



**Journal of Human And Education**

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 1476-1482

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Implementasi Program CSR dalam Memperkuat Citra PT SIER**

**Dio Nurkholis<sup>1</sup>, Audya Nisa Prayogi<sup>2</sup>, Anto Kurniawan<sup>3</sup>**

UPN Veteran Jawa Timur

Email: 22043010002@student.upnjatim.ac.id, 22043010015@student.upnjatim.ac.id,

22043010044@student.upnjatim.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Public Relations PT SIER dalam melaksanakan program-program CSR sesuai dengan visi misi yang ada, serta apakah program yang dijalankan sudah sesuai GCG dan dikelompokkan dalam kelompok CSR Community Development, Sustainable Development and profit, dan mengetahui program yang dijalankan ini dapat meningkatkan citra dari PT SIER. Selain itu penulis juga ingin mengetahui strategi dan program yang dijalankan oleh TJSL atau PR hingga dapat menguatkan serta mempertahankan citra PT SIER Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang berfokus pada penelitian dengan teknik pengumpulan data menggunakan In Depth Interview. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT SIER telah melaksanakan program CSR dengan baik dan terstruktur, sesuai dengan prinsip GCG. Program CSR yang dijalankan oleh PT SIER juga berdampak positif terhadap citra perusahaan.

**Kata Kunci :** *Public Relations, CSR, Citra Perusahaan, GCG, Community Development, Sustainable Development*

### **Abstract**

This study aims to determine the role of Public Relations of PT SIER in implementing CSR programs in accordance with the existing vision and mission, and whether the programs run are in accordance with GCG and grouped into CSR Community Development, Sustainable Development and profit groups, and to find out that the programs run can improve the image of PT SIER. In addition, the author also wants to know the strategies and programs run by TJSL or PR to strengthen and maintain the image of PT SIER Surabaya. This study uses a qualitative descriptive research method, which focuses on research with data collection techniques using In Depth Interviews. The results of the study indicate that PT SIER has implemented CSR programs well and in a structured manner, in accordance with GCG principles. The CSR program run by PT SIER also has a positive impact on the company's image.

**Keywords:** *Public Relations, CSR, Corporate Image, GCG, Community Development, Sustainable Development*

### **PENDAHULUAN**

Public relation adalah sebuah divisi yang bertugas mengatur semua kepentingan secara kolaboratif dan harmonis yakni mempunyai tujuan untuk mensejahterakan fungsi anggota (Hou & Johnston, 2024). Suatu perusahaan ataupun organisasi setidaknya mempunyai sebuah Public Relation yang menjembatani komunikasi baik secara eksternal dan internal. Public relation dilihat sebagai seseorang yang melayani kepentingan citra dalam sebuah perusahaan. Bagaimana Public Relation mempunyai peran untuk mendapatkan dan mempertahankan tujuan dengan ekspektasi dari masyarakat (Hou & Johnston, 2024). Peran public relation sendiri adalah dengan menangani isu dan krisis yang terjadi dalam suatu perusahaan yakni dengan merespons dan mengkomunikasikan kepada masyarakat terhadap isu dan krisis suatu perusahaan (Tam &

Kim, 2023). Maka dari itu bisa disimpulkan bahwasanya Public relation adalah sebuah garda terdepan dari perusahaan.

Public relations yang mengalami perkembangan dengan pesat, tentunya berdampak besar pada perusahaan yang terkait. Selain itu, dalam kurun waktu terakhir, dunia PR telah disibukkan dengan perkembangan lain yang menguntungkan, seperti Program CSR Corporate Social Responsibility Program. Program ini telah menjadi kekuatan bagi perusahaan di seluruh dunia untuk menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab atas lingkungan tempat mereka beroperasi (Ilmu et al., 2024). Menurut Rusdianto (2013), salah satu manfaat yang dapat diperoleh oleh perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik adalah peningkatan citra perusahaan. Dimana hal tersebut sesuai dengan definisi dari CSR yang secara singkat adalah program sosial yang dirancang untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar guna menciptakan citra yang positif tentang perusahaan (Oktina et al., 2020).

