

**SIKAP PEDAGANG PASAR WONOKROMO MENGENAI
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT. TELKOM INDONESIA “TPA DAN PPT (PAUD) CERIA”**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
Geovanny Fransisca
NRP. 1423015049

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2019

SKRIPSI

SIKAP PEDAGANG PASAR WONOKROMO MENGENAI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. TELKOM INDONESIA “TPA DAN PPT (PAUD) CERIA”

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :
Geovanny Fransisca
NRP. 1423015049

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Geovanny Fransisca

NRP : 1423015049

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :
Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Mengenai *Program Corporate Saocial Responsibility* (CSR) PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”
adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala
kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya.
Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar
kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 26 April 2019

Penulis



Geovanny Fransisca

NRP. 1423015049

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**SIKAP PEDAGANG PASAR WONOKROMO MENGENAI
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT.
TELKOM INDONESIA TPA DAN PPT (PAUD) CERIA**

Oleh :

Geovanny Fransisca

NRP. 1423015049

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo M.Si. (.....)
NIK. 142.LB.0882

Pembimbing II : Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIK. 142.10.0651

Surabaya, 5 April 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 26 April 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Feni Nugraheni, S. Sos., M. Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono T., M.Si. (.....)
NIK. 142.LB.0882
3. Anggota : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom (.....)
NIK. 142.100651
4. Anggota : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si. (.....)
NIK. 142.10.0659

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Geovanny Fransisca

NRP : 1423015049

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul :

**Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Mengenai Program
Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia
“TPA dan PPT (PAUD) Ceria”**

Untuk di publikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Mei 2019

Yang menyatakan



Geovanny Fransisca

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkatNya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul “Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya mengenai Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”. Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan selalu mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik, dan juga untuk teman-teman tersayang semua mari terus berjuang sampai akhir.

See you on Top guys !

“Tidak ada sebuah proses yang dilalui tanpa sebuah kesalahan dan kegagalan, tapi bagaimana kita sebagai manusia kuat terus belajar bahwa kesalahan dan kegagalan yang terjadi adalah kunci untuk bangkit”.

Surabaya, 5 April 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas seluruh berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya mengenai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”. Pengerjaan skripsi ini bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Adapun bantuan yang diberikan berupa bimbingan dan dukungan, sehingga pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan lancar. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut di antaranya:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, atas campur tangannya penulis selalu diberikan kekuatan dan dorongan terus maju menjadi lebih baik. Tuhan Yesus selalu ada dan menjadi penolong dalam setiap aktivitas penulis baik suka dan duka.
2. Kepada orang tua tersayang yang selalu mendukung, mendoakan, dan selalu mendengarkan keluh kesah sampai penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik tanpa kurang suatu apapun.
3. Kepada Bapak Dr. Judy Djoko Wahjono T., M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang selalu memberikan waktu, tenaga, pikiran dan hatinya kepada penulis untuk selalu semangat dan fokus dalam mengerjakan skripsi ini.

4. Kepada Ibu Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing 2 penulis, yang sabar menuntun dan memberikan masukan dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih selalu mengajarkan penulis semangat untuk terus berjuang.
5. Kepada sahabat-sahabat ku Hijaaberss (Dea, Ivanna, Phelia), terima kasih selalu ada waktu untuk kita saling menguatkan dan mendoakan. Semangat terus sahabat selangkah lagi kita akan mencapai tujuan bersama, *see you on top guys!*
6. Kepada Rebecca Martha, terima kasih untuk semua bantuan tenaga, waktu, pikiran yang telah diberikan kepada penulis dengan tulus hati.
7. Kepada Theofilus Teguh. P, terima kasih sudah menjadi sahabat sejati saat pengerjaan KP sampai Skripsi. Akhirnya kita bisa melaju bersama dan sukses untuk karir kedepannya brooo!
8. Kepada teman-teman *Team No Sleep* (Vina, Inggrid, Angel, Agnes, Icha, Egik) terima kasih selalu memberikan keceriaan dan kegembiraan selama kita bersama dan terus semangat sampai skripsi ini selesai.
9. Kepada Sahabat SANTUN (Becca, Mega, Dimas, Yosua) yang selalu setia memberikan hiburan dikala penulis suntuk dalam menulis skripsi ini. Kalian memang luar biasa guys!
10. Kepada Julio Cesar, *thank you my bro* sudah dibantu untuk *translate* abstrak dari bahasa Indonesia menjadi bahasa Inggris.
11. Kepada Geodamara, terima kasih sudah menjadi gojek online pribadi saat mengerjakan skripsi. *Love you my man!*
12. Kepada Dosen FIKOM WM, terima kasih sudah mendukung peneliti dalam segala proses di Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas kesempatan

