

Corporate Social Responsibility PT Pertamina Refinery Unit II dalam Membangun Hubungan dengan Masyarakat

Gita Yulia Ghazani

Universitas Islam Riau

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

Diterima: 12-05-2025 Disetujui: 01-06-2025 Diterbitkan: 20-06-2025

Abstrak

Penelitian ini mengkaji kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) PT Pertamina (Persero) Unit Pengolahan II dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat di Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Pejabat TJSP dan dampak kegiatan mereka, yang meliputi kegiatan amal, infrastruktur, pengembangan kapasitas, dan pengembangan masyarakat. Menggunakan Teori Pemangku Kepentingan sebagai landasan, penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari pimpinan CSR dan tujuh anggota masyarakat Bukit Batu. Temuan menunjukkan bahwa kegiatan CSR sebagian besar melibatkan pemberian bantuan sesuai dengan rencana program tahunan perusahaan. Masyarakat berharap PT Pertamina (Persero) lebih selektif dalam distribusi bantuannya agar bantuan tersebut tepat sasaran dan memberikan manfaat yang nyata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa CSR memainkan peran krusial dalam membangun hubungan positif antara perusahaan dan masyarakat lokal.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Pengembangan Masyarakat.

Abstract

This study examines the Corporate Social Responsibility (CSR) activities of PT Pertamina (Persero) Processing Unit II in building good relations with the community in Bukit Batu District, Bengkalis Regency. The study aims to analyze the role of CSR officers and the impact of their activities, which include charitable activities, infrastructure development, capacity building, and community development. Using Stakeholder Theory as a framework, this study employs a qualitative descriptive method with data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The research subjects consist of CSR leaders and seven members of the Bukit Batu community. The findings indicate that CSR activities primarily involve distributing assistance in accordance with

the company's annual program plans. The community hopes that PT Pertamina (Persero) will be more selective in distributing its assistance to ensure that it reaches the intended recipients and provides tangible benefits. This study concludes that CSR plays a crucial role in fostering positive relationships between companies and local communities.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Community Development.*

PENDAHULUAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia semakin diakui sebagai model bisnis kritis yang memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan di luar sekadar maximisasi keuntungan. Perusahaan seperti PT Pertamina Unit Pengolahan II Sungai Pakning telah mengadopsi berbagai inisiatif TJSP yang bertujuan untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan membangun hubungan yang kokoh dengan pemangku kepentingan lokal. Efektivitas dan implementasi yang sesuai konteks dari program-program CSR ini secara signifikan berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat di sekitar operasi industri, seperti di Bukit Batu, Bengkalis.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inisiatif CSR yang efektif erat kaitannya dengan keterlibatan masyarakat dan kepuasan pemangku kepentingan lokal, yang pada gilirannya mempengaruhi citra publik perusahaan dan keuntungan jangka panjangnya. Teori Stakeholder, yang dikemukakan oleh Freeman, menekankan pentingnya mempertimbangkan perspektif semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat local, dalam proses pengambilan keputusan korporat. Berpartisipasi dalam CSR membangun goodwill dan kepercayaan sambil menyelaraskan kepentingan korporat dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mengurangi risiko sosial dan meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap aktivitas korporat (Purnaweni et al., 2021; Yadav et al., 2018). Dalam konteks upaya CSR PT Pertamina, program-program ini sering kali berfokus pada bidang-bidang vital seperti pengembangan infrastruktur, peningkatan ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat, yang sangat penting untuk mengatasi tantangan sosial-ekonomi yang dihadapi oleh penduduk local (Purnaweni et al., 2021).

Inisiatif CSR yang diluncurkan oleh PT Pertamina di Bukit Batu dirancang untuk merespons langsung kebutuhan masyarakat melalui program-program terarah seperti pelatihan keterampilan, perbaikan infrastruktur, dan bantuan langsung. Program-program ini telah menunjukkan potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan local (Purnaweni et al., 2021; Susilo et al., 2022). Namun, kesuksesan inisiatif ini bergantung pada metodologi yang digunakan dalam pelaksanaannya, termasuk seberapa komprehensif program tersebut memenuhi kebutuhan

lokal dan seberapa efektif komunikasi niat program kepada masyarakat (Shiu & Yang, 2016).

