir di sekitar kawasan pelabuhan; dan mendukung pembangunan ekonomi masyarakat di kawasan kepentingan pelabuhan guna menjadi masyarakat yang sejahtera. Maka PT. Pelindo III memiliki tujuan untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukannya. Selain itu, PT. Pelindo III tidak hanya bergerak untuk mendukung pariwisata yang ada di pesisir saja, melainkan PT. Pelindo III juga mendukung pariwisata yang ada

di darat (Wawancara dengan Soegeng Prayitno, Humas PT. Pelindo III, pada 17 Oktober 2019).

Karena sikap aktifnya dalam melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), dilansir pada berita dalam website resmi BUMN (28 Mei 2019), PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III berhasil menjadi salah satu dari 55 perusahaan BUMN yang meraih apresiasi dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dan apresiasi tersebut diukur berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* atau yang biasa disebut dengan unsur 3P dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (bumn.go.id).

Pada umumnya program tanggung jawab sosial yang diberikan oleh 15 perusahaan Perseroan Terbatas (PT) sektor transportasi dan pergudangan milik BUMN tersebut seperti pemberian dana, fasilitas, edukasi, dan pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun, PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III sendiri memiliki cara lain untuk melakukan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, karena dalam salah satu programnya, PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III melakukan aksi tanggung jawab sosialnya dengan membantu mewujudkan “Kampung Lawas Maspati” sebagai kampung wisata binaan PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III.

Menurut Edi Priyanto, mantan Kepala Humas (Hubungan Masyarakat) PT. Pelindo III yang kini menjabat sebagai Kepala SDM (Sumber Daya Manusia), perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara), melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan tema wisata umumnya dilakukan di desa, yaitu membuat desa wisata. Bagi Edi Priyanto pengelolaan program desa wisata dengan kampung wisata memiliki

tingkat kesulitan yang berbeda. Menurutnya, pengelolaan desa wisata lebih mudah karena perusahaan hanya butuh melakukan pembangunan fisik dan fasilitas saja meskipun juga membutuhkan biaya yang besar. Sementara untuk kampung wisata sendiri, terutama di tengah kota, tingkat kesulitannya adalah bagaimana dapat menarik wisatawan asing untuk menjadikan kampung wisata tersebut sebagai destinasi wisata mereka. Dan pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kampung wisata ini hanya dilakukan oleh PT. Pelindo III, dari seluruh Badan Usaha Miliki Negara (BUMN) di Indonesia. Kampung wisata ini adalah Kampung Lawas Maspati (Wawancara dengan Edi Priyanto, Kepala SDM PT. Pelindo III, pada tanggal 9 September 2019).

Dibandingkan dengan kampung binaan lainnya milik Pelindo III, seperti: kampung pengelolaan sepatu, kampung susu kefir, kampung herbal, dan kampung edukasi sampah. Kampung Lawas Maspati lebih berpusat pada fokus nilai sejarah dan budaya yang dilestarikan dalam kampung tersebut. Yang mana pelestarian sejarah dan budaya tersebut dijadikan sebagai objek wisata bagi para turis asing maupun lokal. Sementara kampung binaan lainnya, berfokus pada pengelolaan sumber daya alam untuk dijadikan suatu produk dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mereka. Dari semua kampung binaan, hanya Kampung Lawas Maspati yang muncul dalam *press release* yang dipublikasikan pada *website* Pelindo III.

Selain itu, Kampung Lawas Maspati telah melakukan usaha dan inisiatif untuk menjadikan kampungnya sebagai Kampung Wisata pada tahun 2014 sebelum PT. Pelindo III memberikan bantuannya terhadap Kampung Lawas Maspati. Setelah itu, satu tahun kemudian PT. Pelindo III memberikan bantuannya tersebut pada Kampung Lawas Maspati (Wawancara dengan Dani, Tim Wisata Kampung Lawas Maspati, tanggal 05 September 2019).

Alasan Pelindo III melakukan program binaan dengan memperkenalkan Kampung Lawas Maspati sebagai salah satu destinasi wisata di Surabaya adalah sebagai bentuk bagian kepedulian PT. Pelindo III terhadap pariwisata di Indonesia.

