**AKTIVITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA
PERUSAHAAN
(STUDI PADA PT ENERGI MEGA PERSADA BENTU &
KORINCI BARU DI PEKANBARU)**

BY: SENA ANDRAINA
senaandrainaaa@yahoo.com

COUNSELOR: RUSMADI AWZA

**Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Riau, Pekanbaru**

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility or CSR is about commitment, contribution and awareness to public company. As one of strategy to increase corporate image is to set up and carry out CSR activities are on target. PT EMP Bentu & Korinci Baru as one of the companies active in the field of oil and gas in the city of Pekanbaru, trying to realize it with focus to carry out CSR activities in several operational areas. This research aims to find out how CSR activities in the run PT EMP Bentu & Korinci Baru, and knowing the constraints of PT EMP Bentu & Korinci Baru in carrying that CSR activities. This research used qualitative methods with a descriptive approach. The research was conducted at PT EMP Bentu & Korinci Baru, Jl. Jendral Sudirman No 395, Pekanbaru. With the object of research is the CSR activities of PT EMP Bentu & Korinci Baru and research subject which all informants that meet the needs of this research, both internally and externally through purposive sampling . Data collection techniques in this research is observation, interviews and documentation. The results of this research are that run the company's CSR activities in several aspects of life. That is the economic, health, environment, and infrastructure is related to the role of Public Relations Officer and CSR Officer. CSR activities that run the company are prepared in accordance with need and condition of public (both human resources and resources of the village) and the capability of the company itself. By carryng out CSR activities as an effort to increase corporate image, PT EMP Bentu & Korinci Baru has been able to create good impression on the community and attract public confidence. In carryng out CSR activities, there are a number of constraints such as, the lack of CSR officer, the limited budget and the lack of independence of the community, so that the CSR activities undertaken have not been up evenly in various aspects.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Activities, Corporate Image

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial lebih dikenal dalam istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan komitmen perusahaan untuk ikut serta meningkatkan kesejahteraan komunitas disini jelas terlihat, bahwa CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial sebagai wujud dari komitmen dan kepedulian perusahaan terhadap publiknya. Suatu tindakan atau program yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sangat beragam sebagai wujud tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Bentuk tanggung jawab dapat berupa melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan yang merasakan langsung dampak baik ataupun buruk dari operasional perusahaan.

CSR dapat juga dikatakan sebagai salah satu strategi perusahaan yang mengakomodasi keinginan, kebutuhan dan kepentingan publiknya. Sehingga pada akhirnya dengan melaksanakan CSR, perusahaan akan mampu membina hubungan baik dengan masyarakat dalam jangka panjang. Program CSR sangat dipengaruhi oleh seorang praktisi *Public Relations* (PR) dan *CSR Officers* yang berkompeten sehingga mampu menyusun strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan atau harapan masyarakat, agar program CSR yang dilakukan dapat berkesinambungan dan mampu menciptakan kemandirian masyarakat.

CSR juga akan sangat mempengaruhi citra perusahaan jika dapat terwujud dengan baik dan sesuai tujuan. Peran CSR sangat besar bagi perusahaan, selain berperan penting dalam pembentukan citra positif perusahaan, CSR juga menjadi wujud kepedulian perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada para publiknya.

PT EMP Bentu & Korinci Baru merupakan anak perusahaan Energi Mega Persada Tbk yang bergerak dalam bidang eksplorasi dan produksi minyak dan gas bumi di wilayah kerja Blok Bentu dan Blok Korinci Baru di Provinsi Riau. PT EMP Bentu & Korinci Baru selalu berupaya membina hubungan baik dengan publiknya, dengan terus menyusun program-program CSR yang dinilai efektif dan inovatif bagi publiknya yang dalam hal ini komunitas dan masyarakat. Program CSR yang dijalankan PT EMP Bentu & Korinci Baru di pusatkan untuk komunitas perusahaan yang berada di sekitar area operasional perusahaan yang terdiri dari beberapa bidang fokus, yaitu: lingkungan, kesehatan, ekonomi dan infrastruktur.

Aktivitas CSR yang baik dan tepat sasaran tentunya akan memberikan *feedback* berupa citra positif yang diharapkan perusahaan. Namun apakah dalam

implementasinya, program CSR tersebut mampu berjalan sesuai harapan perusahaan dan bagaimana mengantisipasi setiap permasalahan yang timbul. Kendala seperti menurunnya intensitas aktivitas kerap terjadi, hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor misalnya, akibat kurangnya perhatian dari perusahaan dan sumber daya manusia yang belum mumpuni untuk terus berinovasi.

Ketidakterperhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan juga dapat menyebabkan konflik sosial. Sementara apabila terjadi konflik antara perusahaan dengan masyarakat, maka akan terjadi kerugian yang cukup besar, bukan hanya bagi perusahaan, namun juga bagi masyarakat. Merujuk pada uraian di atas, maka penulis berusaha mengkaji secara mendalam bagaimana aktivitas CSR yang dijalankan PT EMP Bentu & Korinci Baru dalam upaya meningkatkan citra perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia aktivitas adalah keaktifan atau kegiatan. Sedangkan CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan” (Rachman, 2011: 16). Aktivitas CSR adalah merupakan bagian dari aktivitas humas atau PR. Dalam CSR seorang PR diharuskan mampu membina hubungan baik dengan para publiknya, baik internal maupun eksternal, juga mampu menciptakan program-program yang dinilai mampu mencapai tujuan dan sasaran.

Aktivitas CSR sangat terkait dengan tata kelola organisasi yang baik karena tata kelola organisasi adalah suatu tatanan aturan yang mengatur masalah-masalah perusahaan dalam kaitannya dengan kepentingan perusahaan dan semua *stakeholders*. Pentingnya aktivitas CSR tidak hanya berkaitan dengan jumlah yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh perusahaan, tetapi juga tentang reputasi perusahaan juga akan terkait, apabila program CSR yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tepat sasaran. Aktivitas CSR yang baik akan menghasilkan kepercayaan sosial dari publik kepada perusahaan, kemudian citra positif akan mampu ditingkatkan oleh perusahaan.

CSR Forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (dalam Wibisono, 2007:8). CSR dapat merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. CSR telah diatur dalam undang-undang. Adapun peraturan dari pemerintah yang mengatur tentang CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terdapat pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, pasal 74.

Kotler dalam buku *Corporate Social Responsibility : Doing The Most Good for Your Company*, (dalam Solihin, 2011: 131) menyebutkan beberapa bentuk program *Corporate Social Responsibility* yang dapat dipilih oleh perusahaan, yaitu:

- a. *Cause Promotions*
- b. *Cause-Related Marketing*
- c. *Corporate Social Marketing (CSM)*
- d. *Corporate Philanthropy*
- e. *Community Volunteering*
- f. *Socially Responsible Bussiness*

Citra adalah bagaimana perusahaan di mata publik. Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda pula. Citra adalah suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditujukan kepada publik oleh seseorang, perusahaan dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini yang penulis lakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2005:5) menyatakan bahwa: “penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi pada penelitian ini dan bersifat deskriptif yang hanya berisikan situasi atau peristiwa yang tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Penelitian ini mengambil objek dari aktivitas CSR yang dijalankan oleh PT EMP Bentu & Korinci Baru, dengan subjek yaitu PR Officer, CSR Officer dan beberapa perwakilan masyarakat dari daerah dilakukannya program CSR. Penentuan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Hal ini perlu diperhatikan agar penulis mendapat gambaran jelas mengenai masalah penelitian

Model komunikasi Scramm dan Osgood adalah model yang menganggap komunikasi sebagai interaksi dengan kedua belah pihak yang melakukan fungsi *encoder* (komunikator), fungsi *interpreter* (menafsirkan) dan fungsi *decoder* (komunikasi) lalu kemudian mentransmisikan serta menerima sinyal. Dalam model ini dijelaskan bahwa proses komunikasi berjalan secara sirkuler, dimana masing-masing para pelaku secara bergantian bertindak sebagai komunikator (sumber) dan komunikasi (penerima). Proses kembalinya pesan disebut *feedback* yang memainkan peran penting dalam komunikasi. Karena melalui *feedback*-lah kita dapat memahami sejauh mana kita mampu mengartikan pesan.

Teori *stakeholder* yang sangat berkaitan dengan aktivitas yang dijalankan suatu perusahaan, dimana teori ini berpendapat bahwa memberikan manfaat bagi stakeholder juga menjadi tujuan dari perusahaan tidak hanya untuk kepentingan perusahaan semata. Teori ini juga mementingkan keseimbangan antara perusahaan dan stakeholders. Berdasarkan asumsi teori stakeholder tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. “Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan

dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu usaha dan jaminan *going concern*” (Nor Hadi, 2011: 95).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas *corporate social responsibility* atau CSR yang dijalankan perusahaan dapat menjadi salah satu strategi atau upaya dalam peningkatan legitimasi dan peningkatan reputasi baik perusahaan. Secara ideal, pelaksanaan CSR oleh perusahaan pada dasarnya berorientasi dari dalam ke luar. Artinya aktivitas CSR harus dikelola dengan baik yang di dalamnya tercakup tentang kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk melaksanakan aktivitas CSR dengan baik juga harus menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, sehingga kedua hal ini saling berkaitan.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bidang Kesehatan

