

## **Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility Humas PT. Chevron Pacific Indonesia dalam Penyaluran Bantuan Dharmasiswa di Provinsi Riau**

M. Nurrizky Tri Feni

Universitas Islam Riau

Email Korespondensi: mnurrizkytrifeni@student.uir.ac.id

Diterima: 15-04-2024    Disetujui: 01-05-2024    Diterbitkan: 14-06-2024

### **Abstrak**

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di bidang pendidikan memainkan peran yang sangat penting bagi perusahaan, terutama perusahaan besar dan badan usaha milik negara di Indonesia. Salah satu inisiatif yang paling banyak diterapkan adalah program beasiswa, yang diyakini memberikan manfaat langsung dan berkontribusi dalam membangun generasi mendatang sambil mengembangkan potensi siswa, terutama di daerah yang memiliki perusahaan besar, seperti Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program bantuan beasiswa Chevron Dharmasiswa di Riau melalui inisiatif CSR PT. Chevron Pacific Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, berfokus pada pengamatan, pengumpulan, dan interpretasi data terkait program bantuan beasiswa. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program beasiswa ini disesuaikan setiap tahun sesuai dengan perkembangan akademik terbaru dan kebutuhan lokal. Tim Hubungan Masyarakat PT. Chevron Pacific Indonesia mengadakan pertemuan koordinasi rutin sebelum program dilaksanakan, menggunakan evaluasi tahun sebelumnya sebagai dasar untuk perbaikan. Proses seleksi beasiswa dilakukan oleh tim yang ditunjuk, bekerja sama dengan dinas pendidikan, sekolah-sekolah di Provinsi Riau, dan tim seleksi dari Politeknik Caltex Riau. Program ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan berkontribusi positif terhadap pengembangan sumber daya manusia di Provinsi Riau.

**Kata Kunci:** Program Beasiswa; Bantuan Dharmasiswa; Hubungan Masyarakat.

### **Abstract**

*Corporate Social Responsibility (CSR) programs in the field of education play a very important role for companies, especially large companies and state-owned enterprises in Indonesia. One of the most widely implemented CSR initiatives is the scholarship program, which is believed to provide direct benefits and contribute to building the next generation while developing students' potential, especially in areas with large companies, such as Riau Province. This study aims to analyze the implementation of the Chevron Dharmasiswa scholarship assistance program in Riau through the CSR initiative of PT. Chevron Pacific Indonesia. This study employs a descriptive qualitative approach, focusing on observation, data collection, and interpretation related to the scholarship assistance program. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the implementation of this scholarship program is adjusted annually based on the latest academic developments and local needs. The Public Relations Team of PT. Chevron Pacific Indonesia conducts regular coordination meetings before the program is implemented, using the previous year's evaluation as a basis for improvements. The scholarship selection process is carried out by a designated team, in collaboration with the education department, schools in Riau Province, and a selection team from Caltex Riau Polytechnic. This program plays an important role in improving the quality of education and contributes positively to human resource development in Riau Province.*

**Keywords:** *Scholarship Program; Dharmasiswa Assistance; Public Relations.*

### **PENDAHULUAN**

Program Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang pendidikan sangat penting untuk pembangunan sumber daya manusia (SDM) berkualitas di Indonesia. Salah satu bentuk nyata dari CSR adalah program beasiswa yang bertujuan memberikan akses pendidikan bagi siswa berpotensi yang mengalami kendala finansial. Di Provinsi Riau, PT. Chevron Pacific Indonesia (PT. CPI) melalui program beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau (DCR) telah berkontribusi secara signifikan dalam mengembangkan potensi pelajar. Sejak dimulai pada tahun 2001, DCR telah memberikan manfaat pendidikan bagi lebih dari 800 pelajar di 12 kabupaten/kota di Riau, menekankan betapa pentingnya CSR dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan potensi SDM di daerah ini.

