

BAB I

I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan (Soemirat dan Ardianto, 2012:114).Citra merupakan sesuatu yang tidak pasti, bergantung dari penggambaran, pengalaman, serta pengetahuan seseorang mengenai objek tertentu, yang kemungkinan berbeda satu dengan yang lain. Citra yang melekat pada sebuah perusahaan meliputi citra secara keseluruhan, bukan sekadar citra atas produk dan pelayanannya (Jefkins, 2004:22). Citra perusahaan sendiri memiliki definisi persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, didasari atas apa yang mereka ketahui atau kira tentang perusahaan yang bersangkutan (Nova, 2011:301).

Proses pembentukan citra perusahaan dalam ranah komunikasi dapat dimulai dengan adanya stimulus atau rangsang yang diberikan, yang nantinya akan menghasilkan tanggapan mengenai rangsang tersebut.

Proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk.Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus. (Nimpoeno, dalam Soemirat dan Ardianto, 2012:115).

Citra perusahaan sendiri dapat diukur melalui *Primary Impression, Familiarity, Perception, Preference, dan Position* (Vos, 2000:122-124).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu program PR yang bertujuan membentuk citra perusahaan. Hal ini terbukti dengan teori Yusuf Wibisono (2007:84) yang menyatakan sebagai berikut:

Salah satu benefits dan drivers dari CSR adalah mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan. Perbuatan yang destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan.” (Yusuf Wibisono, 2007:84).

Senada dengan teori di atas, Frank Jefkins (2004:22) menyebutkan bahwa salah satu faktor pembentuk citra perusahaan adalah kesediaan memikul tanggung jawab sosial. Berdasarkan hal tersebut, fenomena CSR menjadi hal yang diperhitungkan dalam rangka mengupayakan citra perusahaan yang positif, bagi keberlangsungan jangka panjang perusahaan. *The World Business Council for Sustainable Development* menyebutkan bahwa CSR adalah komitmen kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup lingkungan kerja dan keluarga mereka serta komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya (Kartini, 2009:2).

Kegiatan CSR tak terlepas dari fakta bahwa perusahaan wajib dalam memberikan kontribusi positif terhadap khalayak dan lingkungan sekitarnya, terlebih lingkungan yang terkena dampak keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Keberadaan perusahaan tidak bisa lepas dari publik yang ada di lingkungan luar organisasi, dikarenakan keberadaan perusahaan pastilah membawa dampak pada lingkungan sekitar organisasi. Hal tersebut selaras dengan pernyataan berikut :

Pergerakan industrialisasi berdampak negatif terhadap lingkungan dan pranata sosial sekitarnya (*negative externalities*). Hal itu karena industrialisasi membutuhkan mobilisasi sumber daya sehingga dapat mengganggu keseimbangan sumber daya tersebut. Di situlah letak pentingnya pembagian tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi (selanjutnya disebut *social responsibility*). (Hadi, 2011:45).

Crowther David (dalam Hadi, 2011:59-60) mengurai prinsip-prinsip CSR menjadi tiga, yaitu *sustainability*, *accountability*, dan *transparency* (Hadi, 2011:59-60). Selain merupakan bentuk pertanggungjawaban dan tuntutan moral perusahaan, CSR juga wajib hukumnya bagi pemerintah, yang tercantum dalam Undang-Undang No. 40 / 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Fenomena CSR tak dapat dipisahkan dengan arus globalisasi dan modernisasi yang membawa industri ke perkembangan yang signifikan dan pesat. Hal ini ditunjukkan dengan tabel Pertumbuhan Indeks Produksi Bulanan Industri Besar dan Sedang tahun 2010-2015 yang dibuat oleh Badan Pusat Statistik, menunjukkan angka peningkatan yang tinggi dari tahun ke tahun (www.bps.go.id, 2015:1). Berbicara mengenai laju industri yang kian pesat, tentu kita berbicara mengenai persaingan, dan fenomena ini menuntut setiap perusahaan untuk melakukan perubahan pola usaha melalui penerapan nilai-nilai, seperti transparansi, responsibilitas, akuntabilitas, independensi, dan *fairness* (dalam rangka menjadi yang terbaik dan menonjolkan diri dibanding perusahaan lain). Maka dari itu, yang menjadi masalah perusahaan saat ini tidak hanya persoalan teknis dan finansial, tetapi juga non-finansial dan bahkan *intangible*, seperti citra perusahaan

