

PENGARUH PUBLIKASI KONTEN CSR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HUMAS TERHADAP CITRA PELAYANAN PLN BANJARBARU

oleh

Muhamamd Fikri¹, Murdiansyah Herman², Shen Shadiqien³, Ade Nur Atika Sari⁴

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NPM 17110093

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NIDN 1109127301

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NIDN. 1127057602

⁴Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
NIDN. 1129109501

Email: muhammadfikri.pln@gmail.com

ABSTRAK

Muhammad Fikri, 17110053, 2021, Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas Terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru dibawah bimbingan Dr. Murdiansyah Herman, S.Sos dan Shen Shadiqien, S.Sos., M.I.Kom

Mempertahankan Citra Positif wajib hukumnya bagi setiap perusahaan, tidak terkecuali PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah, namun dikarenakan berbagai faktor tidak jarang Citra Perusahaan di masyarakat menjadi turun. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru sebagai upaya untuk mempertahankan Citra Positif Perusahaan.

Metode penelitian menggunakan Deskriptif Kuantitatif bersifat studi kasus. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuisioner kepada 100 Responden yang tersebar di wilayah Banjarbaru. Berdasarkan hasil Analisis Statistik Deskriptif ditemukan bahwa Variabel X (Konten CSR) mempunyai jawaban mean (rata-rata) 29 dan Standart Deviation 3.4. sedangkan Variabel Y (Citra Pelayanan) Mean (Rata-rata) 6.1 dan Standart Deviation 0.91. Analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai terdapat pengaruh antara Variabel sebesar 47%. Artinya terdapat pengaruh yang Positif dari Variabel Independent (Konten CSR) terhadap Variabel Dependent (Citra Pelayanan).

Kata kunci: *Publikasi Konten CSR, Media Sosial, Citra Pelayanan*

ABSTRACT

Muhammad Fikri, 17110053, 2021, The Effect of Publication of CSR Content on Social Media Instagram Public Relations on the Image of PLN Banjarbaru Services under the guidance of Dr. Murdiansyah Herman, S.Sos and Shen Shadiqien, S.Sos., M.I.Kom.

Maintaining a Positive Image is mandatory for every company, including PT PLN (Persero) the Parent Unit for South Kalimantan and Central Kalimantan, but due to various factors, it is not uncommon for the Company's image to decline in the community. The purpose of this study was to determine the effect of CSR Content Publication on Social Media Instagram Public Relations on the Service Image of PLN Banjarbaru as an effort to maintain a positive corporate image.

The research method using descriptive quantitative is a case study. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents spread across the Banjarbaru area. Based on the results of the Descriptive Statistical Analysis, it was found that Variable X (CSR Content) had a mean (average) answer of 29 and a Standard Deviation of 3.4. while Variable Y (Service Image) Mean (Average) 6.1 and Standard Deviation 0.91. Data analysis using Simple Linear Regression Analysis. The results showed that the value of the influence between variables was 47%. This means that there is a positive effect of the Independent Variable (CSR Content) on the Dependent Variable (Service Image).

key words : Publication, CSR Content, Service Image

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dari komunikasi saat ini merupakan suatu bentuk keberhasilan dari kemajuan teknologi dan perkembangan komunikasi saat ini menjadi alat yang sangat efektif untuk dapat menyampaikan sebuah pesan kepada publik untuk mencapai tujuan tertentu. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer/laptop saja tetapi dapat mengaksesnya melalui smartphone. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga menggunakannya sebagai sebuah sarana sosialisasi, membentuk hubungan yang lebih erat, bahkan dapat berkembang secara nyata di dalam kehidupan sosial. Situs jejaring sosial yang sangat populer saat ini adalah Instagram (IG). Situs jejaring ini dimiliki oleh Mark Zuckerberg yang juga pemilik dari situs jejaring sosial populer lainnya yaitu Facebook. Instagram yang dirilis pada oktober 2010 kini menjadi salah satu situs yang berkembang pesat dibanding situs pertemanan lainnya. Menurut *We Are Sosial and HootSuite*, pengguna aktif Instagram di Indonesia sebanyak 85 Juta pengguna, data ini diambil pada bulan Januari 2021. Dengan jumlah penggunanya yang merupakan salah satu terbesar di Asia Tenggara, Instagram tentu menjadi media yang sangat efektif dalam menyampaikan sebuah informasi kepada publik untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kemudahannya IG menjadi salah satu media yang dipilih oleh PLN Unit nduk Wilayah (UIW) Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah (Kalselteng) dalam rangka menyampaikan informasi seputar program – program yang dibentuk untuk keberhasilan tujuan perusahaan. PLN Kalselteng sendiri memiliki 3 akun aktif media sosial yaitu :

1. Instagram (@pln.kalselteng) dengan pengikut + 45.000,
2. Facebook (PLN Wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah) dengan pengikut + 30.000,
3. Twitter (@pln_kalselteng) dengan pengikut sebanyak + 520.