Selain itu, kegiatan CSR memiliki dampak signifikan terhadap reputasi korporat dan kepercayaan pemangku kepentingan. Menurut studi empiris, perusahaan yang menerapkan strategi CSR yang efektif sering kali mengalami peningkatan manfaat reputasi, yang dapat mengarah pada kinerja keuangan yang lebih baik seiring waktu. Korelasi ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap tanggung jawab sosial bukan hanya pilihan etis, tetapi juga keharusan strategis bisnis yang menguntungkan baik perusahaan maupun komunitas yang dilayaninya (Stefany & Agustina, 2022; Yadav et al., 2018). Dalam konteks Indonesia, di mana regulasi semakin mewajibkan keterlibatan CSR, perusahaan seperti PT Pertamina dapat memperoleh manfaat dari pendekatan proaktif dalam implementasi CSR mereka, yang pada akhirnya dapat memperkuat stabilitas operasional dan hubungan dengan komunitas (Nugraha & Trisnarningsih, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran ganda kegiatan CSR tidak hanya sebagai mekanisme pengembangan komunitas tetapi juga sebagai komponen kritis dalam membangun hubungan berkelanjutan antara korporasi dan komunitas lokal. Pelaksanaan dan evaluasi berkelanjutan dari kegiatan CSR PT Pertamina diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitasnya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan dampaknya. Dengan menganalisis inisiatif-inisiatif tersebut, penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman tentang interaksi antara tindakan korporasi, keterlibatan pemangku kepentingan, dan pengembangan masyarakat dalam konteks Indonesia (Anggraini et al., 2021; Pattisahusiwa & Diyanti, 2017).

KERANGKA TEORI

Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan antara individu atau lebih. Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu “cum” dan “unus”, yang membentuk kata “communio”, yang berarti kebersamaan (Herdito, 2015). Selain itu, para ahli seperti Everett M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid menjelaskan komunikasi sebagai pertukaran informasi yang bertujuan untuk mencapai saling pengertian (Dhiaurrahman, 2019). Louis Forsdale menambahkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian sinyal dengan aturan tertentu agar pesan dapat dimengerti oleh penerima (Dhiaurrahman, 2019).

Fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah krusial. Harold D. Lasswell menegaskan bahwa komunikasi memiliki fungsi untuk mengontrol serta beradaptasi dengan lingkungan sosial (Tohari & Prayogi, 2022). Dalam

konteks ini, komunikasi membantu menjaga kelangsungan hubungan sosial baik di ranah pribadi maupun profesional. Selain itu, komunikasi juga menjadi alat untuk berbagi informasi yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan (Tohari & Prayogi, 2022). Tujuan utama komunikasi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan baik oleh penerima. Hal ini juga mencakup pemahaman yang jelas mengenai informasi yang disampaikan dan memotivasi penerima agar bertindak sesuai kehendak komunikator (Muallimah, 2021).

Salah satu konsep penting dalam teori komunikasi adalah model komunikasi Lasswell yang menjelaskan struktur dan fungsi komunikasi dalam konteks yang lebih luas, termasuk bagaimana pesan diproses dan diterima (Rizal, 2020). Dalam praktiknya, setiap individu atau organisasi menggunakan strategi untuk menyampaikan pesan mereka, seperti yang terlihat dalam penelitian mengenai strategi komunikasi pimpinan di organisasi (Rohim, 2019). Dengan memahami kekhasan audiens dan menyusun pesan secara efektif, efisiensi komunikasi dapat ditingkatkan (Rohim, 2019), pada akhirnya, mencapai interaksi yang lebih baik antara komunikator dan komunikan.

Corporate Social Responsibility

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) memainkan peran penting dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat yang dilayani. CSR mencakup berbagai tindakan yang dilakukan perusahaan untuk melampaui tujuan semata-mata mencari keuntungan, dengan secara efektif mengintegrasikan isu-isu sosial dan lingkungan ke dalam operasional mereka. Pendekatan multidimensional ini menekankan tidak hanya kontribusi finansial, tetapi juga inisiatif yang bertujuan untuk pengembangan komunitas, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial secara keseluruhan, memperkuat hubungan antara praktik korporat dan harapan publik (Abukari & Abdul-Hamid, 2018; Upadhaya et al., 2018). Selain itu, peran Hubungan Masyarakat (PR) sangat penting dalam menyampaikan upaya CSR perusahaan, memastikan bahwa pemangku kepentingan mengetahui dan terlibat dalam inisiatif tersebut (Ajayi & Mmutle, 2021; Lee-Wong & More, 2016).