Hadirnya perusahaan di lingkungan sosial diharapkan menjadi sebuah Peningkatan sumber daya masyarakat. Melalui program CSR perusahaan akan memberikan layanan dan pemberdayaan masyarakatnya sehingga Program CSR diharapkan menjadikan sebuah jembatan untuk peningkatan masyarakat yang dibentuk oleh perusahaan (Fungsi Corporate social responsibility) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah kewajiban yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. CSR telah ditetapkan secara tegas pada UU No.40 Tahun 2007. CSR mempunyai arti yakni suatu perusahaan harus mempunyai tanggung jawab kepada masyarakat atau lingkungannya (Kusuma & Ginting, 2021)

Karena perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat, perusahaan harus menjalin hubungan baik dengan mereka. Maka dari itu salah satu upaya untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui program CSR. Secara ringkas definisi CSR sendiri adalah sebagai penanggung jawab sosial perusahaan yang mempunyai tujuan yakni menjaga keseimbangan lingkungan sosial, ekonomi dan tempat perusahaan berada, melalui program CSR, sebuah perusahaan besar seperti PT Sier Surabaya dapat menunjukkan komitmennya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga memungkinkan mendapatkan dukungan yang baik dari berbagai pihak (A. A., & Rachmawati, I. I. 2024). Pada kegiatan CSR mempunyai tujuan untuk memberikan sebuah peningkatan dalam kehidupan sosial mereka. Seperti PT Sier yang bergerak di bidang pengelolaan kawasan industri, dimana PT Sier merupakan salah satu perusahaan besar yang ada di Kota Surabaya karena itulah penting bagi PT Sier untuk tetap membangun dan selalu meningkatkan citra positif terhadap khalayak. PT Sier melakukan program CSR guna tetap meningkatkan citranya di masyarakat, bentuk program CSR yang dilakukan oleh PT Sier juga bermacam-macam, dapat berupa beasiswa yang diberikan kepada siswa/siswi berprestasi di sekolah, hingga penghijauan pada lahan tertentu di Surabaya. (Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P., 2020).

Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dari public relations PT Sier dalam melaksanakan program-program CSR sesuai dengan visi misi yang ada, serta apakah program yang dijalankan sudah sesuai GCG dalam CSR, dan mengetahui program yang dijalankan ini dapat meningkatkan citra dari PT Sier. Selain itu penulis juga ingin mengetahui strategi dan program yang dijalankan oleh PR hingga dapat menguatkan serta mempertahankan citra PT Sier Surabaya.

Penelitian ini nantinya memiliki manfaat yaitu, dapat memberi pemahaman dari peran public relations pada PT Sier Surabaya dalam melaksanakan program csr, dapat mengetahui program yang dijalankan oleh Public Relations sesuai dengan GCG dalam CSR.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yang berfokus kepada penelitian dengan teknik pengumpulan data menggunakan In Depth Interview. Metode ini digunakan untuk menganalisis data, dengan melakukan wawancara secara mendalam yang sebelumnya telah mempersiapkan pertanyaan. Dengan menggunakan wawancara yang mendalam bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci persepsi dan faktor penguat citra perusahaan. Wawancara yang mendalam ini akan dilakukan secara mendalam dan terbuka dengan pertanyaan yang fleksibel untuk menggali informasi yang relevan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada divisi TJSL PT.Sier .

Subjek atau Informan dalam penelitian ini memiliki kriteria yakni orang yang membuat program, paham akan CSR, Informan dalam penelitian ini yakni divisi CSR atau TJSL pada

PT.Sier. Hasilnya dapat diketahui untuk mengidentifikasi data yang bersifat konseptual maupun kategorial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program CSR yang telah dilakukan dapat memperkuat citra PT. Sier.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Program CSR PT. SIER**

Perusahaan Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER) merupakan suatu perusahaan milik negara atau BUMN yang didirikan pada 28 Februari 1974 di Surabaya guna mendukung dan menyebarkan daerah industri di Indonesia, terutama pada Jawa Timur. Sebagai daerah industri terbesar dan telah berdiri selama lebih 40 tahun, SIER dikembangkan dan didesain baik untuk memenuhi kebutuhan industri, lingkungan yang konkret serta dikelola secara profesional untuk menaikkan efisiensi produktivitas. Selain didukung menggunakan fasilitas industri yang lengkap, PT SIER juga terintegrasi menggunakan akses cepat ke pelabuhan Tanjung Perak & bandara Internasional Juanda.