(*corporate image*) yang dapat membuat suatu perusahaan lebih menonjol dibanding perusahaan lain. Hal inilah yang menuntut perusahaan untuk melakukan program CSR.

Terlebih, masyarakat kini mempunyai tuntutan yang besar terhadap perusahaan-perusahaan khususnya yang bergerak di bidang industri dan pabrik, untuk menjalankan bisnisnya secara bersih, etis, dan bertanggung jawab baik secara sosial maupun lingkungan. Ini menjadi penting, karena dewasa ini masyarakat semakin berpikiran terbuka, cerdas, dan kritis serta memiliki akses yang serba-canggih untuk menggali informasi. Perusahaan perlu menonjolkan dirinya melalui berbagai cara dalam rangka menarik simpati masyarakat, dengan cara menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan, seperti stakeholder, komunitas, serta khalayak luas. Terlebih perusahaan-perusahaan yang berada di kota industri, seperti Gresik yang merupakan pusat investasi tertinggi di Jawa Timur dan memiliki kadar polutan karbondioksida tertinggi di Jawa Timur (Badan Lingkungan Hidup, dalam Kompas, 2014:1).

Fenomena ini turut mempengaruhi keberlangsungan PT. Petrokimia Gresik yang berada di kota Gresik. Sebagai industri pupuk terbesar di Indonesia (Metrotvnews.com, 2015:1), PT. Petrokimia Gresik memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan, mengingat penggunaan sumber daya alam dalam aspek operasionalnya, serta dampak negatifnya terhadap masyarakat sekitar. Berdasarkan hal tersebut, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang merupakan perusahaan pemberi kontribusi pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) terbesar nomer satu di Gresik tersebut (Petrokimia-Gresik.com, 2014:1) wajib

menjawab tantangan CSR sebagai bagian dari keberlangsungan perusahaannya.

PT. Petrokimia Gresik menerapkan kegiatan CSR dalam enam pilar utama, yaitu bantuan bencana alam, pendidikan, pelestarian alam, kesehatan, pemberdayaan masyarakat, serta sarana umum (Rochmad Purnomo, 3 Desember 2015, Departemen Kemitraan dan Bina Lingkungan). Program CSR sektor bencana alam diwujudkan dalam pemberian sumbangan bahan makanan, air bersih, serta sarana-prasarana pasca bencana. Di sektor pendidikan PT. Petrokimia Gresik hadir dengan Program Bestro (Beasiswa Petrokimia) berupa pemberian beasiswa tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan tingkat Perguruan Tinggi. Sektor pelestarian alam diwujudkan dalam penghijauan dan penanaman bibit pohon, pemberdayaan masyarakat berupa kerjasama dengan Organisasi Karang Taruna Lumpur untuk program pengentasan kemiskinan, sektor sarana-prasarana umum diisi dengan perbaikan jalan dan pembangunan tempat ibadah, serta di sektor kesehatan terdapat Program Kampung Sehat (Rochmad Purnomo, 3 Desember 2015, Departemen Kemitraan dan Bina Lingkungan).

Program Kampung Sehat yang berdiri di pilar kesehatan menjadi CSR yang unik dari PT. Petrokimia Gresik, menilai keberadaan PT. Petrokimia Gresik yang menimbulkan dampak negatif untuk warga sekitar, terutama yang berada paling dekat dengan lokasi operasional pabrik terkait masalah kesehatan. *The Indonesian Journal of Occupational Safety and Health* oleh Risyad dan Endang (2013:11) mengemukakan hasil penelitian bahwa pipa di PT. Petrokimia Gresik banyak mengalami korosi dan kebanyakan usia pipa sudah mencapai 15 tahun, yang mengakibatkan

beberapa kali terjadi kebocoran gas amoniak yang menyebar hingga ke pemukiman warga, sehingga menimbulkan bau amoniak yang menyengat.