Dengan memiliki pengikut yang cukup besar dan merupakan salah satu akun PLN dengan jumlah followers Instagram terbanyak, tentu ini menjadi peluang bagi PLN Kalselteng untuk menggunakan media tersebut sebagai pendukung keberhasilan program PLN. Beberapa program yang dilaksanakan PLN dalam berkomunikasi dengan masyarakat umum salah satunya adalah Program CSR. Dengan program seperti CSR perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitarnya. Sehingga sesuai tujuannya dapat membentuk sikap publik yang baik dan membangkitkan kepercayaan publik kepada perusahaan. Dalam pelaksanaannya program CSR sekarang ini tidak terlepas dari yang namanya publikasi karena menjadi sarana untuk memaksimalkan manfaat dari program CSR tersebut, Adapun salah satu caranya adalah publikasi melalui media online. Namun kondisi saat ini PLN Kalselteng jarang memberitakan kegiatan Program CSR melalui media sosial yang mereka miliki. Berdasarkan data yang dihimpun dari Instagram PLN Kalselteng selama bulan Maret sampai dengan April, hanya ada 3 konten yang sudah di posting dengan tema CSR. Sedangkan program aktif CSR pada tahun 2021 sebanyak 14 Program, berdasarkan data *Insight* yang dihimpun dari Instagram PLN Kalselteng selama bulan Maret sampai dengan April 2021 terdapat 278 komentar pertanyaan maupun negatif. Biasanya komentar tersebut seperti tabel diatas banyak diterima disaat suplai listrik terhenti. Data tersebut belum termasuk yang masuk melalui Direct Message (DM) yang jumlahnya bisa mencapai ribuan tidak jarang juga pemberitaan negatif tentang PLN Kalselteng muncul di kanal – kanal media cetak maupun online.

Untuk itu menurut penulis perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas Terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru. **Rumusan masalah**, dalam penelitian ini menurut peneliti adalah bagaimanakah Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru ?

Tujuan Umum Penulisan Makalah Skripsi, ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan di PLN Banjarbaru.

Kegunaan Penelitian, Adapun kegunaan atau manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Manfaat Teoritis :

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai cara pengelolaan komunikasi dengan media sosial Instagram khususnya bagi mahasiswa public relations.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi public relations khususnya dalam bidang Komunikasi dengan Media Sosial.

B. Manfaat Praktis :

1. Memberikan gambaran serta masukan untuk evaluasi kegiatan pengelolaan komunikasi dengan media sosial Instagram pada PT. PLN (Persero) UIW Kalselteng.
2. Meminimalisir terjadinya konflik yang dapat menurunkan citra perusahaan dengan meningkatkan engagement masyarakat terhadap perusahaan melalui peran media sosial dengan mengangkat program CSR sebagai Agenda Setting.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi untuk melakukan kegiatan.
4. Memperluas wawasan pembaca dengan adanya kegiatan Corporate Social Responsibility yang dipublikasi oleh PT. PLN (Persero) UIW Kalselteng.

ALAT DAN METODE

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru” ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif bersifat eksplanatif yang menjelaskan sebuah pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya, yaitu Variabel Publikasi Konten CSR dari media sosial Instagram terhadap Citra Pelayanan dari pelanggan. Dengan lokasi penelitian pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Banjarbaru yang beralamat di Jalan Panglima Batur Barat No. 01 Banjarbaru. Adapun jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu jumlah populasi 138.000 pelanggan PLN Banjarbaru dan menurut hasil menggunakan rumus slovin jumlah sampel ada 99,9 dibulatkan menjadi 100. Teknik pengumpulan data yang digunakan selama penelitian adalah menggunakan metode Angket atau Kuisisioner yang disebar melalui Online karena mempertimbangkan masih berlakunya Pandemi Covid-19 di Indonesia. Untuk mengukur pendapat responden dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* melalui 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan meniadakan Ragu-Ragu.

