

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

Skripsi, 8 Juli 2023

Akbar Kurnia Noviandi

2017140231

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Aksi Perubahan Iklim”
Terhadap Citra PT. Unilever Indonesia Tbk.**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh emisi yang terus meningkat dan mengakibatkan bumi sekarang 1,1°C lebih hangat daripada di akhir tahun 1800-an. Dekade terakhir (2011-2020) adalah rekor terpanas. Perubahan iklim dapat mempengaruhi kesehatan kita, kemampuan untuk menanam pangan, perumahan, keselamatan dan pekerjaan. PT. Unilever Indonesia Tbk. adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur, pemasaran, dan distribusi barang atau yang sering dikenal sebagai perusahaan *consumer packaged good* (CPG). Dalam menjalankan bisnis perusahaannya, PT. Unilever Indonesia Tbk. membuat sebuah program yang bernama “Aksi Perubahan Iklim”. Penelitian ini bertujuan untuk mencari seberapa besar pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* “Aksi Perubahan Iklim” Terhadap Citra PT. Unilever Indonesia Tbk.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *corporate social responsibility* yang terdiri dari *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, *philanthropic responsibilities*, dan citra yang terdiri dari kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lalu metode yang digunakan adalah survei, dan kuesioner untuk mengumpulkan data. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teknik *simple random sampling* yang ditentukan jumlahnya menggunakan rumus slovin, dengan hasil 90 responden.

Data yang didapat pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS Ver.25, dengan hasil $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, sebesar $7,258 > 1,662$ yang berarti terdapat pengaruh antara variabel yang sedang diteliti. Nilai korelasi (R) sebesar 0,612, ini berarti hubungan antar variabel berpengaruh kuat, adapun besaran pengaruh antara variabel yang diteliti menunjukkan hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,374 yang mengandung pengertian bahwa besaran pengaruh *corporate social responsibility* “aksi perubahan iklim” terhadap citra PT. Unilever Indonesia Tbk. sebesar 37,4%.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Citra

Referensi : 18 Buku, 3 Website, 5 Jurnal

Pembimbing : Lilik Sumarni, S.Sos, M.Si.