PT. SIER mempunyai komitmen yang selalu menjadi pegangan sesuai dengan visi dari PT SIER menjadi pengembang kawasan Industri modern yang terintegrasi dan ramah lingkungan, maka dari itu PT SIER mempunyai program program dari divisi TJSL yakni tanggung jawab sosial lingkungan yang merupakan program CSR juga, program ini juga menjadi nilai tambah perusahaan agar citra perusahaan menjadi baik. Program-program ini tidak hanya berfokus pada sumber daya alam namun juga program positif lainnya seperti beasiswa pendidikan, bantuan kemasyarakatan, sosial, ekonomi yang tetap bertujuan untuk menguatkan visinya yaitu perusahaan yang terintegrasi dan ramah lingkungan.

Fungsi dan struktur serta sistem dan tanggung jawab organisasi PT.Sier sangat tertata sehingga pengelolaan perusahaan dapat dilaksanakan secara efektif, dan program-program yang dirancang dapat berjalan dengan baik, hal ini sesuai dengan teori GCG yakni akuntability yang memang bertujuan untuk memperjelas fungsi struktur, sistem, dan tanggung jawab organisasi perusahaan agar program yang dijalankan seperti CSR ini berjalan dengan baik (Hamdani, M. 2016).

Komitmen yang dijalankan oleh PT.SIER untuk program CSR sejalan dengan visi misi perusahaan dalam program csrnya yaitu "Green, Modern, Integrated" yang menekankan pada aspek ramah lingkungan dengan menciptakan perusahaan yang ramah lingkungan, modern dan terintegrasi. Dari visi misi tersebut banyak program yang telah dilakukan oleh PT.Sier yaitu:

1. Donor darah yang dilakukan tiga kali dalam satu tahun
2. Penanaman pohon
3. Santunan yatim piatu dan masyarakat berpenghasilan rendah
4. Menerima proposal kegiatan yang diajukan oleh masyarakat seperti pembangunan sekolah, mushola, perbaikan fasilitas di lingkungan masyarakat dll.
5. KKN yang merupakan program dari kementerian BUMN

Pada pelaksanaan CSR PT.Sier terdapat perencanaan hingga dapat melaksanakan program CSR, pertama pihak internal pada unit kerja mengajukan kebutuhan dari program, CSR dan menggodok anggaran, persetujuan, dan rundown. Kedua pihak eksternal jika ada atau Stakeholder yang mengajukan proposal, divisi CSR atau TJSL mengajukan ke atasan, mengecek anggaran, membuat rencana kegiatan seperti RAB, kepanitiaan, rincian yang akan dipertimbangkan oleh birokrasi dan urgensi. Ketiga adanya keterlibatan karyawan sesuai dengan peraturan pemerintah pada Kementerian BUMN mewajibkan karyawan untuk aktif dalam CSR. Panitia dibentuk melalui open recruitment setelah tau program CSR apa yang akan dilaksanakan serta ini ditunjukkan agar jadwal kegiatan disesuaikan dan tidak terjadi bentrok dengan jam kerja karyawan. Relevansi dengan lingkungan anggaran pada CSR dikaitkan dengan PBB (Program Pembangunan Berkelanjutan) yakni program disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat misalnya, angka stunting atau hal urgensi dan ketersediaan anggaran menjadi pertimbangan pelaksanaan program.

Hal ini sesuai dengan teori GCG yakni Responsibility dan Fairness, PT.Sier patuh terhadap peraturan hukum yang berlaku serta memperhatikan juga aspek lingkungan dan sosial saat menjalankan program CSR dan Fairness yakni adanya keadilan dalam pelaksanaan program CSR semua dapat mengikuti dari pihak karyawan atau internal maupun pihak eksternal atau organisasi luar serta dijalankan secara adil dan terbuka. Dari program inilah yang dapat membuktikan bahwasannya PT.Sier benar-benar melakukan komitmen dengan menjalankan program-program

CSR yang kegiatannya juga berkaitan dengan alam serta manusia. PT Sier tidak hanya peduli oleh manusia atau masyarakat saja tetapi pada lingkungan dan program keberlanjutannya.

