

**DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KOMITMEN KARYAWAN PT GARUDA INDONESIA
(PERSERO) TBK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu



**ANNISA FITRIANA LESTARI
1131003053**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Annisa Fitriana Lestari

NIM : 1131003053

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Februari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Fitriana Lestari
NIM : 1131003053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Komitmen Karyawan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

(*Mirana*)

Pembimbing : M. Th. Anitawati, Ir., MS, M.Sc.

(*Anitawati*)

Pengaji : Dessy Kania, B.A, M.A

(*Dessy*)

Pengaji : Suharyanti, Dra., M.S.M

(*Suharyanti*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulisan Tugas Akhir ini berdasarkan kegiatan magang dan riset yang dilakukan penulis selama 7 (tujuh) bulan di unit CSR dan PKBL, PT Garuda Indonesia, Tbk.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya kepada,

1. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos, M.Media Prac. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu hadir memberikan masukan, motivasi, dukungan, serta dosen yang telah menemani penulis selama megenyam pendidikan di Universitas Bakrie dalam peminatan Komunikasi Korporat, dengan memberikan ilmu dan pengalaman berharga.
2. Ibu Ir. M.Th. Anitawati, M.Sc. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu setia memberikan motivasi dan tantangan untuk tidak takut mencoba hal-hal baru, terutama dalam mempelajari *path analysis* dan juga ilmu-ilmu lain dalam metode penelitian kuantitatif.
3. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan mengenai pertimbangan dan pemilihan langkah yang baik bagi penulis ambil setiap semesternya, serta teman curhat yang selalu mau mendengarkan keluh kesah penulis.
4. Ibu Suharyanti, M.S.M. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang selalu hadir dan bersedia direpotkan oleh kepeluan penulis di tengah kesibukan yang padat, serta pemberi motivasi untuk berani mengambil skripsi di semester ganjil ini.

5. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, terutama unit CSR dan PKBL, *Corporate Communication* yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengenyam ilmu secara praktek dan juga riset selama tujuh bulan.
6. Bapak Tukisno dan Ibu Suntari selaku orang tua penulis, yang setiap hari selalu penuh cinta dan bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan penulis, penyemangat, motivator, serta pendukung agar penulis tumbuh menjadi anak yang kreatif, pintar dan tegar dalam menghadapi segala rintangan.
7. Nesya Wulandari dan Trisia Putri Intan Bestari selaku adik-adik penulis, yang selalu jadi motivasi penulis untuk jadi kakak dan contoh yang baik dalam segala hal se bisa mungkin.
8. Fendi Ramadhan dan Ramlani Ramadhan selaku teman D'ARTIVE yang selalu memberikan momen-momen menarik di masa perkuliahan dan lomba-lomba.
9. Kak Azzarul Mubin selaku senior penulis yang selalu sedia setiap saat memberikan masukan dan juga masukan dalam menghadapi langkah-langkah Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman Peminatan Komunikasi Korporat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2013 yang selalu ceria memberi semangat bagi penulis.
11. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan 2013 yang selalu berbagi cerita dan pengalaman menarik kepada penulis.
12. Semua pihak lainnya yang telah membantu, mendukung, dan menyemangati penulis, yang tidak dapat penulis tuliskan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalaas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 24 Februari 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Fitriana Lestari
NIM : 1131003053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KOMITMEN KARYAWAN PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK

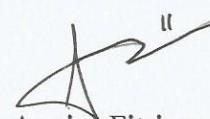
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Februari 2017

Yang menyatakan



Annisa Fitriana Lestari

**DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KOMITMEN KARYAWAN PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK**

