

ABSTRAK

Program CSR Kampung Digital merupakan kegiatan CSR (corporate Social Responsibility) merupakan program kerjasama PT. Terminal Teluk Lamong dan PT. Telekomunikasi Indoonesia (Persero),Tbk dengan sasaran pada masyarakat nelayan, petani tambak dan pengolah hasil laut. Tujuan program ini adalah untuk mewujudkan mental masyarakat digital terutama peningkatan pengetahuan dan perekomian masyarakat melalui pemasaran menggunakan media digital secara merata di wilayah Ring 1 PT Terminal Teluk Lamong. Target perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah selama 3 tahun sehingga sikap masyarakat perlu diteliti untuk dilakukan evaluasi terkait sikap masyarakat pada kehadiran CSR Kampung Digital kepada masyarakat penerima program. Penelitian ini membahas sikap masyarakat nelayan terhadap implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Digital PT Terminal Teluk Lamong dan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap dari komponen kognitif, afektif dan konatif dari masyarakat penerima program CSR Kampung Digital. Penelitian ini melihat sikap sebagai efek komunikasi berdasarkan teori stimulus, organism, respond atau disebut teori S-O-R. Hasil penelitian yaitu setiap komponen sikap bernilai positif ini berarti bahwa stimulus berupa rangsangan pesan dan gagasan yang diberikan oleh perusahaan melalui program CSR Kampung Digital terhadap organisme, dalam hal ini masyarakat nelayan, petani tambak dan pengolah hasil laut, menghasilkan efek yang diharapkan yaitu berupa sikap positif dari individu penerima atau pengguna program CSR Kampung Digital binaan PT Terminal Teluk Lamong dan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk.

Kata Kunci : Afektif , CSR ,Konatif, Kognitif, Sikap,

ABSTRACT

Kampung Digital is a corporate social responsibility (CSR) program. It is a collaborative program of PT. Teluk Lamong Terminal and PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk. The aim of this program is to empower community, especially increases the knowledge and economy through digital marketing. Fisheres, dyke farmers, and marine products developer around PT Terminal Teluk Lamong in six districts area and one village are the recipient target of this program. Company decides the realization target of this program is 3 years and this research carries out when the implementation program is in the first year This research focuses on the recipient attitude of Kampung Digital. The aim of this study is to determine the attitude through three components such as: cognitive, afektif and conative. Stimulus – Organism – Respond or SOR Theory is the basic to prove the hypothesis that all recipients have a positive respond to the CSR program. Kampung Digital program is a stimulus given by the company to the fisheres, dyke farmers, and marine products developer as a organism to get the positive or negative respond. The result of this research shows that the entire recipient has a positive respond to Kampung Digital as a CSR program. This research finding is obtained by calculating the respondent answers as a whole and per districts or village because each region has difference people character. The respond of respondent are positive even though there are many evaluation for the company in order to improve their CSR program based on the characteristic of each region.

Keys : CSR, Attitude, Cognitive, Affective, Conative