Beasiswa DCR tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga berfungsi sebagai motivator bagi pelajar untuk meraih prestasi akademik yang lebih baik. Program beasiswa dalam kerangka CSR berfungsi sebagai investasi jangka panjang yang berkontribusi pada pengembangan kualitas tenaga kerja di masa depan. Penelitian menunjukkan bahwa CSR di bidang pendidikan mampu memberikan manfaat jangka panjang dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dengan komunitas lokal, melalui program

yang efektif seperti DCR. Hal ini sejalan dengan pandangan mengenai tanggung jawab perusahaan dalam mendukung kepentingan sosial yang lebih luas.

Namun, tantangan dalam implementasi program CSR seperti DCR masih ada, termasuk masalah distribusi informasi dan keterbatasan akses bagi daerah terpencil. Kurangnya sistem evaluasi menghambat pengukuran efektifitas jangka panjang program beasiswa, yang menyebabkan dampak terhadap kualitas pendidikan sering kali terlewatkan. Penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana PT. CPI bisa mengevaluasi dan memperbaiki program ini untuk memastikan dampak yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, penelitian juga akan mempertimbangkan bagaimana aspek komunikasi dan pengelolaan informasi oleh Humas PT. CPI dapat meningkatkan kesuksesan program.

Dengan melakukan analisis mendalam dari pelaksanaan DCR, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih holistik mengenai tantangan yang dihadapi dan peluang yang ada untuk perbaikan. Penggalan data lebih lanjut mengenai proses penyampaian informasi, seleksi penerima, dan dampak yang terjadi di lapangan dapat menghasilkan rekomendasi yang berguna untuk peningkatan efektivitas CSR di masa depan. Menggabungkan perspektif teoretis dan praktik lapangan, penelitian ini akan memastikan bahwa program DCR tidak hanya berfungsi sebagai bantuan finansial, tetapi juga sebagai penggerak perubahan sosial yang positif di Riau.

## **KERANGKA TEORI**

Penelitian ini mengadopsi berbagai teori yang berkaitan dengan komunikasi dan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk menganalisis pelaksanaan program CSR yang diselenggarakan oleh PT. Chevron Pacific Indonesia melalui beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau. Kerangka teori ini digunakan untuk memahami konsep-konsep dasar yang mendasari penelitian serta bagaimana teori-teori tersebut dapat diterapkan dalam konteks program CSR perusahaan.

### **Hubungan Masyarakat**

Hubungan masyarakat (Humas) didefinisikan sebagai fungsi manajerial yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan pemahaman mutual antara suatu organisasi dan publiknya, sebagaimana dijelaskan oleh Kriyantono (Kriyantono, 2018). Dalam konteks PT. Chevron Pacific Indonesia, peran hubungan masyarakat meliputi penyebaran informasi secara efektif mengenai program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) mereka, termasuk beasiswa Dharmasiswa Chevron di Riau. Hal ini sejalan dengan interpretasi Glenn dan Griswold, sebagaimana dikutip oleh Kriyantono (Kriyantono, 2018), yang menggambarkan hubungan masyarakat sebagai fungsi manajerial yang menilai sikap publik dan merancang rencana aksi

untuk mencapai pemahaman dan pengakuan dari publik. Peran pendidikan hubungan masyarakat sangat penting di sini, karena membantu masyarakat memahami manfaat inisiatif CSR dan mengatasi hambatan yang muncul selama implementasi program.

Selain itu, pentingnya komunikasi dua arah ditekankan oleh Kriyantono, yang menjelaskan bahwa hubungan masyarakat harus bertindak sebagai mediator, memfasilitasi komunikasi antara perusahaan dan masyarakat untuk memastikan kebutuhan dan harapan kedua belah pihak dipahami (Kriyantono, 2018). Tim hubungan masyarakat di PT. Chevron Pacific Indonesia berperan sebagai fasilitator, memastikan bahwa program CSR diterima dengan baik dan bermanfaat bagi masyarakat lokal (Kriyantono, 2018). Dinamika interaktif ini menyoroti kebutuhan bagi upaya hubungan masyarakat untuk beradaptasi dan merespons umpan balik masyarakat, sehingga menciptakan lingkungan kooperatif yang memperkuat dampak inisiatif CSR.

