

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
1.6 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Strategi Komunikasi pada Corporate Social Responsibility (CSR)....	12
2.2 Media Komunikasi dalam Mendukung Keberlanjutan Program CSR	15
2.3 Stakeholder Engagement dalam Konteks Keberlanjutan Program	17
2.4 Keberlanjutan Program CSR	18
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Pemikiran.....	32
2.7 Hipotesis Penelitian	33
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.2.1 Operasional Variabel.....	36

3.2.2	Skala Pengukuran.....	48
3.3	Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sampel.....	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1	Data Primer	50
3.4.2	Data Sekunder	50
3.5	Uji Validitas dan Reabilitas	51
3.5.1	Uji Validitas	51
3.5.2	Uji Reabilitas.....	53
3.6	Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1	Analisis Deskriptif	54
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	56
3.6.3	Uji Hipotesis	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1	Pengumpulan Data.....	58
4.2	Karakteristik Responden	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Binaan	61
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Komunikasi	61
4.3	Hasil Penelitian.....	62
4.3.1	Uji Reliabilitas	62
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	64
4.3.3	Penyajian Data Deskriptif Variabel Strategi Komunikasi CSR (X_1)	64
4.3.4	Penyajian Data Deskriptif Variabel Media (X_2)	71
4.3.5	Penyajian Data Deskriptif Variabel Stakeholder Engagement (X_3).....	77
4.3.6	Penyajian Data Deskriptif Variabel Keberlanjutan Program CSR (Y)..	82
4.4	Hasil Uji Prasyarat Analisis	102
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	102
4.4.2	Hasil Uji Linearitas	103
4.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	105
4.5	Uji Hipotesis.....	106
4.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	106
4.5.2	Hasil Uji T (Parsial)	108
4.5.3	Hasil Uji F (Simultan).....	110
4.5.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi	111
4.6	Komparasi Pengaruh Strategi Komunikasi, Media, dan Stakeholder Engagement terhadap Keberlanjutan Program CSR	113
4.6.1	Komparasi Pengaruh Berdasarkan Kelompok Usia	113
4.6.2	Komparasi Pengaruh Berdasarkan Asal Kelompok Binaan.....	120
4.6.3	Komparasi Pengaruh Berdasarkan Pendidikan Terakhir	126
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	133
4.7.1	Strategi Komunikasi CSR (X_1)	133

4.7.2	Media (X ₂).....	135
4.7.3	Stakeholder Engagement (X ₃).....	137
4.7.4	Keberlanjutan Program CSR (Y)	139
4.7.5	Hubungan dan Pengaruh Variabel Strategi Komunikasi, Media, dan Stakeholder Engagement terhadap Keberlanjutan Program CSR.....	142
BAB V	PENUTUP.....	144
5.1	Kesimpulan	144
5.2	Saran	145
5.2.1	Saran Akademis	145
5.2.2	Saran Praktis	146
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN		151