Annisa Fitriana Lestari

ABSTRAK

Persaingan ketat menjaga sumber daya manusia yang kompeten dalam bidangnya, menjadi tugas penting bagi perusahaan dalam menumbuhkan dan meningkatkan komitmen karyawannya. Salah satu *trend* yang dilakukan perusahaan saat ini adalah dengan menghadirkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Begitu pula yang dilakukan Garuda Indonesia dengan meluncurkan program CSR dibawah pilar *Green Strategy*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak CSR terhadap komitmen karyawan Garuda Indonesia melalui identifikasi organisasi dan kepercayaan organisasi. Penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan sampel sebanyak 84 orang karyawan tetap Garuda Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung dan tidak langsung CSR terhadap komitmen karyawan Garuda Indonesia. Pengaruh langsung menunjukkan bahwa hanya CSR untuk karyawan yang berpengaruh signifikan terhadap komitmen mereka kepada Garuda Indonesia. Sementara, pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa CSR untuk karyawan berpengaruh positif terhadap komitmen mereka kepada Garuda Indonesia.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, komitmen organisasi, identifikasi organisasi, kepercayaan organisasi, analisis jalur.

**DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KOMITMEN KARYAWAN PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK**

Annisa Fitriana Lestari

ABSTRAC

Fierce competition to keep competent human resources, becomes an important task for the company to grow and increase the commitment of its employees. One trend that made by company today is to deliver Corporate Social Responsibility (CSR). As Garuda Indonesia did with launch CSR program under the pillars of Green Strategy. This study aims to look at the impact of CSR on commitment Garuda Indonesia's employees through organizational identification and organizational trust. This study used path analysis with a sample of 84 permanent employees of Garuda Indonesia. The results showed that the direct and indirect effects of CSR on commitment Garuda Indonesia's employees. The direct effect showed that only CSR to employees who have a significant effect on their commitment to Garuda Indonesia. Meanwhile, the indirect effect indicate that the CSR to employees positively affects their commitment to Garuda Indonesia.

Keywords: corporate social responsibility, organizational commitment, organizational identification, organizational trust, path analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv - v
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAC	viii
DAFTAR ISI.....	ix - x
DAFTAR TABEL	xi - xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii-xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1 - 7
1.1 Latar Belakang	1 - 6
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6 - 7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8 - 39
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	8 - 16
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teoritis.....	17 - 34
2.2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	17 - 23
2.2.2 Komitmen Organisasi (<i>Organizational Commitment</i>)....	23 - 26
2.2.3 Identifikasi Organisasi (<i>Organizational Identification</i>)..	26 - 29
2.2.4 Kepercayaan Organisasi (<i>Organizational Trust</i>)	30 - 34
2.3 Kerangka Teoritis.....	34 - 36
2.4 Hipotesis	36 - 39
BAB III METODOLOGI	40 - 52
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Populasi dan <i>Sampling</i>	40 - 42
3.2.1 Populasi.....	40 - 41
3.2.2 <i>Sampling</i>	42
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	42 - 44
3.3.1 Sumber Data.....	42 - 43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43 - 44
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	44 - 49
3.5 Teknik Analisis Data.....	49 - 51
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	51 - 52
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	51 - 52
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53 - 126
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	53 - 56

4.1.1 Profil PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk	53 - 55
4.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk	55 - 56
4.2 Hasil Penelitian	57 - 99
4.2.1 Karakteristik Responden	57 - 59
4.2.2 Perbedaan Perspektif Responden Terhadap Dimensi CSR, Identifikasi Organisasi, Kepercayaan Organisasi dan Komitmen Organisasi	59 - 66
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	66 - 80
4.2.4 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	80 - 83
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis	84 - 99
4.3 Pembahasan.....	99 - 126
4.3.1 Pengaruh Dimensi CSR Terhadap Identifikasi Organisasi	99 -106
4.3.2 Pengaruh Dimensi CSR Terhadap Kepercayaan Organisasi	107 - 113
4.3.3 Pengaruh Dimensi CSR, Identifikasi Organisasi dan Kepercayaan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi	113 - 126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127 - 129
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	128 - 129
5.2.1 Saran Akademis	128
5.2.2 Saran Praktis	128 - 129
DAFTAR PUSTAKA	130 - 134
LAMPIRAN-LAMPIRAN	135 - 142
CURRICULUM VITAE	143