13. belajar yang sudah diberikan, semua Ilmu yang sudah di ajarkan akan selalu berguna.
14. Kepada LPM Fikom, terima kasih sudah menjadi rumah kedua peneliti selama berkegiatan di kampus, sukses terus untuk semua kegiatan kegiatan di periode kedepan. *I love you LPM!*

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan penulisan Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk peneliti dan juga pembaca kedepannya.

Surabaya, 5 April 2019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I.PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	15
I.3 Tujuan Penelitian.....	15
I.4 Batasan Masalah.....	15
I.5 Manfaat Penelitian.....	16
I.5.1 Manfaat Akademis.....	16
I.5.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	17
II.1 Kerangka Teori.....	17
II.1.1 Teori S-O-R.....	17
II.2 Sikap.....	19
II.2.1 Komponen Sikap.....	19

II.2.2 Pengukur Sikap.....	20
II.2.3 Faktor Pembentuk Sikap.....	21
II.3 <i>Public Relations</i>	23
II.3.1 CSR.....	23
II.4 Nisbah Antar Konsep.....	28
II.5 Bagan Kerangka Konseptual.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
III.2 Metode.....	30
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
III.4 Definisi Konseptual.....	31
III.4.1 Sikap.....	31
III.4.1 CSR.....	32
III.5 Definisi Operasional.....	32
III.6 Populasi dan Sampel.....	37
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	39
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	41
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	42
III.9.1 Uji Validitas.....	42
III.9.2 Uji Reliabilitas.....	43
III.10 Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	47
IV.1.1 Profil Pedagang Pasar Wonokromo.....	47
IV.1.2 Profil PT. Telkom Indonesia.....	49
IV.1.3 Profil TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	51
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
IV.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	53

IV.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	57
IV.3.1 Temuan Data	57
IV.3.1.1 Identitas Responden.....	58
IV.3.1.1.1 Jenis Kelamin.....	58
IV.3.1.1.2 Status Pernikahan.....	60
IV.3.1.1.3 Pekerjaan.....	61
IV.3.1.1.4 Lokasi Stand/Kios.....	62
IV.3.1.1.5 Etnis/Ras.....	63
IV.3.1.2 Interval Pengukur Sikap.....	64
IV.3.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
IV.3.1.3.1 Deskripsi Dimensi Sikap Kognitif.....	65
IV.3.1.3.1.1 Deskripsi Sikap Kognitif	
<i>Profit</i>	65
IV.3.1.3.1.2 Deskripsi Sikap Kognitif	
<i>People</i>	73
IV.3.1.3.1.3 Deskripsi Keseluruhan	
Sikap.....	85
IV.3.1.3.2 Deskripsi Dimensi Sikap Afektif.....	88
IV.3.1.3.2.1 Deskripsi Sikap Afektif	
<i>Profit</i>	88
IV.3.1.3.2.2 Deskripsi Sikap Afektif	
<i>People</i>	97
IV.3.1.3.2.3 Deskripsi Keseluruhan	
Sikap.....	108
IV.3.1.3.3 Deskripsi Dimensi Sikap Konatif.....	111
IV.3.1.3.3.1 Deskripsi Sikap Konatif	
<i>Profit</i>	111