Hingga saat ini, dampak akan keberadaan industri PT. Petrokimia Gresik masih dirasakan oleh warga sekitar, terutama dalam hal pencemaran udara dan kesehatan. Ketua RT 02 RW 01 Kelurahan Ngipik, Hosea Mulyono Adi, mengakui sering terciumnya bau amoniak di lingkungan pemukimannya, terutama pada saat hujan yang menimbulkan rasa pusing, mual, dan ingin muntah (Hosea Mulyono Adi, Ketua RT.02 RW.01, Kelurahan Ngipik, 16 Januari 2016). Pernyataan serupa diakui oleh warga Kelurahan Tlogopojok, yang lokasinya sangat berdekatan dengan pabrik dan cerobong industri PT. Petrokimia Gresik. Selain bau amoniak yang menyengat, udara di pemukiman Kelurahan Tlogopojok juga tercemar oleh asap pabrik dan debu, yang menimbulkan gangguan kesehatan mata dan pernapasan (Rosidi, Ketua RT.02 RW.05, Kelurahan Tlogopojok, 16 Januari 2016).

Serangkaian fakta akan dampak negatif yang dihasilkan perusahaan, mengerucut pada fakta akan pentingnya program CSR di bidang kesehatan bagi PT. Petrokimia Gresik untuk warga sekitarnya. Limbah dan polusi udara menjadi suatu hal yang tak terhindarkan bagi perusahaan industri pupuk raksasa seperti PT. Petrokimia Gresik, dan kesehatan akan selalu menjadi topik permasalahan yang diangkat oleh warga sekitar, yang memang terkena dampak negatif dari keberlangsungan operasional pabrik.

Meredam aksi protes warga dan meminimalisir dampak negatif yang dihasilkannya kepada masyarakat sekitar, PT. Petrokimia Gresik mewujudkannya melalui sebuah program yang tujuan utamanya adalah

memberdayakan kesehatan warga. Program Kampung Sehat merupakan program CSR yang telah diadakan semenjak tahun 2010-2015, dan akan terus berlanjut selaras dengan konsep *sustainability* yang wajib dianut oleh CSR.

Penerapan CSR Kampung Sehat meliputi penyediaan sarana-prasarana kesehatan berupa satu unit mobil berisi tim tenaga medis dan peralatan lengkap yang akan berkeliling seluruh desa dan kelurahan, yang merupakan perwujudan kerjasama dengan Rumah Sakit Petrokimia Gresik. Tim yang tersedia akan membantu warga melakukan pengecekan laboratorium untuk gula darah dan kolesterol. Selain pengecekan laboratorium, tim CSR dari PT. Petrokimia Gresik turut mengadakan pemeriksaan kesehatan warga dan pengobatan gratis bagi warga yang terserang penyakit. Pemberdayaan masyarakat juga dilakukan melalui penyuluhan mengenai kampung yang sehat, cara cuci tangan yang baik dan benar, pemilihan bahan makanan, dan deteksi dini kencing manis, kanker mulut serta kanker rahim.

Masyarakat yang berada di sekitar areal pabrik dikelompokkan menjadi tiga bagian, dimulai dari Ring I – Ring IV (Petrokimia Sustainability Report, 2012:78). Program CSR Kampung Sehat ditujukan kepada warga dari kawasan Ring I – Ring II, dengan asas prioritas kawasan Ring I yang notabene berlokasi paling dekat dengan pabrik dan menerima dampak terbesar keberadaan pabrik (Rochmad Purnomo, 3 Desember 2015, Departemen Kemitraan dan Bina Lingkungan). Kampung Sehat diadakan secara berkala dan bergiliran selama sebulan sekali di delapan desa dan kelurahan yang berada di kawasan Ring I. Ring I merupakan kawasan pemukiman penduduk yang berada paling dekat dengan lokasi pabrik,