### **Pengelompokan Program CSR Berdasarkan kategori**

Berbagai macam kegiatan CSR dilakukan oleh PT.SIER mulai dari kegiatan sosial, lingkungan dan profit untuk meningkatkan citra dari PT.SIER itu sendiri. Dalam pelaksanaannya fokus CSR terbagi menjadi 3 bagian utama yakni *Community Development*, *Sustainable Development* dan *Profit* (Katresnawati, I. A., 2014) Adapun pembagian per kegiatannya antara lain :

- **Community Development**

- a. **Donor Darah**

Dalam pelaksanaannya aksi sosial ini masuk kedalam *Community Development*. Karena bermanfaat untuk kehidupan sekitar PT.SIER

- b. **Santunan Anak Yatim**

Pelaksanaan ini termasuk dalam peningkatan kesejahteraan yatim piatu di sekitar wilayah SIER yang bermanfaat untuk pemenuhan kebutuhan dasar dan peningkatan kualitas hidup.

- c. **Pembangunan sosial melalui pengajuan Proposal**

PT.SIER juga merespons warga setempat yang ingin mengajukan proposal untuk pembangunan dan pemeliharaan fasilitas umum seperti masjid, mushola dan sebagainya. Aksi ini adalah bentuk *Community Development* untuk menjaga kesejahteraan masyarakat PT.SIER

- **Sustainable Development**

- a. **Penanaman pohon**

Dalam pendirian di tengah lingkungan masyarakat Kecamatan Rungkut Kota Surabaya, PT.SIER ingin menjadi perusahaan yang berkelanjutan dan peduli terhadap lingkungan sesuai dengan visi misinya. Kegiatan ini bertujuan untuk berkelanjutan agar aktivitas perusahaan tetap terjaga dan sehat dari pohon yang ditanam.

- **Profit**

- a. **Pengukuran citra perusahaan melalui SROI**

Dalam pelaksanaan CSR yang telah dilakukan PT.SIER. PT.SIER menghitung keberhasilan program CSR nya melalui SROI. SROI ini membantu melihat seberapa peluang PT.SIER dalam membangun citra baik perusahaan nya. Walaupun kemungkinan kecil bisa terhitung untuk melihat citra baik dari SROI ini namun SROI ini juga sebagai acuan pelaporan kegiatan CSR dalam setiap tahunnya.

### **Peran Program CSR PT.Sier Sebagai Strategi dalam Penguatan Citra Perusahaan**

Untuk mencapai sebuah keberhasilan, suatu perusahaan tidak akan pernah lepas dengan sebuah komitmen. Penggunaan program CSR dalam perusahaan merupakan salah satu langkah untuk bisa meningkatkan citra perusahaan. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam jurnal mendefinisikan CSR sebagai komitmen dunia usaha untuk bertindak secara bertanggung jawab, memajukan kesejahteraan karyawan, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Dalam perusahaan besar seperti PT SIER mempertahankan citra dan reputasi sangatlah penting adanya, PT SIER telah menerapkan program CSR dalam upaya meningkatkan citra perusahaan (Malihah, L., Nazairin, A., & Zaitun, Z., 2024).

Upaya yang dilakukan PT SIER merupakan bentuk dari komitmen perusahaan, berbagai kegiatan yang dilakukan oleh PT SIER ini ialah sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan sekitar. PT SIER telah berkomitmen untuk menjalankan program CSR secara rutin, biasanya PT SIER akan membagikan seluruh kegiatannya melewati media sosial, hingga dapat naik ke dalam portal berita. PT SIER menggunakan metode ini sebagai salah satu pernyataan kepada khalayak tentang program CSR yang sudah dilaksanakan. PT SIER juga sudah mempersiapkan web sendiri yang dimana nantinya web ini digunakan untuk mempublish kegiatan-kegiatan CSR yang dijalankan. Untuk memetakan postingan-postingan di media sosial PT SIER menggunakan hastag #SI PEDULI #CSRSIER agar mempermudah khalayak untuk melihat isi dan postingan dari program CSR di PT SIER.