Selain itu, pentingnya konteks budaya dalam hubungan masyarakat ditekankan oleh Neng dkk., yang menekankan bahwa pemahaman terhadap dinamika sosial lokal sangat vital untuk strategi komunikasi yang efektif (Neng et al., 2019). Mereka berargumen bahwa menganalisis situasi komunitas membantu membentuk perencanaan, implementasi, dan evaluasi program-program ini, sejalan dengan kebutuhan hubungan masyarakat untuk mengintegrasikan umpan balik komunitas secara efektif guna meningkatkan penerimaan dan relevansi program. Perspektif ini mendukung pandangan bahwa hubungan masyarakat berperan sebagai jembatan yang membantu PT. Chevron Pacific Indonesia dan warga lokal terlibat dalam dialog yang bermakna tentang inisiatif CSR, sehingga memperkuat pemahaman dan kolaborasi (Neng et al., 2019).

Di era digital, seperti yang ditekankan oleh Susilawati dkk., hubungan masyarakat semakin mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi (Susilawati et al., 2022). Evolusi ini memungkinkan organisasi seperti PT. Chevron Pacific Indonesia tidak hanya berkomunikasi tetapi juga berinteraksi secara aktif dengan pemangku kepentingan melalui berbagai saluran, memastikan informasi tentang program CSR sampai kepada audiens yang lebih luas secara efisien dan jelas. Hubungan masyarakat merupakan bagian integral dalam mengelola hubungan antara PT. Chevron Pacific Indonesia dan komunitasnya, terutama melalui inisiatif CSR seperti Beasiswa Dharmasiswa Chevron. Fungsi hubungan masyarakat mencakup mendidik masyarakat, memfasilitasi dialog, dan menyesuaikan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan lokal dan konteks budaya, yang sangat dibantu oleh kemajuan teknologi untuk memfasilitasi interaksi ini.

## Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) telah berkembang pesat sejak pertama kali dikonsepsikan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Pada intinya, TJSP mewakili kewajiban suatu perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar operasional bisnisnya. Konsep multifaset ini melampaui sekadar filantropi dan mencakup pembentukan hubungan berkelanjutan antara organisasi dan pemangku kepentingannya. Pentingnya menyelaraskan aktivitas korporasi dengan norma dan nilai sosial dapat memperkuat hubungan positif dengan pemangku kepentingan (Chae & Park, 2018).

Aspek kritis dari CSR yang sukses adalah menyelaraskan aktivitas korporasi dengan norma dan nilai sosial, yang dapat membantu membangun legitimasi organisasi. Pemilihan isu sosial yang relevan dan strategi komunikasi yang efektif sangat mempengaruhi dampak CSR. Efektivitas inisiatif CSR seringkali bergantung pada seberapa baik inisiatif tersebut dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan, karena harus selaras dengan kepentingan komunitas untuk menciptakan reputasi positif yang berkelanjutan bagi perusahaan yang terlibat (Kim et al., 2023; Pérez et al., 2020).

Penerapan CSR dapat dilihat dalam program beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau yang diselenggarakan oleh PT. Chevron Pacific Indonesia, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan lokal dan pengembangan sumber daya manusia. Program-program semacam ini sangat penting karena tidak hanya memberdayakan penerima beasiswa tetapi juga berkontribusi pada perbaikan sosial yang lebih luas di komunitas (Wickert et al., 2016). Bukti menunjukkan bahwa inisiatif CSR, terutama di sektor pendidikan, dipersepsikan secara positif, yang mengarah pada peningkatan reputasi korporat dan loyalitas pemangku kepentingan, sehingga memberikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang (George et al., 2020); (Kong et al., 2021). CSR memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap praktik etis dan kesejahteraan masyarakat, membangun kerangka kerja yang memperkuat hubungan komunitas dan menciptakan lingkungan korporat yang mendukung (Mahevish et al., 2023).