Aspek kesehatan dalam kehidupan menjadi perhatian yang cukup penting, karena manusia yang sehat akan mampu bekerja dan mencapai kemajuan. Masyarakat menjadi salah satu stakeholder yang cukup penting bagi perusahaan, terutama yang berada di sekitar wilayah operasional perusahaan. Aspek kesehatan masyarakat dirasa perlu untuk disosialisasikan dan perlu ditingkatkan, untuk itulah perusahaan berusaha berkontribusi dalam bidang kesehatan sesuai dengan kemampuannya dan juga kebutuhan masyarakat. Beberapa aktivitas CSR yang dilakukan EMP Bentu & Korinci Baru dalam bidang kesehatan, yaitu:

a. Pemberian Makanan Tambahan (PMT)

Aktivitas ini dilakukan dengan tujuan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya kesehatan anak. PMT yang dilakukan dengan membagikan susu dan makanan ringan yang bergizi. Kurangnya pengetahuan orang tua terhadap kesehatan anak akan berdampak buruk terhadap kualitas kesehatan anak.

b. Program Kelas Ibu Hamil

Kelas ibu hamil merupakan sarana untuk belajar bersama tentang kesehatan ibu hamil. Bentuk pembelajaran yang diberikan dalam bentuk tatap muka dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan calon ibu mengenai kehamilan, perawatan kehamilan, persalinan, perawatan nifas, perawatan bayi dan penanggulangan resiko kelahiran sejak dini. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan konsultasi penyelesaian kasus per kasus terhadap ibu hamil dan pemeriksaan terhadap kehamilan ibu.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bidang Ekonomi

Sejalan dengan visi CSR perusahaan dalam mewujudkan masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan sosial untuk memenuhi tantangan kesempatan masa

depan, baik daerah maupun nasional maka perusahaan berkomitmen dalam membangun dan mengembangkan program-program yang menunjang pembangunan berkelanjutan yang meliputi aspek ekonomi dengan melibatkan komunitas setempat dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan.

Terbentuknya Kelompok Kerja (Pokja) dan Mitra Usaha sebagai lembaga kolaborasi multistakeholder, yakni Pokja Gema Aso Alam (Langgam), Pokja Gema Datuk Kolam Tuju (Sering), T'Rhu Creative Community (Tanjung Rhu), beberapa komunitas ini adalah hasil dari tahapan perencanaan program CSR perusahaan dalam bidang ekonomi dimana tiap-tiap kelompok diberikan pelatihan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Lembaga kolaborasi ini berfungsi untuk memastikan semua rencana yang telah disusun dapat terlaksana.

Pada saat ini aktivitas CSR perusahaan disesuaikan dengan apa yang masyarakat butuhkan dan disesuaikan dengan rencana pembangunan pemerintah daerah setempat yang juga sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam melaksanakannya. Pengembangan ekonomi wilayah dampingan membutuhkan kecukupan ruang lingkup dan keterkaitan lapisan usaha tanpa memperhatikan batas wilayah geografis agar kegiatan ekonomi lokal dapat berkembang.

Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) di Bidang Infrastruktur

Infrastruktur adalah prasarana publik seperti bangunan-bangunan, fasilitas jalan dan transportasi. Infrastruktur menjadi salah satu aspek yang mendapat perhatian perusahaan melalui aktivitas CSR dengan tujuan meningkatkan kualitas infrastruktur pedesaan untuk peningkatan kegiatan sosial-ekonomi masyarakat. Selama ini program CSR perusahaan migas banyak diarahkan pada peningkatan fasilitas umum dan fasilitas sosial wilayah. Hal ini disebabkan orientasi program *community development* yang dilakukan perusahaan ditekankan pada pembangunan yang bersifat fisik. Dengan adanya aktivitas operasional perusahaan maka selain menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, juga menciptakan peningkatan infrastruktur desa (dalam hal ini ruas jalan untuk aktivitas perusahaan).