“Kewenangan destinasi tujuan wisata merupakan kewenangan Dinas Pariwisata, namun Pelindo III turut membantu mengenalkan kepada wisatawan terhadap destinasi wisata yang ada di wilayah atau kota yang disinggahi. Meski bukan tupoksi Pelindo III, kami tetap melakukan promosi tak hanya fasilitas pelabuhan terminal, tetapi juga destinasi wisatanya. Namun, usaha yang kami lakukan tidak ada unsur pemasaran, hal ini murni dilakukan sebagai bantuan yang diberikan PT. Pelindo III.” (Wawancara dengan Edi Priyanto, Kepala SDM PT. Pelindo III, pada tanggal 11 Oktober 2019).

Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III adalah: makam Mbah Buyut Suruh, rumah kediaman Raden Soemomiharjo (tokoh dari Keraton Surakarta), Losmen Asri yang dahulunya merupakan dapur umum pada masa pertempuran 10 November 1945, pabrik pembuatan sepatu Soemargono 1907 pada sekitar tahun 1930, sekolah Ongko Loro “Vervolgshool”, dan beberapa bangun rumah warga yang masih belum diubah sejak masa penjajahan Belanda. Hal ini yang menarik perhatian PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III untuk memberikan bantuan dalam melestarikan sisa cagar budaya yang ada dan membantu menjadikan Kampung Lawas Maspati menjadi kampung wisata yang menarik dikunjungi oleh wisatawan asing. Serta warga kampung yang masih melestarikan permainan lokal, dan telah memiliki UMKM nya sendiri, seperti: pengelolaan markisa, beras kencur, sinom, cincau, jahe untuk dijadikan produk makanan

dan minuman herbal (Wawancara dengan Edy Priyanto, Kepala SDM PT. Pelindo III, pada tanggal 9 September 2019).

Bantuan yang diberikan oleh PT. Pelindo III pada warga Kampung Lawas Maspati meliputi: renovasi, fasilitas, pelatihan, promosi dan dana. PT. Pelindo III melakukan renovasi pada beberapa bangunan cagar budaya seperti Makam Mbah Buyut Suruh dan Pabrik Pembuatan Sepatu Soemargono 1907. Untuk fasilitas Pelindo III memberikan bantuan berupa aula, koperasi, perpustakaan, cat, gapura, serta beberapa tanaman yang dipajang di sekitar jalan Kampung Lawas Maspati. Pelindo III juga mengikutsertakan dalam program pelatihan pengelolaan objek wisata sejarah, kewirausahaan, *entrepreneur*, dan keikutsertaan dalam pameran (Wawancara dengan Edy Priyanto, Kepala SDM PT. Pelindo III, pada tanggal 9 September 2019).

Hampir setiap tahunnya, PT. Pelindo III memberikan dana untuk Festival Kampung Lawas Maspati yang diadakan setiap tahun. Promosi yang diberikan PT. Pelindo III yaitu berupa *booklet* dan *leaflet* yang berisi informasi wisata termasuk peta wisata, pemasangan *signage*, pemasangan *photobooth*, serta mendatangkan jurnalis dan *blogger* untuk meliput kegiatan di Kampung Lawas Maspati. Menurut Edy Priyanto, Kampung Lawas Maspati merupakan kampung binaan percontohan pertama yang menjadi cerita sukses dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diberikan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III (Wawancara dengan Edy Priyanto, Kepala SDM PT. Pelindo III, pada tanggal 9 September 2019).

PT. Pelindo III sendiri memberikan logo dari perusahaannya pada beberapa titik wisata di Kampung Lawas Maspati. Hal itu merupakan salah satu upaya untuk menunjukkan bahwa Kampung Lawas Maspati merupakan

kampung binaan PT. Pelindo III. Beberapa logo tersebut terlihat pada gapura Kampung Lawas Maspati, makam Mbah Buyut Suruh, aula, koperasi, hingga pada pot pemberian PT. Pelindo III. Semua fasilitas dan pembangunan yang dilakukan PT. Pelindo III pada Kampung Lawas Maspati diberikan logo perusahaan tersebut.