Berikut ini disampaikan Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini :

Tabel 1. Definisi Variabel Penelitian

NO	NAMA, TAHUN, JUDUL	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1	Haryadi Mujiyanto, 2018, Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Hotel Grand Kopo Bandung)	Kegiatan yang menunjang Public Relations yang dilakukan oleh Hotel Grand Kopo Bandung sudah cukup baik, namun masih kurang intens. Sehingga pihak hotel masih dapat meningkatkan upayanya demi meningkatkan citra hotel di mata masyarakat, khususnya pelanggan. Citra Hotel Grand Kopo Bandung di mata pelanggan juga sudah baik	Terdapat perbedaan Lokus Penelitian serta Objek Penelitian
2	Aloysius Reza Arindita, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha	Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Citra Perusahaan pada olimart PT Wina Wira Usaha	Terdapat perbedaan Lokus Penelitian serta Objek Penelitian

3	Rizki Putri Salas, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Tempat Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemediasi.	Secara Statistik dapat ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Citra Konsumen terhadap tempat.	Terdapat perbedaan Lokus Penelitian serta Objek Penelitian
---	---	--	--

Sumber : olah peneliti sendiri 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil sebaran kuisioner yang sudah dilakukan dari tanggal 05 Juli sampai dengan 15 Juli 2021 di wilayah kerja PLN ULP Banjarbaru maka ditemukan hasil rincian kuisioner sebagai berikut :

Tabel 2. Rincian Penyebaran Kuisioner

KETERANGAN	PELANGGAN 450 - 2200	
	KUISIONER	%
KUISIONER DISEBAR	100	100
KUISIONER TIDAK KEMBALI	6	6
KUISIONER JAWABAN DITERIMA	94	94
KUISIONER TIDAK DAPAT DIOLAH	6	6
KUISIONER DAPAT DIOLAH	94	94

Sumber : olah peneliti sendiri 2021.

Dapat disimpulkan dari rincian sebaran kuisioner pada tabel diatas yaitu kuisioner yang Kembali hanya 94 responden dan 6 tidak Kembali. Artinya hanya teradat 94 data responden yang dapat diolah.

Dari hasil riset studi lapangan dan data yang didapat dari responden, data kemudian diolah dan dilakukan pengujian menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 28. Pembahasan dimulai dari statistik deskriptif yang berhubungan dengan gambaran umum responden, kemudian dilakukan uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis Regresi Linear Sederhana dan pembahasan terhadap hasil dari data yang diolah. Adapun sebaran data responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Golongan Tarif Daya, adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH RESPONDEN	%
Laki - laki	52	52
Perempuan	43	43

Sumber : olah peneliti sendiri 2021.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA	JUMLAH RESPONDEN	%
15-25 Tahun	28	28
26 - 35 Tahun	36	36
35 - 45 Tahun	23	23
46 - 56 Tahun	7	7

Sumber : olah data peneliti sendiri 2021.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Tarif Daya

DAYA LISTRIK	JUMLAH RESPONDEN	%
450 Watt	10	10
900 Watt	33	33
1300 Watt	37	37
2200 Watt	14	14

Sumber : olah peneliti sendiri 2021.

Dalam pelaksanaannya peneliti menyebarkan kuisioner secara acak di beberapa kelurahan dan desa yang ada di wilayah Kota Banjarbaru:

Tabel 6. Sebaran Data Kuisioner

NO	KELURAHAN / DESA	JUMLAH	NO	KELURAHAN / DESA	JUMLAH
1	DESA BANUA RIAM	1	15	KELURAHAN KEMUNING	2
2	DESA BI'IH	2	16	KELURAHAN KOMET	3
3	DESA CINDAI ALUS	3	17	KELURAHAN LANDASAN ULIN BARAT	2
4	DESA KIRAM	1	18	KELURAHAN LANDASAN ULIN TENGAH	4
5	DESA MANDIANGIN TIMUR	1	19	KELURAHAN LANDASAN ULIN TIMUR	6
6	DESA PANDAK DAUN	1	20	KELURAHAN LANDASAN ULIN UTARA	2
7	DESA RANTAU BALAI	1	21	KELURAHAN LOKTABAT SELATAN	5
8	DESA SUNGAI SIPAI	5	22	KELURAHAN LOKTABAT UTARA	10
9	DESA TIWINGAN LAMA	1	23	KELURAHAN MENTAOS	6
10	KELURAHAN BANGKAL	4	24	KELURAHAN PALAM	3
11	KELURAHAN CEMPAKA	3	25	KELURAHAN SUNGAI BESAR	8
12	KELURAHAN GUNTUNG MANGGIS	2	26	KELURAHAN SUNGAI PARING	2
13	KELURAHAN GUNTUNG PAIKAT	2	27	KELURAHAN SUNGAI ULIN	9
14	KELURAHAN GUNTUNG PAYUNG	2	28	KELURAHAN SYAMSUDIN NOOR	3
				GRAND TOTAL	94

