



JUMABI Vol 1, (3), 2021, 125-132

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

e-ISSN: 2775-2615

Available online at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA**

Debi Indah Sari<sup>1</sup>, Dr. Abbas Mansyur, M.Pd, MM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

<sup>23</sup>Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

**Abstract.**

*This study aims to determine the Effect of Interpersonal and Corporate Social Responsibility Communication on the Corporate Image of PT Mitrabara Adiperdana Tbk in Jakarta. This research is a quantitative study of a population of 2009 people, the sample used in this study was 50 people in the Malinau community. Data collection uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability while data analysis is used with multiple regression analysis. The results of the calculation of the coefficient of determination indicate that the variables of Interpersonal Communication and CSR have an influence of 65.2% on the Corporate Image of PT Mitrabara Adiperdana Tbk in Jakarta, and the remaining 34.8% is influenced by other variables not included in this study. The results of partial and simultaneous hypothesis testing have a positive and significant effect of Interpersonal Communication and CSR on the Corporate Image of PT Mitrabara Adiperdana Tbk in Jakarta. Based on this, it is suggested that interpersonal and CSR communication can be carried out continuously and periodically by improving the quality of interpersonal communication in accordance with public understanding and increasing elements of the CSR dimension, so that people can more optimally accept CSR so that it will influence a positive company image.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Corporate Social Responsibility, Corporate Image.*

*Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00,2020).*

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

*Profile and corresponding author (contoh):* Debi Indah Sari adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: [Debiindahma@gmail.com](mailto:Debiindahma@gmail.com)

*How to cite this article :* Debi Indah Sari ,AB., Abbas Mansyur., (2021) ‘PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA’, Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis, 1(3), pp. 125-132. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia memegang peranan utama dan salah satu faktor penting dalam menggerakkan seluruh kegiatan organisasi atau perusahaan. Untuk mendapatkan hasil kinerja yang optimal sumber daya manusia harus dikelola dan di *manage* dengan sebaik mungkin, agar menimbulkan rasa nyaman dalam menjalankan tugas dan mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam kaitannya dengan komunikasi interpersonal, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dan perlu menjadi perhatian, di antaranya adalah faktor CSR dan citra perusahaan.

Komunikasi interpersonal yang dijadikan salah satu variabel dalam penelitian ini merupakan faktor yang digunakan sebagai alat ukur atau strategi bagi perusahaan dalam melakukan komunikasi yang bermanfaat dan agar dapat mengetahui masukan, pesan, serta keinginan dan kebutuhan masyarakat. Komunikasi interpersonal diharapkan dapat memberikan informasi mengenai segala bentuk pesan atau pendapat yang ingin disampaikan oleh masyarakat maupun perusahaan, karena salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk memberikan dan mendapatkan informasi melalui dua orang atau lebih secara bertatap muka.

CSR menjadi salah satu faktor yang digunakan sebagai alat ukur atau strategi bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kegiatan CSR diharapkan dapat memberikan kepuasan serta peningkatan taraf hidup bagi masyarakat, karena salah satu tujuan CSR adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat yang terhubung langsung dengan perusahaan dan berada disekitar area lokasi perusahaan, sehingga pada akhirnya akan mendorong percepatan pencapaian tujuan perusahaan.

Citra Perusahaan dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk dan perusahaan tersebut. Perusahaan dengan citra buruk dapat disebabkan oleh penurunan CSR. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan tidak dapat melakukan komunikasi yang baik dan lancar dengan masyarakat umum sehingga CSR tidak tersebar luas dan tidak diterima oleh masyarakat sesuai dengan kuantitas, kualitas, ketepatan waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan dan masih belum tepat sasaran.

## LITERATUR REVIUW

### Pengertian Administrasi

Menurut Sondang P. Siagian (2014:4),“Administrasi adalah keseluruhan proses

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

## **Pengertian Administrasi**

Pengertian administrasi bisnis menurut: Supriyanto (2016:172) mengatakan bahwa: Administrasi bisnis adalah keseluruhan proses kerja sama sekelompok orang yang dilakukan secara teratur dan terus-menerus untuk memproduksi atau menyediakan barang-barang, jasa-jasa, atau fasilitas-fasilitas untuk dijual atau disewagunakan pada masyarakat atau pasar dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan/laba yang sebesar-besarnya.

## **Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia**

Mangkunegara (2013:2) mengemukakan bahwa: Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatuperencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

## **Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Pengertian Komunikasi Interpersonal Menurut Cangara (2010:12): “Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka”.