Implementasi CSR yang efektif membangun citra korporat yang positif, meningkatkan kepercayaan dan reputasi di kalangan konsumen dan masyarakat umum. Studi menunjukkan bahwa strategi CSR yang kuat secara langsung terkait dengan persepsi positif terhadap perusahaan, karena bisnis secara aktif terlibat dalam tindakan yang berfokus pada komunitas atau praktik keberlanjutan lingkungan, sehingga membangun goodwill dan loyalitas merek di kalangan audiens target (Kihan et al., 2015; Kydros et al., 2021; Pang et al., 2018). Selain itu, keunggulan kompetitif yang diperoleh dari praktik CSR yang kuat bukan sekadar oportunistik; melainkan mencerminkan komitmen mendasar terhadap standar etika dan kesejahteraan sosial, yang

sangat resonan dengan konsumen kontemporer (Lahtinen et al., 2018; Yao et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Sungai Pakning dalam membina hubungan dengan masyarakat Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih informan yang relevan, yaitu pimpinan CSR Officer dan tujuh masyarakat yang pernah menerima bantuan dari perusahaan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi terkait program CSR perusahaan. Untuk memastikan validitas data, teknik triangulasi diterapkan dengan membandingkan hasil wawancara, pengamatan, dan dokumen yang ada. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan tentang dampak CSR terhadap hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan terkait efektivitas CSR dalam membangun hubungan yang lebih baik dan berkelanjutan antara perusahaan dan publiknya.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT Pertamina (Persero) di Kecamatan Bukit Batu, serta hubungan yang dibina antara perusahaan dan masyarakat setempat. Berdasarkan hasil penelitian, CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan mencakup berbagai aktivitas yang dirancang untuk mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar. Aktivitas ini sangat bergantung pada dukungan dan keterbukaan masyarakat yang menunjukkan sikap ramah terhadap perusahaan, serta kecocokan antara program yang dijalankan dan kebutuhan nyata masyarakat.

Salah satu aspek penting dalam CSR PT Pertamina (Persero) adalah fokus pada wilayah sekitar perusahaan, yang dikenal dengan istilah RING 1. Program bantuan perusahaan lebih banyak diarahkan pada masyarakat yang berada di area ini, seperti yang dijelaskan oleh CSR Officer, Bapak Dayat. Program CSR ini terdiri dari empat jenis bantuan utama: charity (amal), infrastructure (infrastruktur), capacity building (peningkatan kapasitas), dan community development (pengembangan masyarakat).

Charity (Amal) merupakan salah satu program yang sangat diapresiasi oleh masyarakat. Bantuan yang diberikan berupa dana untuk kaum dhuafa, madrasah, dan kegiatan sosial lainnya. Salah satu contoh yang mendapat perhatian adalah program BASIS, yang mengajak karyawan PT Pertamina

(Persero) untuk menyumbangkan 2,5% dari gaji mereka untuk membantu masyarakat kurang mampu. Program ini tidak hanya memberikan bantuan finansial tetapi juga mengembangkan budaya berbagi di kalangan karyawan. Masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Misnur, menganggap bantuan ini sangat membantu, terutama dalam kegiatan rutin desa, seperti gotong royong membersihkan parit yang selalu didukung oleh perusahaan.

Program Infrastructure (Infrastruktur) juga menjadi perhatian utama. PT Pertamina (Persero) berfokus pada pembangunan fasilitas umum, seperti rumah ibadah dan sekolah. Namun, meskipun bantuan yang diberikan sangat dibutuhkan, terdapat beberapa keluhan dari masyarakat, terutama terkait dengan lamanya proses pengajuan proposal yang membuat bantuan terkadang terlambat diterima. Meskipun demikian, bantuan infrastruktur, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Hadi, Kepala Sekolah SDIT, sangat dirasakan manfaatnya, terutama dalam pembangunan sarana dan prasarana yang mendukung aktivitas pendidikan dan sosial.