Secara ringkas, CSR adalah konsep yang kompleks dan terus berkembang, yang memerlukan pendekatan yang cermat dalam implementasi dan komunikasi. Program CSR yang sukses bergantung pada relevansinya dengan komunitas lokal, pemilihan isu yang strategis, dan efektivitas komunikasinya. Program ini tidak hanya penting dalam membangun hubungan positif dengan komunitas, tetapi juga dalam membantu perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar yang sadar sosial.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis pelaksanaan pemberian beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Chevron Pacific Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena yang kompleks dalam konteks sosial secara mendalam (Moleong, 2017). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat program CSR serta tantangan dan keberhasilannya.

Subjek penelitian terdiri dari manajer dan staf Humas PT. Chevron Pacific Indonesia serta penerima beasiswa, yang dipilih melalui purposive sampling berdasarkan pengetahuan relevan mereka terhadap program tersebut. Objek penelitian adalah pelaksanaan beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau, yang meliputi proses seleksi, pemberian bantuan, dan evaluasi program CSR. Penelitian ini dilakukan di PT. Chevron Pacific Indonesia, Pekanbaru, Riau, dengan periode pengumpulan data dari November 2017 hingga April 2018. Sumber data utama terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, dan data sekunder, yang diperoleh melalui dokumen terkait pelaksanaan program CSR.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan informan yang memiliki peran penting dalam pelaksanaan program CSR untuk menggali informasi terkait proses pengelolaan beasiswa. Observasi bertujuan untuk memahami langsung aktivitas yang berkaitan dengan sosialisasi program, sementara dokumentasi digunakan untuk memperkaya data dengan arsip dan laporan terkait.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi, yang mencakup triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu untuk memastikan validitas data. Analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk mengorganisir, mengklasifikasikan, dan menyajikan data dalam bentuk yang mudah dipahami. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang menggambarkan pelaksanaan dan dampak program CSR PT. Chevron Pacific Indonesia.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas pelaksanaan program beasiswa Dharmasiswa Chevron Riau (DCR) yang merupakan bagian dari Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Chevron Pacific Indonesia. Sebagai perusahaan besar dengan pengaruh signifikan, Chevron menekankan pentingnya kontribusi sosial, terutama dalam bidang pendidikan. Program DCR bertujuan memberikan bantuan pendidikan kepada siswa berprestasi di Provinsi Riau, dengan seleksi yang ketat dan kompetitif.

Pelaksanaan program DCR dimulai dengan proses seleksi yang melibatkan beberapa tahapan, mulai dari seleksi di tingkat sekolah, kabupaten, hingga provinsi. Tahapan seleksi ini diatur dengan jelas dan berbasis prestasi akademik siswa, bukan hanya dilihat dari sisi ekonomi. Dalam hal ini, PT. Chevron Pacific Indonesia bekerja sama dengan dinas pendidikan setempat untuk menyaring siswa yang berprestasi di berbagai sekolah di Provinsi Riau. Proses seleksi yang dilakukan sangat ketat, dan hanya siswa dengan prestasi terbaik yang dapat lolos ke tahap selanjutnya. Setelah seleksi, beasiswa diberikan kepada siswa yang berhasil meraih posisi terbaik.

Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama dalam pemberian beasiswa DCR adalah transparansi dan kejelasan proses yang melibatkan evaluasi tahunan untuk meningkatkan pelaksanaan program. Humas PT. Chevron memastikan bahwa setiap tahapan dilakukan sesuai dengan perencanaan yang matang, dimulai dari persiapan dokumen, pemberian informasi kepada masyarakat, hingga tahap pemberian bantuan itu sendiri. Proses ini tidak hanya memberikan dukungan finansial bagi siswa berprestasi, tetapi juga menjadi alat untuk memotivasi mereka agar tetap menjaga prestasi akademik mereka sepanjang masa kuliah.

Namun, meskipun program ini memiliki banyak manfaat, pelaksanaan beasiswa DCR juga menghadapi beberapa kendala, seperti proses pencairan dana yang membutuhkan waktu lama dan keterbatasan tenaga kerja di PT. Chevron. Kendala ini seringkali dirasakan oleh para penerima beasiswa yang harus membayar biaya pendidikan terlebih dahulu sebelum bisa menerima dana dari Chevron. Selain itu, kendala lainnya terkait dengan penyesuaian dengan kebijakan pemerintah dan kalender akademik yang seringkali menjadi tantangan tersendiri dalam penyelenggaraan program ini.