Membangun CSR merupakan hal yang bermanfaat yang akan cenderung memperoleh tanggapan positif yang membangun citra perusahaan menjadi positif bagi para mitra binaan atau pihak yang diberi bantuan (Triwilopo, 2016). Dari penjelasan tersebut, maka seharusnya pengaruh dari adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadikan citra perusahaan yang membuat program tersebut menjadi positif. Artinya, bahwa citra dari PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III seharusnya dapat dipandang positif oleh warga Kampung Lawas Maspati setelah mereka mendapatkan bantuan dari program CSR tersebut.

Namun ternyata, dalam melangsungkan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) nya, tidak semudah itu dijalankan guna mencapai tujuan Pelindo III sebagai perusahaan BUMN yang mendukung pariwisata di Indonesia melalui Kampung Lawas Maspati. Masih terdapat masalah yang terjadi dalam pertengahan program tersebut. Hal ini berkaitan dengan bagaimana opini dari penerima program tersebut terhadap pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diperkenalkan. Ketidak sesuaian antara pengertian yang dimaksudkan dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dipublikasikan, dengan pemahaman dan harapan dari penerima program.

Menurut Sabar selaku Ketua RW 06 Kampung Lawas Maspati, program binaan yang disebut oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III

dirasa tidak sesuai antara teori dari kata ‘pembinaan’ yang selama ini dipahami dengan faktanya.

“yang dimaksud sebagai kata ‘pembinaan’ itu yang bagaimana? Kalau yang dimaksud adalah yang seperti kita pahami bahwa pembinaan merupakan pendampingan serta pembelajaran secara terus menerus ya jawabannya tidak. Pelindo III hanya memberikan fasilitas dan memberikan bantuan berdasarkan proposal yang diajukan Kampung Lawas Maspati saja, tidak benar-benar melihat apa yang benar-benar dibutuhkan dalam pengembangan dan kemajuan kampung. Setelah itu mereka hanya meminta laporan tiap bulan mengenai perkembangan Kampung Lawas Maspati. Jadi ya kalau saya rasa bukan ‘pembinaan’ itu namanya tetapi ‘pemfasilitasan’. Untuk produk unggulan UMKM kita sendiri tidak dimodali oleh Pelindo III tetapi dari warga sendiri.” (Wawancara dengan Pak Sabar, Ketua RW 06 Kampung Lawas Maspati, pada hari Jumat, 30 Agustus 2019).

Namun opini dari penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbeda-beda. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa warga Kampung Lawas Maspati ini pun memiliki hasil yang berbeda. Dari wawancara tersebut ada beberapa warga yang merasa cukup dengan bantuan yang diberikan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III. Dan ada juga yang memiliki pemahaman yang serupa dengan Pak Sabar.

Akan tetapi menurut Soegeng Prayitno (Humas PT. Pelindo III) sendiri, bantuan yang diberikan adalah bantuan untuk mengupayakan warga kampung menjadi kampung yang memiliki kemandirian secara ekonomi. Dan merasa bahwa Kampung Lawas Maspati sudah mandiri sehingga PT. Pelindo III hanya perlu memantau perkembangannya saja.

“sebenarnya kalau untuk Kampung Lawas Maspati sendiri, mereka seharusnya saat ini sudah mandiri. Karena mereka sudah ada penghasilan sendiri dari wisata kampung. Dari situ sebenarnya mereka kalau mau berdiri sendiri sudah bisa.” (Wawancara dengan Soegeng Prayitno, Humas PT. Pelindo III, pada tanggal 17 Oktober 2019).

Peneliti memilih fenomena ini karena Kampung Lawas Maspati merupakan kampung wisata binaan BUMN yang berhasil dalam pendampingan PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III. PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III juga mendapatkan apresiasi karena telah sukses membina Kampung Lawas Maspati. Antara Pelindo III dengan Kampung Lawas Maspati merupakan hubungan yang saling menguntungkan. Namun ternyata, ketika peneliti melakukan observasi lebih dalam, terdapat suatu masalah yang dirasakan pada pertengahan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut, yaitu perbedaan pemahaman antara pemberi program CSR dengan penerima program CSR. Maka dari itu, peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III terhadap citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III tersebut di mata warga Kampung Lawas Maspati. Peneliti ingin mengetahui bahwa ketidaksesuaian pemahaman program tersebut apakah akan berdampak pada pandangan warga Kampung Lawas Maspati mengenai perusahaan tersebut, atau sebaliknya.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Wiwik Agustia Ningsih, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau dengan judul Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan: Kasus Pada Masyarakat Sekitar Kantor Pusat PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Perbedaan antara penelitian ini dan

penelitian terdahulu adalah pada indikator dan teknik penarikan sampel. Dalam penelitian terdahulu menggunakan indikator elemen citra dari Harrison yaitu *personality, reputation, value, corporate identity*. Dan teknik penarikan sampel dalam penelitian terdahulu adalah probability dengan metode pengambilan sampel *accidental sampling* (Ningsih, 2016).