## **Pengertian Corporate Social Responsibility**

Menurut The World Bank Group dan The World Business Council for Sustainable Development dalam Lako (2011:25), CSR didefinisikan sebagai: “Suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berperilaku secara etis dan membantu pembangunan berkelanjutan (Sustainable development) bekerja sama dengan karyawan serta perwakilannya, keluarganya, masyarakat, dan komunitas lokal umumnya memperbaharui kualitas hidup dalam cara-cara baik bagi bisnis dan pembangunan”

## **Pengertian Citra Perusahaan**

Menurut Ardianto, (2011:100) mendefinisikan bahwa: Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan sekedar citra atas produk atau pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat perusahaan, keberhasilan dan stabilitas keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.

## **Hipotesis**

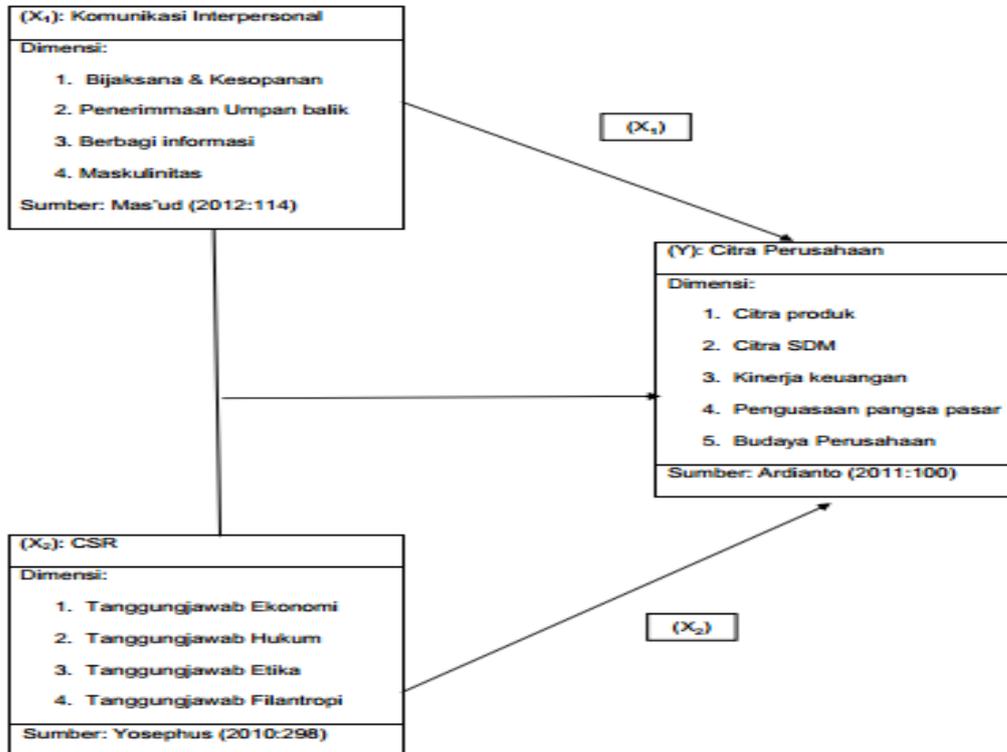
Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

X<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap citra perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk di Jakarta.

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

$X_2$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap citra perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk di Jakarta.

$Y_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan CSR terhadap citra perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk di Jakarta.



**Gambar 2.3**  
**Model Konseptual**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variable atau lebih. Penelitian asosiatif kausal dilakukan untuk menemukan penjelasan mengenai sebab terjadinya suatu kejadian atau gejala. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab-akibat

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

### Uji Regresi Linear Berganda

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	7,535	4,794		2,572	,121
(Constant)	,238	,147	,207	2,617	,111
x1 x2	,240	,073	,420	3,285	,002

a. Dependent Variable: y

Sumber: Lampiran output SPSS 25

## 1. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Citra Perusahaan

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung sebesar (2,617) lebih besar dari t tabel sebesar (2,012) dengan tingkat signifikansi sebesar (0,05), sehingga t hitung lebih besar dari t tabel (2,617 > 2,012). Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Komunikasi Interpersonal terhadap Variabel Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.

## 2. Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan

Variabel CSR mempunyai nilai t sebesar 3,285, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $3,285 > 2,012$  pada taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh (secara parsial) antara variabel CSR terhadap Variabel Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.