Sebagai program CSR yang telah berjalan selama lebih dari 15 tahun, DCR tidak hanya berfokus pada pemberian dana, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan bagi penerimanya, seperti yang diungkapkan oleh beberapa alumni DCR. Banyak penerima bantuan yang merasa bahwa program ini sangat membantu mereka untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi tanpa membebani orang tua. Selain itu, para alumni DCR juga merasa termotivasi untuk berprestasi lebih tinggi dalam pendidikan dan kehidupan profesional mereka, berkat adanya dukungan dari Chevron.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan telah diakui sebagai faktor penting dalam mendorong pendidikan dan pengembangan masyarakat, terutama melalui program seperti Beasiswa Vokasi Dharma (DCR) dari PT. Chevron Pacific Indonesia. Kotler dan Lee (2005) menegaskan bahwa inisiatif TJSP meningkatkan reputasi perusahaan sambil memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan sumber daya manusia lokal, terutama di bidang pendidikan. Pernyataan ini juga didukung oleh temuan Sweeney dan Coughlan

(2008), yang menunjukkan bahwa inisiatif CSR di bidang pendidikan memberdayakan komunitas dengan meningkatkan akses terhadap pendidikan dan memfasilitasi perkembangan sosial-ekonomi.

Program DCR menjadi contoh penerapan prinsip CSR yang sukses, karena memberikan dukungan komprehensif yang melampaui bantuan finansial semata. Luo dan Bhattacharya (2006) menekankan bahwa program CSR yang efektif harus menciptakan keterlibatan yang bermakna dengan komunitas melalui kontribusi yang konsisten dan memberdayakan, sehingga menghasilkan dampak jangka panjang yang tidak terkait dengan bantuan amal jangka pendek. Selama 15 tahun terakhir, program DCR telah membangun ekosistem pendukung bagi siswa, secara efektif berkontribusi pada prestasi akademik dan profesional mereka.

#### Dampak pada Penerima

Dampak transformatif program DCR tercermin dalam testimoni alumni, banyak di antaranya menggambarkan beasiswa ini sebagai perubahan hidup. Bantuan finansial yang diberikan memungkinkan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi tanpa membebani keluarga mereka secara finansial. Program CSR yang memberikan dukungan emosional dan sosial menumbuhkan loyalitas dan motivasi di kalangan penerima. Dukungan dari organisasi terkemuka seperti Chevron menanamkan semangat pada banyak mahasiswa untuk berprestasi secara akademis dan mengembangkan rasa tanggung jawab terhadap komunitas seiring perkembangan karier mereka. Dampak motivasional ini menunjukkan bahwa program CSR tidak hanya meringankan beban finansial tetapi juga mendorong penerima untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi.

Program DCR Chevron mencerminkan strategi CSR yang komprehensif yang memberikan manfaat bagi penerima di luar bantuan finansial. Pendekatan yang terperinci ini menggabungkan dukungan akademik dan motivasional, sejalan dengan prinsip-prinsip program CSR yang terstruktur dengan baik. Aspek menonjol dari inisiatif DCR adalah perannya dalam menciptakan siklus penguatan positif; saat mahasiswa merasakan manfaat dukungan finansial, mereka sering merasa kewajiban intrinsik untuk berprestasi dalam studi mereka, sehingga melanjutkan siklus perbaikan dan pemberdayaan.