meliputi(1) Desa Roomo, (2) Kelurahan Ngipik, (3) Kelurahan Sukorame, (4) Kelurahan Karangturi, (5) Kelurahan Karangpoh, (6) Kelurahan Lumpur, (7) Kelurahan Tlogopojok, dan (8) Kelurahan Kroman (Petrokimia Sustainability Report, 2012:78). Sementara kawasan Ring II akan mendapatkan jatah Program Kampung Sehat dalam jangka waktu Triwulan (tiga bulan sekali) secara berkala dan bergiliran.

Program CSR Kampung Sehat menjadi penting adanya sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Selain pemberdayaan kesehatan masyarakat, Kampung Sehat juga beraspek pada faktor lingkungan dengan adanya *fogging*, yaitu penyemprotan hama (pestisida) untuk mencegah kerusakan tanaman, lahan, serta mencegah berbagai penyakit terutama demam berdarah yang dilakukan selama setahun sekali, atau apabila terdapat warga yang terserang penyakit demam berdarah. Usai *fogging*, pembagian bubuk *abate* juga dilakukan dalam rangka mencegah nyamuk demam berdarah dan hama tanaman untuk jangka waktu ke depannya. Program Kampung Sehat dapat dikatakan menjawab kebutuhan warga, dikarenakan pemeriksaan, pengobatan, serta penyuluhan kesehatan dengan fasilitas lengkap agak sulit dijangkau oleh warga Ring I dengan tingkat ekonomi mayoritas menengah ke bawah (Rochmad Purnomo, 3 Desember 2015, Departemen Kemitraan dan Bina Lingkungan).

Adanya program CSR Kampung Sehat sebagai upaya menanggulangi dampak negatif PT. Petrokimia Gresik terhadap masyarakat, terbukti relevan dengan keluhan dan kebutuhan warga terkait masalah kesehatan yang dialaminya. Berdasarkan wawancara dengan seorang warga Kelurahan Ngipik menyatakan CSR Kampung Sehat telah cukup

memadai dan sangat membantu warga yang mengalami kesulitan di bidang kesehatan (Ririn, warga RT.02 RW.01, Kelurahan Ngipik, 16 Januari 2016). Ketua RT di Kelurahan Ngipik juga mengemukakan bahwa obat-obatan serta peralatan kesehatan yang digunakan PT. Petrokimia Gresik sangat lengkap, serta sesuai dengan keluhan dan kebutuhan warga. Beragam obat seperti anti-pusing, anti-mual, vitamin, hingga masker dibagikan secara gratis kepada warga, yang sangat membantu dalam menghadapi bau amoniak dan udara kotor yang memenuhi pemukiman warga (Ketua RT. 01 RW 01, Kelurahan Ngipik, 24 Maret 2016).

Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra (Ruslan, 2012:76). Berbagai pendapat dan opini individu warga Ring I di kawasan sekitar PT. Petrokimia Gresik secara tak langsung akan membentuk suatu opini publik masyarakat Ring I terhadap PT. Petrokimia Gresik. Bermula dari opini perseorangan yang membentuk opini publik, akan membentuk citra perusahaan PT. Petrokimia Gresik di mata masyarakat Ring I. Opini masyarakat Ring I yang mengemukakan dampak negatif serta kerugian yang mereka rasakan akibat keberadaan pabrik Petrokimia Gresik di dekat pemukiman mereka, secara tidak langsung dapat membentuk citra PT. Petrokimia Gresik di mata warga. Maka dari itu, diperlukan upaya dari PT. Petrokimia Gresik untuk membentuk citra positif perusahaannya bagi masyarakat Ring I.