Sumber : olah data peneliti sendiri, 2021

Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.

Tabel 7
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KONTEN CSR	94	16.00	32.00	24.8511	3.38230
CITRA PELAYANAN	94	4.00	8.00	6.1915	.90728
Valid N (listwise)	94				

Sumber data: Data diolah oleh peneliti sendiri (2021)

Diketahui bahwa pada tabel 4.6 Variabel Konten CSR jawaban minimum 16 dan maksimum 32, dengan mean (rata – rata) 29 dan standar deviation 3.4. Variabel Citra Pelayanan jawaban minimum 4 dan maksimum 8 dengan mean (rata-rata) 6.1 dan standar deviation 0.90728 = 0,91.

Uji Kualitas Validitas

1. **Uji Validitas**, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2016, pp. 52-53). Nilai rtabel diperoleh dari degree of freedom (df) = N – 2 atau df = 94 – 2 = 92. Nilai df = 92 pada taraf signifikansi 10% adalah 0,171. Pada tabel 4.8 – 4.9 menunjukkan hasil validitas dari beberapa Variabel Penelitian menggunakan SPSS ver 28.0, sebagai berikut :

a. Variabel Konten CSR

Tabel 8.
Variabel Konten CSR

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.375	0.171	Valid
X1.2	0.364	0.171	Valid
X1.3	0.460	0.171	Valid
X1.4	0.361	0.171	Valid
X1.5	0.368	0.171	Valid
X1.6	0.679	0.171	Valid
X1.7	0.587	0.171	Valid
X1.8	0.648	0.171	Valid

Sumber : Olah data Peneliti Sendiri, 2021

b. Variabel Citra Pelayanan

Tabel 9.
Variabel Citra Pelayanan

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1.1	0.927	0.171	Valid
Y1.2	0.933	0.171	Valid

Sumber : Olah data Peneliti Sendiri, 2021

Bedasarkan beberapa tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang ada pada instrument penelitian dinyatakan valid, karena nilai nilai Rhitung lebih besar daripada nilai Rtabel.

2. **Uji Reabilitas**, adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016, p. 47). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha > 0,70 (Ghozali, 2016, p. 48).

Tabel 10 menunjukkan hasil uji Reliabilitas dari beberapa variabel penelitian menggunakan SPSS ver 28.0, sebagai berikut :

Tabel 10.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Rtabel	Keterangan
Konten CSR	0,884	0,7	Reliabel
Citra Pelayanan	0,844	0,7	Reliabel

Sumber : Olah data peneliti sendiri, 2021

Hasil uji statistik cronbach alpha dari beberapa variabel melebihi 0,7, maka beberapa variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. **Uji Heteroskedastisitas**, dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Glejser yaitu untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2016, p. 137). Model regresi dapat dikatakan tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas apabila probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016, p. 138).

Tabel 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.198	.355		-.559	.578
	KONTEN CSR	.027	.014	.193	1.885	.063

a. Dependent Variable: RES2

Sumber data: Data diolah oleh peneliti sendiri (2021)

diketahui bahwa nilai dari variabel Konten CSR menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga variabel itu tidak terjadi Heterokedastisitas.

2. **Uji Linearitas**, untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai Significant Defiation From linearity lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya jika Significant Defiation From Linearity kurang dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan antara variabel. Pada tabel 12 disampaikan hasil Uji Linearitas berdasarkan hasil dari SPSS ver 2.80.

