

**Strategi Komunikasi CSR Samsung untuk Meningkatkan Pendidikan di Indonesia
melalui Program *Samsung Innovation Campus* (SIC)**

Ennita LPS

Paramadina Graduate School of Communication, Universitas Paramadina

ennita139@gmail.com

ABSTRACT

In Indonesia, one of the challenges experienced by the government here is that there are still many unemployed people. According to data from BPS in August 2022, the unemployment rate in Indonesia was mostly from vocational school graduates, namely 9.42%, 8.57% from high school graduates, 4.59% from Diploma I/II/III graduates and graduates from university is 4.8%. This shows that existing job offers can't be absorbed by the existing group of educational graduates. To be part of a good corporate citizen in Indonesia, Samsung through its CSR program focuses on education program. Samsung Innovation Campus (SIC), a program through technology skills training to prepare Indonesia's young generation for the digital era with coding and programming and IoT training for senior high school, and vocational high school students. The program is aiming to equip youth with digital literacy including critical technical skills, and bridging educational divides to give underserved students.

Keywords : *Samsung, CSR, Education, SIC.*

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, salah satu tantangan yang dialami oleh pemerintah adalah masih banyaknya warga yang menganggur di Indonesia. Menurut data dari BPS pada Agustus 2022, tingkat pengangguran di Indonesia paling banyak berasal dari lulusan SMK yaitu sebesar 9,42%, lulusan SMA sebesar 8,57%, lulusan Diploma I/II/III sebesar 4,59% dan lulusan Universitas sebesar 4,8%. Hal ini menunjukkan bahwa penawaran kerja yang ada tidak dapat terserap oleh kelompok lulusan pendidikan yang ada. Untuk menjadi bagian dari warga korporasi yang baik di Indonesia, Samsung melalui program CSR-nya berfokus pada program pendidikan. Samsung dengan program: *Samsung Innovation Campus* (SIC) memberikan pelatihan keterampilan teknologi untuk mempersiapkan generasi muda Indonesia di era digital dengan pelatihan *coding* dan *programming* dan IoT untuk siswa SMA dan SMK. Program ini bertujuan untuk membekali kaum muda dengan keterampilan teknis dan menjembatani kesenjangan pendidikan untuk memberikan kesempatan kerja yang lebih baik.

Kata kunci : *Samsung, CSR, Pendidikan, SIC.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility, bermula dari konsep "sustainability" yang mencakup dua aspek: *economic sustainability*, dan *environmental sustainability* yang diperkenalkan oleh Yohannesberg (2002). Konsep inilah yang dijalankan oleh perusahaan untuk tetap melakukan pertanggung-jawaban secara sosial, yang kemudian muncul sebagai konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Korporasi multinasional di Indonesia sudah banyak yang menerapkan CSR di perusahaannya tersebut, dan bertanggung jawab secara sosial dengan cara melakukan timbal balik ke masyarakat. Salah satu korporasi multinasional yang ada di Indonesia adalah PT. Samsung Electronics Indonesia, yang memiliki beragam program CSR yang telah dijalani

dari tahun ke tahun, seperti: *Samsung Innovation Campus (SIC)*, *Samsung Smart Learning Class (SSLC)*, *Samsung Tech Institute (STI)*, dan lainnya.

Menurut Elkington (dalam Kholis, A, 2020), CSR menitikberatkan dalam tiga faktor yaitu profit, planet, dan people. Hal ini mengindikasikan, perusahaan yang bertanggung jawab tidak hanya memperhatikan profitabilitas ekonomi tetapi juga menjaga lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Brand image yang baik akan terbentuk ketika korporasi multinasional seperti Samsung dapat melaksanakan berbagai program untuk memberi timbal balik kepada masyarakat. Dengan mengangkat program Samsung Innovation Campus (SIC) di jurnal ini, harapannya akan semakin banyak generasi muda Indonesia yang terbantu dengan digitalisasi dan pembekalan coding and programming serta IoT.

Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, rumusan masalah yang diusulkan adalah: bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh PT. Samsung Electronics Indonesia melalui program *Samsung Innovation Campus (SIC)*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ditujukan, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pelaksanaan program CSR di sektor pendidikan yaitu Samsung Innovation Campus (SIC).
2. Menganalisis hasil implementasi program CSR di sektor pendidikan yaitu Samsung Innovation Campus (SIC).