Dalam melaksanakan program CSR berbagai tantangan pasti akan muncul, salah satu tantangan yang dialami dari PT SIER kebanyakan dari pihak eksternal yang mengajukan proposal dalam perusahaan, karena sifat pengajuan proposal yang umum, semua pihak terkait berbondong-bondong untuk mendapatkan kerjasama tersebut. Berbagai macam proposal dapat masuk ked dalam PT SIER, namun PT SIER juga tidak semata-mata mengiyakan seluruh pengajuan proposal tersebut,

dalam kegiatannya pasti juga ada dana anggaran yang dikeluarkan. Maka dari itu PT SIER selalu memilah-milah kegiatan apa yang sekiranya kelihatan bervalu tinggi, dan dapat dibantu oleh PT SIER (Farranajla, F. N. 2024)

PT SIER juga tidak tinggal diam, mereka akan memberikan pengertian kepada masyarakat dan pihak yang mengajukan proposal secara rinci dan mudah dimengerti, agar masyarakat bisa tahu serta dapat memberikan pengertian bahwasannya tidak semua pengajuan kegiatan dapat di iyaikan oleh PT SIER. Hal ini sesuai dengan salah satu prinsip GCG yaitu Independency, dimana prinsip ini menuntut kebebasan dari berbagai pihak, sehingga keputusan yang diambil oleh PT SIER juga berdasarkan pertimbangan yang objektif.

Penggunaan prinsip Independency terlihat jelas dalam konteks Seleksi Proposal yang Objektif, PT SIER tidak serta merta menyetujui semua proposal yang masuk. Pihak perusahaan melakukan seleksi yang ketat dengan mempertimbangkan nilai tambah dari setiap proposal terhadap tujuan CSR perusahaan serta ketersediaan anggaran. Proses seleksi ini menunjukkan adanya upaya untuk mengambil keputusan yang independen, tidak terpengaruh oleh tekanan dari pihak eksternal dan sesuai dengan objektivitas. Selain itu Komunikasi yang Transparan dari PT SIER secara aktif memberikan penjelasan serta pengertian kepada masyarakat dan pihak yang mengajukan proposal. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk bersikap terbuka dan transparan, serta menghormati hak masyarakat untuk mengetahui alasan di balik keputusan yang diambil.

Citra Perusahaan PT.SIER

Menurut Kotler (2005) dalam (Maulyan, F. F. et al. 2022) adalah sebuah timbal balik seorang konsumen pada produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan dan mempunyai arti yakni sejumlah kepercayaan atau kesan pengguna pada perusahaan. Lebih jelasnya citra perusahaan sendiri adalah sebuah pandangan yang diperoleh dari khalayak tertentu pada organisasi atau perusahaan. Dalam mewujudkan Visi nya dan menjalankan tugas sesuai tagline yakni "Green, Modern, Integrated" Untuk menambah citra perusahaan PT. SIER menerapkan program CSR dalam kegiatannya. PT.SIER menerapkan program CSR untuk membantu kegiatan sosial di sekitar area industri. Sesuai dengan UU PT dan PP Nomor 47 Tahun 2022 pasal 74 menjelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang usaha atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dari CSR inilah stigma positif dari masyarakat bisa terbentuk.

Dalam pelaksanaan program CSRnya, PT.SIER telah menjalankannya dengan baik dan terstruktur seperti program yang sudah dijalankan hingga bantuan penyaluran dana untuk membangun fasilitas umum telah dilakukan oleh PT.SIER. Secara tidak langsung PT.SIER juga meningkatkan citranya atas program yang telah dijalankan. Pengukuran program CSR ini juga dilakukan melalui SROI (Social Return on Investment) sebuah metode pengukuran untuk investasi sosial yang dilakukan oleh PT.SIER

PT.SIER menjalankan program CSR secara rutin untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan. Kerutinan yang dijalankan oleh PT.SIER ini tentunya menjadi citra baik tersendiri oleh perusahaan. Dalam meningkatkan citranya dengan program CSR ini PT.SIER sering memperoleh penghargaan atau award yang diberikan oleh beberapa lembaga. PT.SIER telah mendapatkan penghargaan dari mantan wali kota Surabaya. SIER juga meraih dua penghargaan bergengsi ada TOP CSR 2024 hal ini dibuktikan dari media INews Mojokerto yang diakses pada 6 Desember 2024 yang ditulis oleh (Lukman Hakim 2024). Peningkatan yang signifikan yang diperoleh PT. SIER dari tahun 2019, 2021 dan 2023 dan pada tahun 2024 mendapatkan dua penghargaan bintang empat yang termasuk *TOP leader on CSR Commitment 2024*. SIER juga mengikuti *sustainability report* yakni laporan keberlanjutan yang isinya adalah kegiatan sosial yang sudah dilakukan CR selama 2 tahun di Jakarta.