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya.....	12 - 16
Tabel 2.2 Pemangku Kepentingan dan Keterlibatan.....	20 - 21
Tabel 3.1 Operasional Konsep Penelitian	45 - 49
Tabel 4.1 Daftar Program CSR Garuda Indonesia.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	58 - 59
Tabel 4.3 Perolehan Jawaban Responden Terkait CSR untuk Pemangku Kepentingan Sosial dan Non-sosial	68
Tabel 4.4 Perolehan Jawaban Responden Terkait CSR untuk Karyawan ..	70
Tabel 4.5 Perolehan Jawaban Responden Terkait CSR untuk Konsumen..	71
Tabel 4.6 Perolehan Jawaban Responden Terkait CSR untuk Pemerintah	72
Tabel 4.7 Perolehan Jawaban Responden untuk Komitmen Afektif	73
Tabel 4.8 Perolehan Jawaban Responden untuk Komitmen Berkelanjutan	75
Tabel 4.9 Perolehan Jawaban Responden untuk Komitmen Normatif	77
Tabel 4.10 Perolehan Jawaban Responden untuk Identifikasi Organisasi....	78
Tabel 4.11 Perolehan Jawaban Responden untuk Kepercayaan Organisasi .	79
Tabel 4.12 Interpretasi Nilai <i>Corrected Item-Total Correlations</i>	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	81 - 82
Tabel 4.14 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.16 <i>Model Summary Sub-Struktur 1</i>	85
Tabel 4.17 Hasil Uji F Sub-Stuktur 1	85

Tabel 4.18 Koefisien Regresi Linear Berganda <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Identifikasi Organisasi	86
Tabel 4.19 <i>Model Summary</i> Sub-Struktur 2.....	88
Tabel 4.20 Hasil Uji F Sub-Stuktur 2	89
Tabel 4.21 Koefisien Regresi Linear Berganda <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kepercayaan Organisasi	90
Tabel 4.22 <i>Model Summary</i> Sub-Struktur 3.....	92
Tabel 4.23 Hasil Uji F Sub-Stuktur 3	93
Tabel 4.24 Koefisien Regresi Linear Berganda <i>Corporate Social Responsibility</i> , Identifikasi Organisasi, dan Kepercayaan Organisasi terhadap Komitmen Organisasi.....	94
Tabel 4.25 Koefisien Jalur, Dampak Langsung, Tidak Langsung dan Total Variabel Independen secara Simultan terhadap Varibel Dependen	96 - 97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Presentase Keterlibatan Karyawan di Indonesia dalam Pekerjaannya	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Farooq, Payaud, Merunka, dan Valete-Florence	8
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian Nejati dan Ghaesami	9
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian Turker.....	10
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian Prutina	11
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33
Gambar 3.1	Gedung Manajemen Garuda Indonesia, Garuda <i>City</i>	41
Gambar 3.2	Model Dekomposisi X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y_1 , Y_2 , dan Z	50
Gambar 4.1	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap CSR untuk Pemangku Kepentingan Sosial dan Non-sosial	60
Gambar 4.2	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap CSR untuk Karyawan	61
Gambar 4.3	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap CSR untuk Konsumen	62
Gambar 4.4	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap CSR untuk Pemerintah	62
Gambar 4.5	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap Identifikasi Organisasi	63
Gambar 4.6	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap Kepercayaan Organisasi	64
Gambar 4.7	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap Komitmen Afektif.....	65
Gambar 4.8	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap Komitmen BerkelaJutan.....	65

Gambar 4.9	Grafik Perolehan Rata-Rata Prespektif Responden Berdasarkan Posisi terhadap Komitmen Normatif	66
Gambar 4.10	Sub-Struktur 1, Hipotesis (a), (b), (c) dan (d).....	84
Gambar 4.11	Sub-Struktur 2, Hipotesis (e), (f), (g) dan (h)	88
Gambar 4.12	Sub-Struktur 3, Hipotesis (i), (j), (k), (l), (m) dan (n).....	92
Gambar 4.13	Koefisien Sub-Struktur 1, 2, dan 3.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 135 - 142