Tabel 12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Sig.
Konten CSR (X)	0,202	0,05
Citra Pelayanan (Y)	0,844	0,7

Sumber : Olah data peneliti sendiri, 2021

Berdasarkan tabel 12 bahwa hasil uji Variabel diatas adalah 0,202 yang berarti lebih besar dari nilai significant yaitu 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Variabel Bebas dan Variabel Terikat terdapat hubungan yang linear.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 13
Hasil Uji Auto Korelasi

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

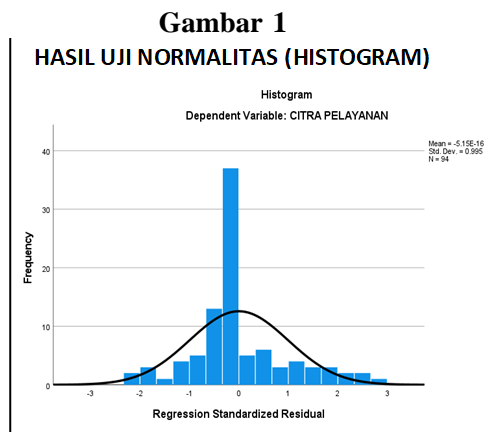
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.686 ^a	.470	.464	.664	1.607

a. Predictors: (Constant), KONTEN CSR
b. Dependent Variable: CITRA PELAYANAN

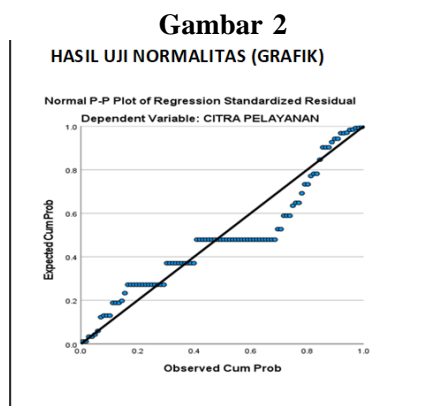
sumber : SPSS Ver 2.80

Berdasarkan data hasil uji pada Autokorelasi tabel 13 menggunakan metode Durbin Watson. Dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,607. maka data tersebut tidak mengalami autokorelasi. Artinya dalam model regresi pada penelitian ini tidak terdapat keraguan dalam masalah autokorelasi.

4. Uji Normalitas



Berdasarkan hasil histogram diatas, diketahui bahwa pola distribusi dari grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng kekanan yang artinya data terdistribusi normal.



Berdasarkan grafik diatas, sebaran titik mengikuti sumbu atau arah garis diagonal secara jelas, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 14

HASIL UJI LINEAR SEDERHANA (MODEL SUMMARY)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.464	.664

a. Predictors: (Constant), KONTEN CSR

sumber : SPSS Ver 2.80

Dari tabel 14 menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan R yaitu sebesar 0,686. Dari output tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,470, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Konten CSR) terhadap variabel terikat (Citra Pelayanan) adalah sebesar 47%.

Tabel 15

HASIL UJI LINEAR SEDERHANA (Coefficients)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.621	.511		3.175	.002
	KONTEN CSR	.184	.020	.686	9.035	<.001

a. Dependent Variable: CITRA PELAYANAN

sumber : SPSS Ver 2.80

Berdasarkan tabel 15 diketahui nilai Konsta (a) sebesar 1,621, sedangkan nilai Konten CSR (b / koefisien regresi) sebesar 0,184 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,621 + 0,184X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan menjadi :

a. Konstanta sebesar 1,621 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Citra Pelayanan adalah sebesar 1,621

b. Koefisien regresi X sebesar 0,184 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Konten CSR, maka nilai Citra Pelayanan bertambah 0,184. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah Positif (tidak minus / negatif).

Pengambilan keputusan dalam uji Regresi Sederhana, berdasarkan nilai signifikansi dari tabel 4.15, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Partisipasi (Y).

Uji Kesesuaian Model

1. Koefisien Determinasi

Tabel 16

Koefisien Determinasi

1	R	R Square
	0,0686	0,47

Sumber : Olah data peneliti sendiri, 2021

Dari data tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,686 atau 68,6% menunjukkan bahwa variabel Konten CSR memiliki pengaruh sangat erat terhadap variabel Citra Pelayanan. Nilai R Square menunjukkan bahwa Variabel Independen yaitu Konten CSR memiliki hubungan terhadap variabel Dependen yaitu Citra Pelayanan sebesar 0,47 atau 47%, sedangkan 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (t test)

Pengambilan keputusan uji statistic t adalah dengan melihat hasil penghitungan nilai t menurut tabel, bilai nilai thitung \geq ttabel, maka H_0 ditolak dan H_A diterima (Ghozali, 2016, p.96) . Perhitungan nilai t tabel yaitu $(df) = n - k - 1$ atau $= 94 - 1 - 1 = 92$, dengan derajat kepercayaan (α) sebesar 5% atau, 0,05 maka diketahui nilai t tabel sebesar 1,2908.