Kemudian peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Felita Naomi Siautta, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katholik Widya Mandala dengan judul Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility (CSR) Mangrove Center* Tuban Terhadap Citra Perusahaan PT. Semen Gresik bagi Masyarakat Kecamatan Jenu, Tuban. Pada penelitian ini, PT. Semen Gresik sebelum melakukan program CSR nya, citra perusahaan tersebut buruk di mata masyarakat Kecamatan Jenu, Tuban. Masyarakat Kecamatan Jenu tersebut pernah melakukan aksi unjuk rasa pada PT. Semen Gresik akibat dampak debu dan batu bara perusahaan. Program CSR *Mangrove* Tuban ini merupakan program CSR lingkungan. (Siautta, 2018).

Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Theofilus Teguh Prasetya, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katholik Widya Mandala dengan judul Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility Arisan Jamban* Terhadap *Corporate Image* PT. Tirta Investama di Mata Warga Desa Tenggilis Rejo dan Mendalan Kabupaten Pasuruan. Pada penelitian ini, peneliti meneliti program CSR Arisan Jamban dimana program tersebut merupakan program edukasi dan pemberdayaan masyarakat desa Tenggilis Rejo untuk meningkatkan pola hidup mereka melalui penggunaan jamban. Program CSR Arisan Jamban ini merupakan program CSR kesehatan (Prasetya, 2019).

Sementara itu, penelitian ini mengangkat objek program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati” dan citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III. Dan subjek penelitian ini adalah warga Kampung Lawas Maspati (Pelindo) III Bubutan Surabaya. Hal ini membedakan dengan tiga penelitian terdahulu di atas. Karena dalam fenomena yang diangkat oleh peneliti, terdapat masalah ketidak sesuaian program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III dengan opini atau pandangan warga mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diberikan. Dan juga, program CSR yang dilakukan oleh PT. Pelindo III yang dikaji oleh peneliti adalah program Kampung Binaan dalam sektor wisata yang mana membantu masyarakat untuk bersama-sama menjadikan Kampung Lawas Maspati menjadi kampung wisata. Program CSR Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati” merupakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sektor kampung wisata.

Indikator citra yang digunakan adalah kesan utama (*primary impression*), keakraban (*familiarity*), persepsi (*perception*), pilihan (*preference*), dan posisi (*position*). (Vos, 2000:122). Serta indikator subjek yang akan digunakan adalah warga Kampung Lawas Maspati bubutan Surabaya. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode survei. Penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok disebut dengan penelitian survei (Silalahi, 2009: 293). Penulis menggunakan metode survei untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi warga Kampung lawas Maspati Bubutan Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian eksplanatori atau eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan

hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel (Silalahi, 2009: 30). Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh sebab akibat antara dua variabel, yaitu variabel program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel citra perusahaan.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III pada warga Kampung Lawas Maspati Bubutan Surabaya?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III pada warga Kampung Lawas Maspati Bubutan Surabaya?

## **I.4. Batasan Masalah**

### 1. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pengaruh program *corporate social responsibility* (CSR) dan citra PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah warga Kampung Lawas Maspati Bubutan Surabaya.

### 3. Kajian

Kajian dari penelitian ini adalah program *corporate social responsibility* (CSR) Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati”.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **I.5.1. Manfaat Akademik**

Harapan dari penelitian ini adalah untuk menambah referensi dan memperkaya peneliti komunikasi dalam bidang konsentrasi *Public Relations*. Terlebih lagi mengenai program *corporate social responsibility* (CSR) dan juga dampak program CSR terhadap citra perusahaan.

### **I.5.2. Praktis**

Peneliti mengharapkan agar kedepannya penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III untuk membuat program *corporate social responsibility* (CSR) selanjutnya serta menjadi evaluasi bagi program CSR yang saat ini sedang dilakukan.