Program CSR Kampung Sehat merupakan salah satu langkah yang diambil perusahaan dalam mewujudkan citra positif di mata masyarakat sekitarnya, terutama di kawasan Ring I. Melalui Program CSR Kampung

Sehat, perusahaan ingin menunjukkan kepada warga akan adanya dampak positif dari keberadaan PT. Petrokimia Gresik di dekat pemukiman mereka (Rochmad Purnomo, 3 Desember 2015, Departemen Kemitraan dan Bina Lingkungan). Seperti disebutkan dalam teori, bentuk tanggung jawab sosial atau program CSR menjadi salah satu upaya terbaik dalam memperoleh dukungan dan simpati publik, yang bisa diperoleh melalui pencapaian citra yang positif (Prayudi, 2012:280-281).

Citra perusahaan dapat diwujudkan melalui banyak hal, salah satunya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adanya dampak negatif yang dirasakan warga sekitar terhadap berdirinya PT. Petrokimia Gresik dapat berdampak pada penurunan reputasi dan citra perusahaan. Sebaliknya, perbuatan dan kontribusi positif dari PT. Petrokimia Gresik terhadap warga sekitar, yaitu Program CSR Kampung Sehat, dapat menjadi suatu alternatif pendongkrak citra perusahaan di mata warga sekitar.

Selaras dengan salah satu budaya perusahaan PT. Petrokimia Gresik yang berbunyi ‘mengutamakan keselamatan dan kesehatan kerja serta pelestarian lingkungan hidup dalam setiap kegiatan operasional’ (Petrokimia Sustainability Report, 2012:14), Program CSR Kampung Sehat menjadi upaya utama dalam mencapai citra yang diharapkan perusahaan tersebut (Agus Suharmo, 10 Desember 2015, Hubungan Masyarakat). Anggapan dan respon negatif dari masyarakat sekitar mengenai berbagai peristiwa yang kerap terjadi menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Petrokimia Gresik dalam mewujudkan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Program CSR Kampung Sehat diharapkan akan menjadi andalan dan tonggak pendongkrak citra perusahaan yang terganggu oleh

dampak negatif perusahaan. Terlebih, Program CSR Kampung Sehat berhasil memenangkan penghargaan Indonesia Social Responsibility Awards dari La Tofi School of CSR pada tahun 2014 (Petrokimia Sustainability Report 2014:34).

Program CSR Kampung Sehat akan dikaji melalui tiga indikator CSR, meliputi *sustainability*, *accountability*, serta *transparency* (Hadi, 2011:59-60) yang akan dikaitkan dengan indikator dari citra PT. Petrokimia Gresik, meliputi *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference*, dan *position* (Vos, 2000:122-124). *Sustainability* berbicara mengenai keberlanjutan kegiatan CSR Kampung Sehat, rutinitas kegiatan yang diadakan setiap awal bulan selama satu bulan sekali yang akan berdampak pada kesan utama, keterkenalan, persepsi, pilihan, serta posisi PT. Petrokimia Gresik bagi warga Ring I.

Accountability terkait pertanggungjawaban penuh PT. Petrokimia Gresik dalam pelaksanaan CSR Kampung Sehat, meliputi penggunaan jasa dokter yang profesional, ketepatan dalam mengatasi keluhan warga, peralatan kesehatan yang memadai serta kelengkapan obat-obatan. Hal tersebut akan memiliki hubungan dengan bagaimana kesan warga akan PT. Petrokimia Gresik, apa yang terlintas dalam benak warga mengenai PT. Petrokimia Gresik, pengetahuan warga akan PT. Petrokimia Gresik, serta posisi PT. Petrokimia Gresik dibandingkan dengan industri yang lain.