Tabel 17
Hasil Uji t Test

r (Korelasi Parsial)	n	T	Sig.
0,686	92	9,03	0,0001

Sumber : Olah data peneliti sendiri, 2021

diketahui bahwa hasil uji hipotesis Variabel independent terhadap variabel dependen sebagai adalah pengujian hipotesis pada variabel Citra Pelayanan (X1) terhadap Citra Pelayanan menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 > 0,05$) dan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($9,03 > 1,2908$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Konten CSR berpengaruh terhadap Citra Pelayanan dan Hipotesis diterima.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas Terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru” ini merupakan penelitian kuantitatif. Data primer penelitian diperoleh melalui metode survey dengan menggunakan sebaran kuisioner kepada 100 responden menurut perhitungan Teknik pengukuran jumlah sampling. Namun hanya ada 94 jawaban responden yang kembali kemudian dapat diolah dan 6 jawaban tidak kembali sehingga data tidak dapat diolah oleh peneliti.

Berdasarkan hasil sebaran data, didapati bahwa 51% responden berjenis kelamin laki-laki dan 43% berjenis kelamin Wanita. Sebaran usia responden berada pada rentang 15 – 56 Tahun. Responden yang disasar tersebar pada seluruh Kelurahan dan Desa yang ada di Wilayah banjarbaru dengan sasaran responden berdasarkan karakteristik golongan tarif daya listrik dari 450 – 2200 Watt yang menurut peneliti golongan tersebut yang paling tinggi terdampak akibat pemadaman listrik.

Penelitian ini bersifat eksplanatif, yang bertujuan untuk menjelaskan setiap keterkaitan hubungan antara variabel Independen dengan variabel Dependen. Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru, maka peneliti melakukan berbagai uji analisis statistic melalui SPSS ver 28.0

10 butir pertanyaan dalam kuisioner ini terdiri dari 8 butir yang mewakili variable X (Konten CSR) dan 2 butir pertanyaan yang mewakili Variabel Y (Citra Pelayanan). Tidak ada jumlah pertanyaan yang dihilangkan karena menurut hasil uji validitas dan reabilitas, seluruh pernyataan dapat digunakan untuk mewakili variable dalam penelitian ini.

Uji asumsi klasik dilakukan dalam penelitian ini meliputi Uji Heteroskedastisitas dengan hasil signifikansi 0,063, lebih besar dari 0,05 sehingga variabel yang digunakan tidak terjadi heterokedastisitas. Uji Linearitas untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, Adapun hasil menunjukkan bahwa hasil uji variabel adalah 0,202 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear. Uji Autokorelasi, berdasarkan hasil uji menggunakan metode Durbin Watson (DW). Dapat disimpulkan bahwa nilai DW adalah 1,607. Maka data tersebut tidak mengalami autokorelasi atau tidak terdapat keraguan dalam masalah autokorelasi. Uji normalitas juga dilakukan untuk melihat apakah sebaran data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal atau tidak. Peneliti menggunakan uji melalui p-p plot of regressions didapatkan sebaran data mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat dipastikan bahwa data dalam penelitian ini telah

terdistribusi secara normal, sehingga memungkinkan untuk penulis melanjutkan pada uji statistik yang berikutnya.

Pengujian analisis Regresi Linear Sederhana menggunakan software SPSS ver 28, diketahui bahwa nilai Konsta (a) sebesar 1,621 yang artinya bahwa nilai konsisten variabel Citra Pelayanan adalah sebesar 1,621, sedangkan nilai Konten CSR (b/koefisien regresi) sebesar 0,184 maka setiap penambahan 1% nilai konten CSR, maka nilai Citra Pelayanan bertambah 0,184. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah Positif.

Pada uji Koefisien Determinasi, peneliti menemukan bahwa besaran sumbangsih Variabel Independen terhadap Variabel Dependen adalah sebesar 47% sedangkan 53% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Pada Uji Parsial (t test) pengujian hipotesis pada variabel Citra Pelayanan (X1) terhadap Citra Pelayanan menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 > 0,05$) dan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($9,03 > 1,2908$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Konten CSR berpengaruh terhadap Citra Pelayanan dan Hipotesis diterima.