Selanjutnya, program Capacity Building (Peningkatan Kapasitas) juga mendapatkan respons positif dari masyarakat, terutama dalam hal pelatihan dan seminar yang diadakan PT Pertamina (Persero). Program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan keterampilan yang dapat membantu mereka meningkatkan taraf hidup. Salah satu contoh yang mencolok adalah seminar mengenai Pemanfaatan Sampah yang dapat diubah menjadi kerajinan tangan, yang sangat berguna bagi masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Rozilah, program ini membantu mereka mengurangi pengeluaran rumah tangga dan meningkatkan keterampilan. Program ini sejalan dengan tujuan untuk memberantas pengangguran dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Program Community Development (Pengembangan Masyarakat) yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) berfokus pada pengembangan usaha ekonomi masyarakat. Perusahaan mendukung usaha kecil dan menengah dengan memberikan bantuan modal untuk usaha rumahan. Masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sikim dan Ibu Jum, merasakan manfaat yang besar dari bantuan yang diberikan, seperti peralatan untuk usaha pembuatan tahu dan dodol. Bantuan ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan usaha mereka lebih lanjut, meningkatkan penghasilan keluarga, dan mendorong keberlanjutan usaha di tingkat rumah tangga.

Namun, meskipun berbagai program CSR yang dijalankan PT Pertamina (Persero) sudah memberikan dampak positif, ada beberapa kendala yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah faktor infrastruktur yang kurang memadai, terutama akses jalan yang buruk. Hal ini menyebabkan keterlambatan bantuan, seperti yang terjadi pada saat kebakaran lahan (karhutla) yang dihadapi masyarakat. Sebagai contoh, bantuan dari PT Pertamina (Persero) tidak dapat segera sampai karena keterbatasan akses jalan, sehingga memperlambat penanganan masalah yang terjadi.

Secara keseluruhan, kegiatan CSR PT Pertamina (Persero) memiliki dampak yang signifikan dalam membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar, yang sejalan dengan teori stakeholder yang menekankan pentingnya perusahaan untuk memberikan manfaat tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi pihak-pihak yang terkait, seperti masyarakat sekitar. Dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai program, perusahaan dapat memperkuat dukungan dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas CSR PT Pertamina (Persero) di Kecamatan Bukit Batu fokus pada membantu masyarakat sekitar perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Program CSR mencakup charity (amal), infrastruktur, peningkatan kapasitas, dan pengembangan masyarakat. Bantuan sosial, seperti sunatan massal dan dukungan untuk kegiatan keagamaan, serta bantuan infrastruktur seperti pembangunan rumah ibadah dan sekolah, telah memberikan dampak positif. Program capacity building melalui pelatihan dan seminar juga memberdayakan masyarakat, sementara pengembangan usaha rumahan mendorong perekonomian lokal.

Faktor pendukung keberhasilan program ini adalah keterbukaan dan sikap ramah masyarakat, yang mempermudah komunikasi dan pelaksanaan program. Namun, faktor penghambat muncul karena kurangnya pemanfaatan maksimal bantuan dan pelatihan oleh sebagian masyarakat. Meskipun demikian, program CSR ini tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abukari, A. J., & Abdul-Hamid, I. K. (2018). Corporate Social Responsibility Reporting in the Telecommunications Sector in Ghana. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-017-0025-9>
- Ajayi, O. A., & Mmutle, T. (2021). Corporate Reputation Through Strategic Communication of Corporate Social Responsibility. *Corporate Communications an International Journal*, 26(5), 1-15. <https://doi.org/10.1108/ccij-02-2020-0047>
- Anggraini, F., Puttri, D., Septriani, W., & Zefriyenni. (2021). Peranan Intellectual Capital Sebagai Mediasi Antara Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ekobistek*, 22-31. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.79>