Manfaat Penelitian

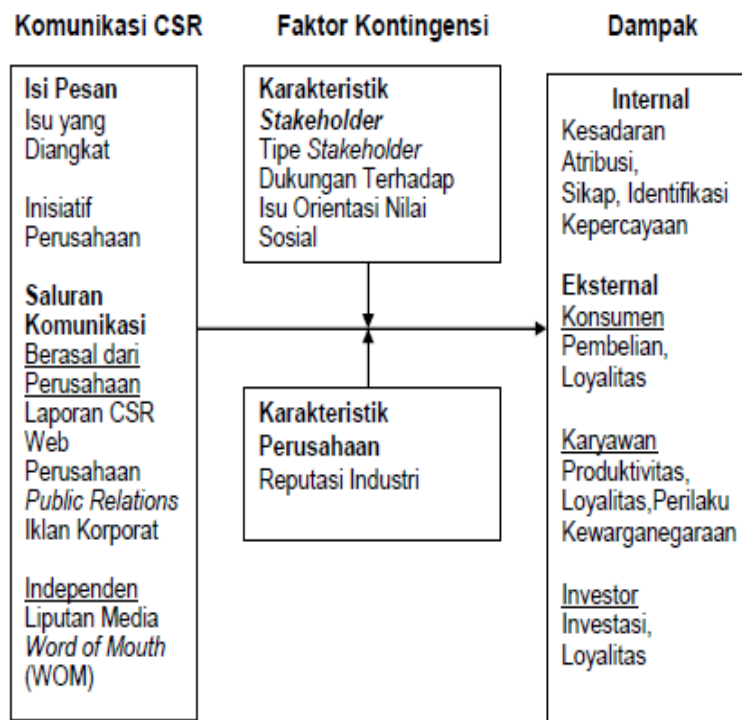
Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis bagi penulis maupun pembaca umum, dan bisa dijadikan bahan referensi bagi semua pihak yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan kegiatan CSR terutama yang berfokus pada dunia pendidikan. Selain itu peneliti berharap dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang kegiatan CSR Samsung di Indonesia.

KAJIAN LITERATUR

Implementasi program CSR dapat dilihat dari langkah-langkah pasti yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial yang melingkupi beberapa kegiatan, salah satunya yaitu pelatihan bagi peserta didik SMA maupun SMK dengan tujuan dapat meningkatkan keterampilan dan kompetensi peserta didik yang telah mengikuti program-program pendidikan PT. Samsung hingga selesai.

1. Teori Komunikasi CSR

Dalam menyebarkan informasi mengenai program-program yang terdapat pada CSR suatu perusahaan, dibutuhkan teori komunikasi yang dapat memaksimalkan suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR nya. Berikut merupakan tabel kerangka kerja dalam teori komunikasi CSR menurut Du, Bhattacharya dan Sen (2010:11).

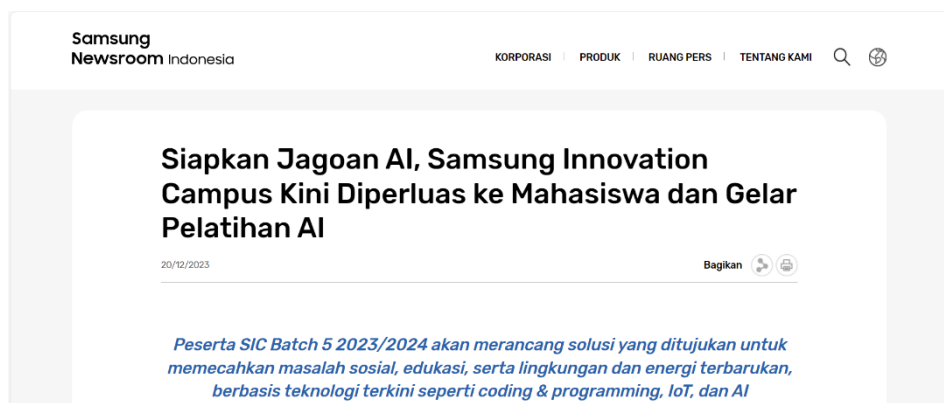


Sumber: Du, Bhattacharya dan Sen (2010:11)

2. Aktivitas Media Relations

Media relations, menurut Lesley (Iriantara, 2005:29), adalah hubungan yang terjadi antara media dan komunikasi untuk melakukan publisitas atau menanggapi kepentingan media terhadap organisasi. *Press Tour*, *Press Release*, dan konferensi pers adalah beberapa contoh aktivitas hubungan media. Pada jurnal ini terlihat hasil kerjasama tim CSR dengan *Public Relations* (PR) untuk membuat *Press Release* seperti Gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1



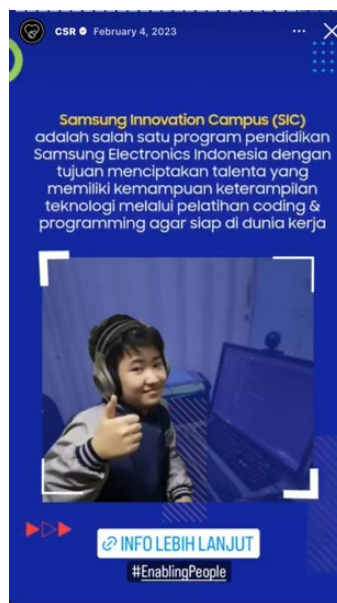
Sumber: Samsung Newsroom (website resmi Samsung Indonesia)

Press Release adalah jenis publisitas media yang banyak digunakan untuk kehumasan karena dapat menyebarkan berita (Ruslan, 2006).