Bila mengacu pada Teori Agenda Setting yang memiliki inti yaitu pembentukan kepedulian dan perhatian public terhadap beberapa isu yang ditampilkan, maka pemuatan tema CSR sebagai Agenda setting untuk mendapatkan kepedulian dan perhatian publik merupakan salah satu pilihan yang efektif untuk memperoleh tujuan tersebut. Selain program CSR yang erat kaitannya dengan masyarakat program tersebut juga dapat menjadi menunjang kemudahan untuk melakukan pekerjaan PLN lainnya.

Ekspektasi masyarakat dengan adanya program CSR ini adalah banyak usaha atau kegiatan masyarakat yang terbantu akan adanya Program CSR tersebut, terlebih setiap kegiatan akan di publikasikan dengan Media Sosial Instagram PLN Kalselteng yang memiliki jumlah Followers yang cukup besar, maka usaha pengembangan kegiatan usaha masyarakat pun semakin nyata adanya.

Dengan terciptanya hubungan baik tersebut secara berkelanjutan maka tentu akan menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan terhadap PLN akan meningkat sehingga kepercayaan masyarakat terhadap PLN pun akan semakin baik yang artinya Citra Pelayanan semakin bagus dimata masyarakat.

Implifikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Implikasi Teoritis dalam penelitian ini yaitu memberikan pemahaman, gambaran, ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dibidang kajian yang sama. Peneliti selanjutnya bisa melakukan uji Kembali variabel – variabel yang hasilnya masih belum konsisten dan menambahkan variabel lain untuk diuji Kembali.

2. Implikasi Praktis

Konsistensi Mengangkat program CSR sebagai Agenda Setting di media Sosial Instagram dapat mendukung peningkatan Citra Pelayanan PLN.

KESIMPULAN

Dari uraian diatas dan pengamatan penulis selama melakukan penelitian pada PT PLN (Persero) UIW Kalselteng ULP Banjarbaru maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. Menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Publikasi Konten CSR di Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN

Banjarbaru, setelah mengumpulkan data primer melalui kuisioner dan pengolahan data uji statistik menggunakan SPSS ver 28.0. didapati bahwa terdapat pengaruh yang positif dari Publikasi Konten CSR Media Sosial Instagram Humas terhadap Citra Pelayanan PLN Banjarbaru.

2. Adapun besaran pengaruh yang diberikan dari variabel X terhadap Variabel Y berdasarkan hasil uji diatas adalah sebesar 47%. Bila mengacu pada Teori Agenda Setting, maka harapan perusahaan untuk meningkatkan kepedulian dari masyarakat dalam hal ini kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan berhasil membuat Konten CSR menjadi salah satu faktor untuk mendukung peningkatan Citra Pelayanan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, Adapun saran saran yang diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya di bidang Ilmu Komunikasi dapat menambah atau memodifikasi variabel dalam penelitian ini, mengingat terdapat variabel lainnya yang ditemukan dapat memberi pengaruh terhadap Citra Pelayanan.
2. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa Konten CSR berpengaruh positif terhadap Citra Pelayanan. Untuk itu masukan kepada PLN UIW Kalselteng khususnya PLN Banjarbaru terhadap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk pengelolaan komunikasi di Media Massa yaitu Media Sosial Instagram Humas untuk mendukung peningkatan Citra Pelayanan di PLN Banjarbaru.

REFERENSI / DAFTAR PUSTAKA

BUKU ;

- Andreas, Lako. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta. Erlangga.
- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Bungin Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Depdikbud. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Denis McQuail. 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 2021. *Panduan Penulisan Skripsi*. Banjarmasin. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al- Banjary
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jalaluddin Rakhmat. 2001. *psikologi komunikasi edisi revisi*.bandung: PT remaja rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group
- M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Moenir, 2005, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Novia Dessy Kartikasari, dan Kadarisman Hidayat, dan Edy Yulianto, 2017, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru

Winardi, 1996. *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Bandung : Tarsito.

JURNAL / SKRIPSI :

Djoko Suhardjanto & Shinta Nugraheni, 2010, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 16, No. 02, 162 – 175

Haryadi Mujianto, 2018, Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan, *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No.1, 88-96

Ni Wayan Sugiarti, 2015, Pengaruh Persepsi Tentang Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Citra Merek, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 9 , 2573 – 2589

(CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1, 94 – 101.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.