Bentuk aktivitas CSR EMP Bentu & Korinci Baru yakni sebagai berikut:

1. Perbaikan jalan desa: Melaksanakan perbaikan jalan di wilayah Kec. Langgam
2. Fasilitasi air bersih: Memfasilitasi sarana air bersih untuk masyarakat pemukiman layak huni di Kelurahan Langgam
3. Adanya bantuan pembangunan fasilitas ibadah: Mesjid Nurul Iman di Desa Pangkalan Baru
4. Bantuan bahan bakar minyak selama ramadhan di beberapa mesjid dan mushala di Kelurahan Langgam
5. Pengaspalan jalan atau semenisasi
6. Pemasangan gorong-gorong jalan di Kelurahan Langgam

Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) di Bidang Lingkungan

Beragam masalah lingkungan yang timbul di sekitar daerah operasional perusahaan membuat perusahaan ikut peduli akan kelestarian lingkungan. Dalam kaitan operasional perusahaan dengan lingkungannya maka terdapat usaha-usaha perusahaan untuk meminimalisasi dampak-dampak negative yang terjadi di lingkungan seperti tindakan pencegahan polusi, pengurangan dampak perubahan iklim dan pengolahan air limbah hasil produksi. Sumbangsih perusahaan dalam upaya menjaga lingkungan menjadi penting sebagai tanggung jawab moral serta merupakan kewajiban mematuhi aturan perundang-undangan sebagaimana yang tertuang dalam pasal 74 UU No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. EMP Bentu & Korinci Baru melakukan aktivitas CSR di bidang lingkungan dengan cara penanaman pohon sebagai upaya penghijauan dan pengelolaan lingkungan bersama masyarakat

Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Aktivitas CSR Sebagai Upaya Peningkatan Citra Perusahaan

Aktivitas CSR yang dijalankan perusahaan tidak selamanya berjalan mulus tanpa kendala. Pada awalnya perlu dilakukan pendekatan terhadap masyarakat & memahami bagaimana kondisi masyarakat serta apa yang masyarakat butuhkan. Seiring perkembangan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sebagai salah satu stakeholder, maka perusahaan memberikan pemahaman mengenai apa itu tanggung jawab perusahaan.

Berikut ini adalah beberapa kendala yang dihadapi EMP Bentu & Korinci Baru dalam menjalankan aktivitas CSR, yaitu:

1. Kurangnya jumlah CSR Officer
2. Terbatasnya anggaran dana untuk kegiatan CSR
3. Kurangnya kemandirian dan inovasi masyarakat
4. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang kegiatan operasional perusahaan

Indikator Keberhasilan Pelaksanaan CSR PT EMP Bentu & Korinci Baru

Indikator atau tolak ukur keberhasilan pelaksanaan CSR pada EMP Bentu & Korinci Baru adalah sebagai berikut :

- a. Terlaksananya seluruh program yang direncanakan, terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang dinyatakan hendak dipenuhi dalam rencana program
- b. Terpeliharanya integrasi sosial masyarakat
- c. Membandingkan data awal dengan data terbaru setelah aktivitas CSR dilaksanakan
- d. Aktivitas CSR berhasil mendorong kemandirian masyarakat, misalnya dengan memunculkan pelaku usaha baru dan meningkatkan pendapat masyarakat
- e. Perusahaan secara umum diterima keberadaannya ditengah-tengah masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat disekitar area operasional perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas CSR yang dijalankan oleh PT EMP Bentu & Korinci Baru dapat menciptakan kesan baik dan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Meskipun masih ada program CSR yang telah disusun belum berjalan secara maksimal dan ada yang belum mampu berkelanjutan. Masyarakat berharap perusahaan akan terus berkontribusi dan menjalankan tanggung jawab sosialnya di desa mereka dengan program-program yang lebih inovatif yang mampu meningkatkan kemandirian masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan yakni: dalam melaksanakan aktivitas CSR sebagai upaya meningkatkan citra perusahaan, EMP Bentu & Korinci Baru, telah mampu menciptakan kesan baik terhadap masyarakat dan menarik kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Karena perusahaan telah menjalankan aktivitas CSR sebagai bentuk kepedulian perusahaan, sehingga dapat mencegah timbulnya konflik dan kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan.