- Dhiaurrahman, D. (2019). Komunikasi Persuasif Orang Tua Dalam Mengatasi Kenakalan Remaja. *Al-Hikmah Media Dakwah Komunikasi Sosial Dan Kebudayaan*, 10(2), 1–19. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i2.1708>
- Herdito, R. D. (2015). Manajemen Humas Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wuny*, 16(5). <https://doi.org/10.21831/jwuny.v16i5.4214>
- Kihan, C., Yu, J., Choi, M.-G., & Shin, J. (2015). The Effects of CSR on Customer Satisfaction and Loyalty in China: The Moderating Role of Corporate Image. *Journal of Economics Business and Management*, 3(5), 542–547. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.243>
- Kydros, D., Argyropoulou, M., & Vrana, V. (2021). A content and sentiment analysis of greek tweets during the pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116150>
- Lahtinen, S., Kuusela, H., & Yrjölä, M. (2018). The Company in Society: When Corporate Responsibility Transforms Strategy. *Journal of Business Strategy*, 39(4), 11–18. <https://doi.org/10.1108/jbs-05-2017-0069>
- Lee-Wong, B. Y., & More, E. (2016). Management of Corporate Social Responsibility in Hong Kong Small and Medium Enterprises. *Journal of Global Responsibility*, 7(2), 146–162. <https://doi.org/10.1108/jgr-07-2016-0018>
- Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi Aisas Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif Jurnal Karya Tulis Rupa Eksperimental Dan Inovatif*, 3(02), 1–10. <https://doi.org/10.53580/files.v3i02.30>
- Nugraha, R. M. A., & Trisnarningsih, S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2019). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 855. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.469>
- Pang, A., Lwin, M. O., Ng, C. S., Ong, Y.-K., Chau, S. R. W., & Yeow, K. P. (2018). Utilization of CSR to Build Organizations' Corporate Image in Asia: Need for an Integrative Approach. *Asian Journal of Communication*, 28(4), 335–359. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1420207>
- Pattisahusiwa, S., & Diyanti, F. (2017). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Struktur Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 25. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1763>
- Purnaweni, H., Yazid, I., Arifah, M. N., & Qomariah, A. (2021). Community Development in Kemijen Village, East Semarang: A Corporate Social Responsibility in Practice. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 19(1), 83–88. <https://doi.org/10.14710/jil.19.1.83-88>

- Rizal, S. S. (2020). Synchronizing Between Lasswell's Communication Model and Abram's Critical Orientation as a Sophisticated Concept of Literary Communication and Its Associated Studies. *E-Structural*, 2(2), 160–186. <https://doi.org/10.33633/es.v2i2.3263>
- Rohim, A. (2019). Strategi Komunikasi Pimpinan Toko Buku Latansa Gontor Dalam Menjaga Kinerja Pegawai. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 2(1), 93. <https://doi.org/10.21111/sjic.v2i1.3884>
- Shiu, Y., & Yang, S. (2016). Does Engagement in Corporate Social Responsibility Provide Strategic Insurance-like Effects? *Strategic Management Journal*, 38(2), 455–470. <https://doi.org/10.1002/smj.2494>
- Stefany, J., & Agustina, L. (2022). Do Corporate Social Responsibility and Political Connections Matter to Financial Performance and Financial Stability in the Banking Sector? Evidence From Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(8), 2445–2452. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170812>
- Susilo, A., Juniah, R., & Taqwa, R. (2022). Performance Analysis of CSR Implementation of PT. Golden Great Borneo Year 2021 in Lahat District. *Journal Research of Social Science Economics and Management*, 1(12). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v1i12.225>
- Tohari, A., & Prayogi, B. (2022). Komunikasi Politik Kelompok Radikal Pada Portal Media VOAISLAM.COM Dan ARRAHMAH.COM Perspektif Harold. D Lasswell. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Jisip)*, 11(2), 104–112. <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i2.2496>
- Upadhaya, B., Munir, R., Blount, Y., & Su, S. (2018). Diffusion of Corporate Social Responsibility in the Airline Industry. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(4), 1020–1040. <https://doi.org/10.1108/ijopm-10-2015-0638>
- Yadav, R. S., Dash, S. S., Chakraborty, S., & Kumar, M. (2018). Perceived CSR and Corporate Reputation: The Mediating Role of Employee Trust. *Vikalpa the Journal for Decision Makers*, 43(3), 139–151. <https://doi.org/10.1177/0256090918794823>
- Yao, Q., Li, R. Y. M., Song, L., & Crabbe, M. J. C. (2021). Construction safety knowledge sharing on Twitter: A social network analysis. *Safety Science*, 143, 105411. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ssci.2021.105411>