Melalui penghargaan yang diterima oleh PT.SIER ini secara tidak langsung membangun citra perusahaan yang signifikan dan membangun [persepsi masyarakat bahwa PT.SIER adalah perusahaan yang tidak hanya memperhatikan aspek lingkungan saja tapi juga aspek sosialnya. SIER berkomitmen untuk meningkatkan rogran sosial dan lingkungannya melalui TSL demi mewujudkan visi dan misi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baden, D., & Wilkinson, S. (2021). Corporate Social Responsibility in file:///C:/Users/asus/Downloads/Article+0203-301-308 (1).pdfCuba. *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 637–649. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3\\_30](https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3_30)
- Emirzon, J. (2006). REGULATORY DRIVEN DALAM IMPLEMENTASI PRINSIP PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE PADA PERUSAHAAN DI INDONESIA. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, 4(8).
- Henni Adlini Hasibuan. (2023). Tanggung Jawab Perusahaan dalam Memberdayakan Masyarakat Desa Melalui Program CSR di Indonesia. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(3), 301–308. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i3.1781>
- Hou, J. Z., & Johnston, J. (2024). Putting ethics of care into public relations: Toward a multi level agency model. *Public Relations Review*, 50(5), 102495. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102495>
- Ilmu, J., Dan, K., Politik, S., Hariawan, M. A., & Adawiyah, E. (2024). *Peran Public Relations Bisnis di MT Farm*. 01(02), 402–406.
- Kusuma, J. P., & Ginting, A. L. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Kolaka Dalam Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility (Csr). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 81–90. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i1.250>
- Njatrijani, R., Rahmanda, B., & Saputra, R. D. (2019). Hubungan Hukum dan Penerapan Prinsip Good Corporate Governance dalam Perusahaan. *Gema Keadilan*, 6(3), 242–267. <https://doi.org/10.14710/gk.2019.6481>
- Noer, F. I. (21 C.E.). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. Web Page. <https://www.aeec.unair.ac.id/corporate-social-responsibility-csr-di-indonesia/> Oktina, D. A., Sari, E. S., Intan Angelina Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(1), 184–202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7170>
- Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 203. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081> Tam, L., & Kim, S. (2023). Understanding conspiratorial thinking (CT) within public relations research: Dynamics of organization-public relationship quality, CT, and negative megaphoning. *Public Relations Review*, 49(4), 102354. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102354>
- Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak. *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 1–24.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: theoretical review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17.
- mojokerto.inews.id (30 Mei 2024) SIER Raih Dua Penghargaan Bergengsi di TOP CSR 2024. Diakses pada 6 Desember 2024 dari <https://mojokerto.inews.id/read/449700/sier-raih-dua-penghargaan-bergengsi-di-top-csr-2024>
- Hamdani, M. (2016). Good corporate governance (GCG) dalam perspektif agency theory. *Semnas Fekon*, 2016, 279–283.
- A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (CMaf'ullasr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(2), 62–75.
- Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan corporate social responsibility (CSR) dan manfaatnya bagi perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12–23.
- Savila, D. M., & Utami, L. S. S. (2020). Strategi Corporate Social Responsibility dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi pada Kegiatan CSR di PT. Wijaya Karya). *Prologia*, 4(2), 288–294.

- Malihah, L., Nazairin, A., & Zaitun, Z. (2024). Peran Program Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara Di Kalimantan Selatan). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 7(1), 18-30.
- Farranajla, F. N. (2024). Dampak Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. Tirta Investama terhadap Masyarakat Desa Juwiring, Kabupaten Klaten, Tahun 2022. *Journal of Politic and Government Studies*, 13(3), 776-785.
- Katresnawati, I. A. (2014). *Evaluasi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Perencanaan Strategis (Studi pada Pelaksanaan Program CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Kabupaten Gresik)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).