- a. Adapun aktivitas CSR yang dijalankan EMP Bentu dan Korinci Baru dalam upaya meningkatkan citra perusahaan yaitu:
 1. Aktivitas CSR di bidang Kesehatan yaitu dengan menjalankan program Pemberian Makanan Tambahan (Berupa susu dan Biskuit susu) dan mengadakan Kelas Ibu Hamil sudah berjalan dengan baik dan cukup memberikan manfaat serta menunjukkan kepedulian EMP Bentu & Korinci baru terhadap pentingnya kesehatan masyarakat, khususnya bagi ibu hami, ibu dan anak-anak balita
 2. Aktivitas CSR di bidang Ekonomi yaitu dengan membuat Kelompok-kelompok Kerja binaan yang diberikan pelatihan dalam menghasilkan produk yang bernilai jual dengan tujuan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan memunculkan pelaku usaha baru. Meskipun dalam pelaksanaannya masih ada aktivitas pokja yang kurang mampu berkelanjutan dan pencapaian program-program belum maksimal karena berbagai kendala
 3. Aktivitas CSR di bidang Infrastruktur yaitu dengan membantu pembangunan fasilitas publik dan akses jalan di beberapa wilayah operasional perusahaan. Aktivitas CSR di bidang ini cukup maksimal karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat, misalnya akses jalan, yang awalnya setapak menjadi besar dan pipanisasi air bersih untuk perumahan masyarakat di salah satu wilayah operasional
 4. Aktivitas CSR di bidang Lingkungan yaitu dengan melakukan program penghijauan dan pengelolaan lingkungan masyarakat dengan tujuan menciptakan lingkungan yang nyaman, sehat dan bersih. Melalui aktivitas CSR di bidang lingkungan upaya perusahaan dalam menjaga lingkungan

adalah sebagai wujud harmonisasi antara perusahaan, masyarakat dan lingkungannya.

- b. Kendala-kendala yang dialami dalam melaksanakan aktivitas CSR EMP Bentu sebagai upaya peningkatan citra perusahaan adalah sebagai berikut:
 1. Kurangnya jumlah CSR officer yang menyebabkan terbatasnya pemikiran dan waktu dalam menjalankan aktivitas CSR.
 2. Terbatasnya dana yang dianggarkan untuk aktivitas CSR sehingga perlu menjalankan aktivitas CSR yang bermanfaat namun tidak terlalu menghabiskan banyak dana.
 3. Tidak berjalannya aktivitas CSR secara maksimal karena upaya kemandirian masyarakat sulit berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Sebaiknya EMP Bentu & Korinci Baru terus mengembangkan konsep CSR karena hal ini berpengaruh secara tidak langsung terhadap citra perusahaan, meredam kejahatan dilingkungan perusahaan dan dalam jangka panjang bukan tidak mungkin dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan secara signifikan.
- b. EMP Bentu & Korinci Baru harus menjaga konsistensi di dalam menjalankan program-program yang tercipta dari aktivitas CSR sesuai dengan visi dan misi serta tujuan dari perusahaan agar dapat memberikan lebih banyak manfaat dan mampu berkesinambungan dan mampu menciptakan program-program CSR yang inovatif dan meningkatkan evaluasi secara berkala terhadap aktivitas CSR yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M, Allen H Centerdan Glenn M Broom. 2006. *Effective Public Relations, 9th edition*. New Jersey : Prentice Hall, Inc
- Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Semarang: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. 2003, *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing The Most Good For Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rosda
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Institute for Develop of Eco and Finance (Indef).

- Moleong, J.Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachman. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rasyid, Anuar. 2009. *Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- _____. 2011. *Dasar-dasar Public Relations*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Ruslan, Rusady, 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardiyanto. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Solihin, Ismail. 2009. *From Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat
- Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta
- Suyanto, Bagong. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Susanto, A B. 2007. *A Strategic Management Approach Corporate Social Responsibility*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Pustaka Utama
- Untung. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyudi dan Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Setara Press.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publising.
- SUMBER LAIN:
- Majalah Kilas. 2012. Edisi Khusus Desember 2012. Jakarta: EMP PR Shared Function

Pedoman Tata Kerja No. 017 tentang Pelaksanaan *Community Development*.

Prayogo. 2008. Corporate Social Responsibility Social Justice and Distributive Welfare dalam Industri Tambang dan Migas di Indonesia. *Jurnal Galang*,(Online), Vol.3, No. 3, (<http://www.isjd.pdii.lipi.go.idadminjurnal33085774.pdf>, diakses 10 Mei 2013, pukul 19.30).

Siregar. 2007. Analisis Sosiologis terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Socioteknologi*, Edisi 12 Tahun 6.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Van Marrewijk, M and M Were. 2003. *Multiple Levels of Corporate Sustainability*. Journal of Bussines Ethic.

www.csrindonesia.com (diakses pada tanggal 13 Mei 2013, pukul 20.30)

[www.wikipedia.org/wiki/corporate social responsibility](http://www.wikipedia.org/wiki/corporate_social_responsibility) (diakses pada tanggal 11 Mei 2013, pukul 16.30)