

ABSTRAK

Penelitian ini tentang sikap penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Go Green Blue Vision Departemen Humas PT.Pupuk Kaltim. Penelitian ini penting untuk diteliti karena setiap organisasi atau perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan dimana perusahaan beroperasi, oleh karena itu sebuah organisasi atau perusahaan perlu memahami lingkungannya diantaranya adalah dengan mengetahui sikap publicnya. Dalam hal ini implementasi CSR salah satu dimensinya adalah berkenaan dengan keterlibatan perusahaan dan komunitas. Dengan diketahuinya sikap penerima CSR, perusahaan dapat memperkirakan opini yang mungkin berkembang pada sikap tersebut. Hal ini pada akhirnya bermanfaat bagi kedua belah pihak yang akhirnya bermuara pada keberlanjutan organisasi. Penelitian ini melihat sikap dari komponen afektif. Berbagai teknik telah dikembangkan untuk mengukur sikap, dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran skala sikap Likert. Penelitian ini melihat sikap sebagai efek komunikasi berdasarkan teori S-O-R. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif tipe deskriptif menggunakan metode survai yaitu dengan menggunakan instrument kuisisioner. Untuk perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan nomogram Harry King, dari hasil perhitungan diperoleh sampel sebesar 64 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden atau sebanyak 85,9% memberikan sikap positif program CSR Go Green Blue Vision Departemen Humas PT.Pupuk Kaltim. Ini bermanfaat bagi perusahaan karena sikap memiliki perananan penting bagi sebuah organisasi dalam hal ini bermanfaat untuk keberlanjutan beroperasinya sebuah perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Sikap, Afektif, PT. Pupuk Kaltim

ABSTRACT

The research is focused on public attitude of Corporate Social Responsibility (CSR) Go Green Blue Vision Department Humas of PT. Pupuk Kaltim. This research is important because every companies will interact with the environment in which the company operates, therefore it is a company or organization need to understand their environment such as a knowing public attitude. One dimension of the implementation CSR is to the involvement of the company and the community. Companies can estimate the opinions that may be growing on the attitude. It is ultimately beneficial for the both parties are finally useful on the sustainability of the organization. This research see the attitude of the affective component. Various techniques have been developed to measure attitudes, this study uses the Likert scale attitude measurement. This research see attitude as the effects of communication based on the theory of S-O-R. The methods used in this research is quantitative descriptive type approach by using the method of measurement by using a detailed questionnaire instrument. For the calculation of the sample in this study using a nomogram Harry King, from the calculation result is obtained the sample of 64 respondents. The research results showed that the majority of respondents as much 85,9% gave positive attitude on CSR programs Go Green Blue Vision Depertemen Publicist PT. Pupuk Kaltim. This is useful for the company because the attitude has an important role for an organization in terms of sustainability is beneficial to the operation of a company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Attitude, Affective, PT Pupuk Kaltim