IV.3.1.3.3.2 Deskripsi Sikap Konatif	
<i>People</i>	120
IV.3.1.3.3.3 Deskripsi Keseluruhan	
Sikap.....	134
IV.3.1.3.4 Deskripsi Variabel Sikap.....	136
IV.3.1.4 Tabulasi Silang Identitas Responden.....	141
IV.3.1.4.1 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Sikap.....	142
IV.3.1.4.2 Tabulasi Silang Status Pernikahan dan Sikap.....	144
IV.3.1.4.3 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Sikap.....	145
IV.3.1.4.4 Tabulasi Silang Lokasi Stand dan Sikap.....	147
IV.3.1.4.5 Tabulasi Silang Etnis/Ras dan Sikap.....	149
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	151
V.1 Kesimpulan.....	151
V.2 Saran.....	152
V.2.1 Saran Akademis.....	152
V.2.2 Saran Praktis.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN.....	159.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peresmian TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	4
Gambar I.2 Walikota Surabaya dan Direksi PT.Telkom Indonesia.....	5
Gambar I.3 Akses Masuk Lokasi TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	7
Gambar I.4 Lokasi TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	8
Gambar IV.1 Foto Lokasi Depan Pasar Wonokromo.....	48
Gambar IV.2 Logo Program CSR PT. Telkom Indonesia.....	50
Gambar IV.3 Kondisi di dalam TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	52
Gambar IV.4 Ruang Bermain di TPA dan PPT (PAUD) Ceria.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Pedagang Pasar Wonokromo.....	5
Tabel I.2 Data Umum Pasar Wonokromo.....	6
Tabel III.1 Data Penarikan Sampel.....	41
Tabel VI.1 Hasil Pengujian Validitas Komponen Kognitif.....	54
Tabel VI.2 Hasil Pengujian Validitas Komponen Afektif.....	55
Tabel VI.3 Hasil Pengujian Validitas Komponen Konatif.....	56
Tabel VI.4 Hasil Pengujian Realibilitas Variabel Sikap.....	57
Tabel VI.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel VI.6 Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	60
Tabel VI.7 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel VI.8 Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Stand/kios.....	62
Tabel VI.9 Identitas Responden Berdasarkan Etnis/Ras.....	63
Tabel VI.10 Deskripsi Sikap Kognitif <i>Profit</i>	65
Tabel VI.11 Deskripsi Sikap Kognitif <i>People</i>	73
Tabel VI.12 Deskripsi Sikap Keseluruhan Komponen Kognitif.....	85
Tabel VI.13 Deskripsi Sikap Afektif <i>Profit</i>	89
Tabel VI.14 Deskripsi Sikap Afektif <i>People</i>	97
Tabel VI.15 Deskripsi Sikap Keseluruhan Komponen Afektif.....	108
Tabel VI.16 Deskripsi Sikap Konatif <i>Profit</i>	112
Tabel VI.17 Deskripsi Sikap Konatif <i>People</i>	121
Tabel VI.18 Deskripsi Sikap Keseluruhan Komponen Konatif.....	134
Tabel VI.19 Hasil Sikap Secara Keseluruhan.....	137
Tabel VI.20 Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Sikap.....	142
Tabel VI.21 Hasil Tabulasi Silang Status Pernikahan dengan	

Sikap.....	144
Tabel VI.22 Hasil Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Sikap.....	146
Tabel VI.23 Hasil Tabulasi Silang Lokasi Stand/kios dengan Sikap.....	147
Tabel VI.24 Hasil Tabulasi Silang Etnis/Ras dengan Sikap.....	149