Selain itu, legitimasi dan investasi sosial yang diwakili Chevron dalam mendukung pendidikan turut berkontribusi pada efektivitas program DCR. Namun, untuk meningkatkan efektivitas program ini lebih lanjut, integrasi kesempatan mentoring dan jalur magang dapat memberikan siswa bimbingan karier yang krusial dan pengalaman nyata di dunia kerja, sebagaimana disarankan oleh studi sebelumnya yang mengamati dampak CSR terhadap perkembangan pemuda.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan pemberian bantuan Dharmasiswa Chevron Riau yang dikelola oleh Humas PT. Chevron Pacific Indonesia sebagai bagian dari program Corporate Social Responsibility (CSR). Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program ini sangat terstruktur dan terorganisir dengan baik. Program ini melalui beberapa tahap seleksi yang melibatkan dinas pendidikan dan sekolah-sekolah di seluruh kabupaten/kota di Provinsi Riau. Pemberian bantuan ditujukan untuk siswa berprestasi di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) yang siap melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Hadiah yang diberikan mencakup biaya pendidikan setiap semester, biaya wisuda, dan laptop untuk menunjang pendidikan penerima beasiswa.

Meskipun demikian, meskipun pemberian bantuan ini sudah sangat tepat guna, terdapat beberapa kelemahan dalam proses pelaksanaannya. Salah satunya adalah bahwa bantuan tidak diberikan secara langsung pada saat pengumuman pemenang, tetapi melalui prosedur yang lebih panjang, termasuk pemeriksaan dokumen dan proses transfer dana setelah memenuhi syarat yang ditentukan. Selain itu, program ini lebih difokuskan pada pemberian bantuan untuk siswa berprestasi secara akademis, dan bukan untuk mereka yang kurang mampu secara finansial. Hal ini memunculkan beberapa kritik terkait ketepatan sasaran bantuan, mengingat PT. Chevron Pacific Indonesia adalah perusahaan besar yang memiliki potensi lebih untuk membantu lebih banyak masyarakat di Provinsi Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chae, B., & Park, E. H. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR): A Survey of Topics and Trends Using Twitter Data and Topic Modeling. *Sustainability*, 10(7), 2231. <https://doi.org/10.3390/su10072231>
- George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2020). Corporate Social Responsibility and Organizational Commitment: Effects of CSR Attitude, Organizational Trust and Identification. *Society and Business Review*, 15(3), 255–272. <https://doi.org/10.1108/sbr-04-2020-0057>
- Kim, D., Lee, J., & Kim, N. (2023). Engaging by Exporting: The Critical Factors of CEOs and Markets. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(4), 1953–1964. <https://doi.org/10.1002/csr.2466>
- Kong, L., Sial, M. S., Ahmad, N., Sehleanu, M., Li, Z., Zia-ud-Din, M., & Bădulescu, D. (2021). CSR as a Potential Motivator to Shape Employees' View Towards Nature for a Sustainable Workplace Environment. *Sustainability*, 13(3), 1499. <https://doi.org/10.3390/su13031499>
- Kriyantono, R. (2018). Peran Manajerial Dan Teknisi Humas Lembaga Pemerintah Dan Swasta. *Aristo*, 6(1), 1.

<https://doi.org/10.24269/ars.v6i1.760>

- Mahevish, R., Khan, A., Mahmood, H. R., Qazi, S., Fakhoury, H., & Tamim, H. (2023). The Impact of Social Media on the Physical and Mental Well-Being of Medical Students During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Epidemiology and Global Health*, 13(4), 902–910. <https://doi.org/10.1007/s44197-023-00164-7>
- Neng, Y., Anisti, A., Hidayat, D., & Suhadi, M. (2019). Pendekatan Intercultural Communication Pada Public Relations PT Santos Dalam Membangun Komunikasi Empati. *Profesi Humas*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i1.18626>
- Pérez, A., Salmones, M. del M. G. de los, & Liu, M. T. (2020). Information Specificity, Social Topic Awareness and Message Authenticity in CSR Communication. *Journal of Communication Management*, 24(1), 31–48. <https://doi.org/10.1108/jcom-06-2019-0097>
- Susilawati, S., Arief, M., Priyadi, C., & Ridwan, W. (2022). Penguatan Peran Dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital. *Cyberpr*, 2(1), 74–83. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2127>
- Wickert, C., Scherer, A. G., & Spence, L. J. (2016). Walking and Talking Corporate Social Responsibility: Implications of Firm Size and Organizational Cost. *Journal of Management Studies*, 53(7), 1169–1196. <https://doi.org/10.1111/joms.12209>