

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is now a vital thing to be considered by every company in Indonesia. As a state-owned company PT. Industry Telecommunications Indonesia are required to undertake CSR activities. The current study will focus on knowing how to influence the CSR Program Partnership with PT.INTI Corporate Image.

This research is a quantitative case study method. Where the respondent is PT.INTI Partnership that joins CSR Partnership program. They will be given a questionnaire, the answers of the respondents will be analyzed using correlation test and simple linear regression.

In the present study, it was found that moderate the relationship between CSR and positive partnership with Citra PT.INTI (correlation coefficient of 0.525). It is also found to influence the CSR Program Partnership with Image PT.INTI of 27.6%.

Keyword:

Corporate Social Responsibility, Public Relations, Citra

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan sekarang menjadi hal penting untuk dipertimbangkan oleh setiap perusahaan di Indonesia. Sebagai perusahaan BUMN PT.Industi Telekomunikasi Indonesia diwajibkan untuk melakukan kegiatan CSR. Penelitian kali ini akan berfokus mengetahui bagaimana pengaruh antara CSR Program Kemitraan dengan Citra PT.INTI.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian studi kasus. Dimana responden, yaitu Mitra Binaan PT.INTI yang mengikuti program CSR Kemitraan, akan diberikan kuisioner. Hasil jawaban dari responden akan dianalisa dengan menggunakan uji korelasi dan uji regresi linier sederhana.

Dalam penelitian kali ini, ternyata ditemukan adanya hubungan yang sedang dan positif antara CSR Kemitraan dengan Citra PT.INTI (Koefisien korelasi sebesar 0.525). Selain itu juga ditemukan pengaruh antara CSR Program Kemitraan dengan Citra PT.INTI sebesar 27.6%.

Kata Kunci:

Corporate Social Responsibility, Public Relations, Citra