## 3. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan F hitung diperoleh sebesar 14,535 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sedangkan F hitung adalah sebesar 3,15. Hal ini berarti F hitung lebih besar dari F tabel ( $14,535 > 3,195$ ) atau menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya bahwa variabel Komunikasi Interpersonal dan variabel CSR secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 50 responden sebagai sampel dan juga hasil dari output SPSS Versi 25, maka Hasil dari uji reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam setiap variabel **reliabel dan valid**, dan juga Hasil uji normalitas memberikan kesimpulan bahwa Semua **data normal**. Berdasarkan dengan hasil pembahasan dan penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk Jakarta. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung sebesar

## PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

- (2,617) lebih besar dari t tabel sebesar (2,012) dengan tingkat signifikansi sebesar (0,05), sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,617 > 2,012$ ). Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel komunikasi interpersonal terhadap variabel CSR pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.
2. Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan, Variabel CSR mempunyai t sebesar 3,285, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $3,285 > 2,012$  pada taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh (secara parsial) antara variabel CSR terhadap Variabel Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.
  3. Pengaruh Variabel Komunikasi Interpersonal ( $X_1$ ) dan variabel CSR ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Citra Perusahaan (Y) pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk. Berdasarkan hasil perhitungan F hitung diperoleh sebesar 14,535 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,5, sedangkan F hitung adalah sebesar 3,15. Hal ini berarti F hitung lebih besar dari F tabel ( $14,535 > 3,195$ ) atau menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya bahwa variabel Komunikasi Interpersonal dan CSR secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Citra Perusahaan pada PT Mitrabara Adiperdana Tbk.
  4. Hasil Uji Koefisien determinasi  $R^2$  dengan bantuan program *SPSS versi 25*, menunjukkan nilai  $R^2 = 0,652$ . Artinya variabel Komunikasi Interpersonal ( $X_1$ ) dan CSR ( $X_2$ ), dapat menerangkan atau menjelaskan Citra Perusahaan (Y) sebesar 65,2%. Sisanya 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan ini.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Sebaiknya perlu ada perbaikan dari perusahaan terhadap komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dan karyawan *to the point* dan jangan bertele-tele dalam menyampaikan suatu informasi, karena tingkat pemahaman masyarakat berbeda-beda.
2. Sebaiknya program MCU disertai dengan penyuluhan kesehatan kepada masyarakat, agar masyarakat lebih mengerti dalam menjaga kesehatan serta mengatur pola hidup yang baik dan benar.
3. Alangkah baiknya apabila karyawan memiliki sikap toleransi dan tata krama yang baik serta budi pekerti luhur dalam bersikap, bertindak serta berkomunikasi dengan masyarakat, karena karyawan merupakan cerminan dari perusahaan.
4. Perusahaan juga perlu memberikan sosialisasi dan pengarahan tentang tantangan yang akan dihadapi oleh perusahaan untuk kedepannya sehingga karyawan berusaha bekerja sama dalam team atau organisasi dalam menghadapi tantangan yang ada dalam Komunikasi interpersonal dan CSR demi kemajuan perusahaan khususnya PT Mitrabara Adiperdana Tbk.

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto. (2011). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Baron. (2010). *Piramida Dimensi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Cangara. (2010). *Komunikasi Interpersona*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dewi, Chrisyanti. (2011). *Ilmu Administrasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Mengelola Karyawan*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Kartini, Dwi. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Graha Ilmu
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia ( Teori & Praktik )*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mangkunegara. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Malayu, & Hasibuan. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, D. A. (2000). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mas'ud. (2012). *Kemampuan Komunikasi Interpersonal dan antarpersonal*. Jakarta: Graha Ilmu
- Nawawi, Ismail. (2009) *Ilmu Administrasi*. Jakarta: Graha Ilmu
- Poerwanto. (2014) *Ilmu Administrasi Bisnis dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Rudito, Bambang. (2013) *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sain
- Sastrohadiwiryono. (2014). *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: Pustaka Zahra.
- Siagian, Sondang, P. (2014). *Ilmu Administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Peneliti Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabetha.

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT MITRABARA ADIPERDANA TBK DI KALIMANTAN UTARA

Supriyanto. (2016). *Administrasi Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: Graha Ilmu.

Sutojo, Siswanto. (2011:63) *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar

Yani, D. H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

Yosephus. (2010). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga

**JURNAL :**

Anovrida, Yanti. (2014). Pengaruh penerapan program *Corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan (Studi khusus Masyarakat Kecamatan Lubuk Kilangan Padang). *E-Jurnal CSR Volume 4 No 1*, 40-68

Arifin, Zainul. (2017). Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Telkom). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol 3 No 1*, 72-89.

Bahrul, ulum, Z.A. (2017). Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Survei pada warga sekitar PT Sasa Inti Gending Probolinggo). *Jurnal manajemen Vol 4 No 2*, 222-389.

Ningsih, W.A. (2016) Pengaruh penerapan program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap citra perusahaan (kasus pada masyarakat sekitar kantor pusat PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru). *E-Jurnal Jom FISIP Volume 3 No.1*, 88-102.