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Teori SOR.....	18
Bagan II.2 3P (<i>Triple buttom line</i>).....	24
Bagan II.3 Kerangka Konseptual.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner.....	159
Lampiran 2. Tabel Frekuensi Identitas Responden.....	165
Lampiran 3. Tabel Frekuensi Kognitif <i>Pofit</i>	167
Lampiran 4. Tabel Frekuensi Kognitif <i>People</i>	169
Lampiran 5. Tabel Frekuensi Afektif <i>Profit</i>	172
Lampiran 6. Tabel Frekuensi Afektif <i>People</i>	174
Lampiran 7. Tabel Frekuensi Konatif <i>Profit</i>	178
Lampiran 8. Tabel Frekuensi Konatif <i>People</i>	180
Lampiran 9. Tabel Uji Reliabilitas.....	183
Lampiran 10. Tabel Perhitungan <i>Crosstab</i>	185
Lampiran 11. Tabel Coding Pertanyaan Penyaring.....	189
Lampiran 12. Tabel Coding Identitas Responden.....	194
Lampiran 13. Tabel Coding Pernyataan Kuesioner.....	199
Lampiran 14. Tabel Uji Validitas.....	229

ABSTRAK

Geovanny Fransisca. 1423015049. Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya Mengenai Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”.

Penelitian dengan judul Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya Mengenai Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”. Program CSR merupakan salah satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Program CSR merupakan salah satu kerja seorang *Public Relations* untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan mengubah sikap masyarakat terhadap perusahaan.

Sikap ditinjau dari tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang berdasarkan indikator CSR yaitu *people* dan *profit*. PT. Telkom Indonesia telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “TPA dan PPT (PAUD) Ceria”, oleh karena itu diperlukan evaluasi untuk melihat bagaimana Sikap keseluruhan Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “TPA dan PPT (PAUD) Ceria” yang dilaksanakan oleh PT. Telkom Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Peneliti menggunakan metode penelitian survei dan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya Mengenai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “TPA dan PPT (PAUD) Ceria” dinyatakan positif. Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya mengetahui, menyukai dan ikut berperan aktif dalam program CSR.

Kata Kunci : Sikap, CSR TPA dan PPT (PAUD) Ceria, Pedagang Pasar Wonokromo.

ABSTRACT

Geovanny Fransisca. 1423015049. Traders Attitude Regarding Corporate Social Responsibility Program Conducted by PT.Telkom Indonesia “TPA and PPT (PAUD) Ceria” At Wonokromo Market in Surabaya.

The research entitled: Traders Attitude Regarding Corporate Social Responsibility Program Conducted By PT. Telkom Indonesia “TPA and PPT (PAUD) Ceria” At Wonokromo Market in Surabaya. CSR Program is considered as a form of company’s concern and responsibility towards the society which lives in an environment sphere of the company itself. Likewise, the CSR Program reckoned as a job or duty of a Public Relations to provide information, influenced, and to change society’s attitude towards a company.

Furthermore, attitude viewed from three different components which are cognitive, affective, and conative according to CSR indicators, such as people and profit. PT. Telkom Indonesia has enforced it’s CSR Program named “TPA and PPT (PAUD) Ceria”. Therefore, evaluation is required to see how the overall attitude of traders regarding Corporate Social Responsibility Program Conducted by PT. Telkom Indonesia “TPA and PPT (PAUD) Ceria” at Wonokromo Market located in Surabaya.

Moreover, this research is considered as quantitative with descriptive-based research. R researcher utilizes a survey as a research method and questionnaire as an instrument to collect data. The result of this research has pointed out that Traders Attitude Regarding Corporate Social Responsibility Program Conducted by PT. Telkom Indonesia “TPA and PPT (PAUD) Ceria” At Wonokromo Market in Surabaya stated as positive. Traders at Wonokromo Market located in Surabaya has been discovered to be aware, favoured, and decided to be participating in that CSR program.

Keywords : Attitude, CSR TPA and PPT (PAUD) Ceria, Wonokromo Market traders.