Transparency meliputi pemberian informasi yang lengkap mengenai kegiatan CSR Kampung Sehat oleh PT. Petrokimia Gresik. Penjelasan mengenai Kampung Sehat dijabarkan secara lengkap oleh PT. Petrokimia Gresik pada awal CSR ini diadakan. Pertemuan dengan warga diadakan di Balai Desa dan Kelurahan di setiap desa dan kelurahan

Ring I, dengan menghadirkan perwakilan dari PT. Petrokimia Gresik. Informasi mengenai waktu dan keterangan kegiatan CSR setiap bulannya dilakukan melalui surat keterangan yang ditempel di Balai Kelurahan serta *woro-woro* dari pihak Kelurahan, yang terlebih dahulu diberi informasi oleh PT. Petrokimia Gresik. Keterbukaan dan kemudahan warga dalam mencari informasi mengenai CSR Kampung Sehat, akan berdampak pada pola pikir warga mengenai PT. Petrokimia Gresik, sejauh mana pengetahuan warga akan PT. Petrokimia Gresik, serta pandangan warga akan karakteristik PT. Petrokimia Gresik.

Peneliti tertarik untuk meneliti hubungan program CSR Kampung Sehat oleh PT. Petrokimia Gresik dengan citra perusahaan dikarenakan PT. Petrokimia Gresik selaku subjek menghadirkan sebuah program CSR yang berkaitan dengan dampak negatif yang ditimbulkannya selaku perusahaan industri pupuk, yaitu masalah polusi dan kesehatan. PT. Petrokimia Gresik terletak bersebelahan dengan pemukiman penduduk, sehingga kegiatan CSR diharapkan dapat meredam konflik dari masyarakat sekitar. Terlebih, CSR Kampung Sehat khusus ditujukan untuk masyarakat Ring I, yang berlokasi paling dekat dan paling banyak menerima dampak dari aktivitas operasional pabrik. Penelitian ini menarik melihat adanya perbedaan pendapat antar-warga Ring 1 mengenai CSR 'Kampung Sehat' PT. Petrokimia Gresik. Mewujudkan budaya perusahaan, apakah Program CSR Kampung Sehat berhasil mencapai tujuannya, yaitu membentuk citra perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar? Sekalipun penghargaan berhasil diraih, apakah jalannya CSR sejak tahun 2010 dapat diterima oleh masyarakat, terutama warga Ring I yang tertimpa dampak negatif dari keberadaan operasional perusahaan, dan mempengaruhi citranya di mata masyarakat tersebut? Melalui penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui dan

menganalisa hubungan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Sehat dengan citra perusahaan PT. Petrokimia Gresik pada masyarakat di Wilayah Ring I, Gresik.

I.2 Rumusan Masalah

Apakah hubungan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Kampung Sehat” oleh PT. Petrokimia Gresik dengan citra perusahaan pada masyarakat di Wilayah Ring I, Gresik?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan program *Corporate Social Responsibility*(CSR) “Kampung Sehat” dengan citra perusahaan PT. Petrokimia Gresik pada masyarakat di Wilayah Ring I, Gresik.

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan penelitian yang bertujuan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan agar lebih terarah, yakni :

1. Responden dalam penelitian ini adalah yang berada di wilayah Ring I, Kecamatan Gresik yang mengetahui dan terkena dampak langsung dari adanya program CSR “Kampung Sehat” yang dilakukan oleh PT. Petrokimia Gresik.
2. Lokasi penelitian dibatasi di desa dan kelurahan yang berada di wilayah Ring I, Kecamatan Gresik.

3. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diteliti adalah pada program CSR “Kampung Sehat” yang dilakukan oleh PT. Petrokimia Gresik.
4. Objek dari penelitian ini adalah Program CSR ‘Kampung Sehat’ oleh PT. Petrokimia Gresik dan citra perusahaan, serta subjek dari penelitian ini adalah seluruh warga desa dan kelurahan Ring I, Gresik.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi akademisi untuk mengetahui apahubungan program CSR “Kampung Sehat” oleh PT. Petrokimia Gresik dengan citra perusahaannya di mata warga yang berada di wilayah Ring I, Kecamatan Gresik.

I.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi praktisi PR pada umumnya dan bagi PT. Petrokimia Gresik khususnya untuk dapat mengetahui apa hubungan program CSR dengan citra perusahaan sehingga dapat dijadikan referensi atau bahan kajian untuk penyusunan program-program selanjutnya.