Press Release CSR program SIC dapat diakses melalui link berikut: <https://news.samsung.com/id/siapkan-jagoan-ai-samsung-innovation-campus-kini-diperluas-ke-mahasiswa-dan-gelar-pelatihan-ai>

Selain website, CSR Samsung juga memanfaatkan digital platform lainnya yaitu Instagram. Melalui akun resmi Instagram @samsungindonesia, CSR Samsung menyebarkan berbagai informasi mulai dari informasi pendaftaran hingga pengumuman pemenang. Contoh informasi yang disebarkan melalui Instagram dapat dilihat melalui Gambar 2.2.

Gambar 2.2



Sumber: Instagram @samsungindonesia

3. Peran dan Manfaat *Media Relations*

Frank Jefkins menyebutkan beberapa keuntungan hubungan media sebagai berikut:

- a. Membangun kepercayaan timbal balik berdasarkan prinsip saling menghormati dan menghargai kejujuran dan kepercayaan;
- b. Meningkatkan pemahaman tentang tanggung jawab dan tanggung jawab yang dimiliki media dan organisasi;
- c. Menyediakan informasi yang akurat, jujur, dan dapat dipahami publik.

Namun, tugas hubungan media adalah memberikan informasi kepada publik, memberikan informasi yang mendidik, mengawasi sistem yang ada, dan membangun hubungan yang baik antara media dan bisnis.

4. Model CSR

Menurut Azizul Kholis, 2020, sekurang-kurangnya ada empat model CSR yang sering digunakan yaitu:

- a. Partisipasi Langsung

Dalam model ini, pelaksanaan kegiatan sosial, pemberian sumbangan dana kepada masyarakat, atau kegiatan lainnya dilakukan dengan tidak ada medium perantara. Umumnya, program ini dijalankan oleh pegawai yang telah ditunjuk perusahaan.

b. Menggunakan perantara Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan
Dengan model ini, perusahaan membuat yayasan di bawah naungan perusahaan atau grupnya sendiri. Pendekatan ini dapat dikatakan sebagai adaptasi dari praktik umum yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di negara maju. Umumnya, perusahaan mempersiapkan anggaran awal dan anggaran berkala yang bisa dimanfaatkan dengan berkala untuk aktivitas yayasan tersebut.

c. Berkolaborasi dengan Pihak Lain
Dalam pelaksanaan CSR baik manajemen dana ataupun implementasi kegiatan sosialnya, perusahaan berkolaborasi bersama organisasi sosial/organisasi non-pemerintah, lembaga pemerintah, perguruan tinggi, atau pers.

d. Ikut Serta dalam Suatu Asosiasi
Dengan model ini, perusahaan turut aktif dalam membuat, menjadi anggota, atau menunjang organisasi sosial yang dibentuk dengan misi kemasyarakatan tertentu. Pendekatan ini menekankan pada bantuan dari perusahaan yang sering disebut “hibah pembangunan”. Asosiasi yang diyakini perusahaan-perusahaan tersebut dengan aktif mencari rekan kerjasama dari lembaga operasional, kemudian bersama-sama mengembangkan program-program yang akan dijalankan sebagai bagian dari CSR.

Dalam jurnal ini, penulis menggunakan model ke-tiga yaitu berkolaborasi dengan pihak lain; PR (Public Relation), Media, dan GR (Government Relation).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana penelitian berfokus pada interpretasi suatu fenomena dengan hasil analisis berupa narasi lisan dengan memberikan situasi atau proses yang diteliti. Pengumpulan data yang diambil melalui observasi dan dokumentasi yang berasal dari website dan Instagram resmi dari Samsung dan juga menggunakan sumber terpercaya lainnya.

Ada tiga jenis triangulasi dalam keabsahan data, yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengevaluasi kredibilitas data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu situs web resmi dan akun Instagram Samsung, dan dokumen pendukung lainnya baik dari Samsung maupun sumber lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab tantangan pengangguran berdasarkan survei yang dilakukan Trading Economy, pada tahun 2023, Indonesia menempati peringkat ke-2 pada negara dengan pengangguran tertinggi di Asia Tenggara dengan persentase mencapai 5,45%, dan untuk menjawab kebutuhan talenta digital di Indonesia hingga tahun 2030 dimana menurut laporan World Bank tahun 2016, kebutuhan digital talenta di Indonesia adalah 9 juta orang dalam 15 tahun (2015 – 2030). Artinya setiap tahun dibutuhkan 600 ribu orang dan setiap bulan dibutuhkan sekitar 50 ribu orang yang masih belum bisa terpenuhi hingga kini. Menurut Ekonom Senior INDEFA Aviliani menyebutkan tingkat literasi digital di Indonesia hanya 62%, jumlah paling rendah jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya yang rata-rata mencapai 70%, sementara di Korea sudah mencapai 97%. Menurut Zuniarti dan Siswanto (2013), salah satu langkah meningkatkan SDM yang unggul yaitu melalui sektor pendidikan dengan output hasil lulusannya yang mampu bersaing dengan bangsa lain, dimana tentu saja tidak mudah dilakukan. Bahkan saat ini, mutu pendidikan di Indonesia bisa dikatakan belum baik karena masih mengalami ketertinggalan dibandingkan dengan negara lain baik itu pada pendidikan formal maupun informal. Menurut survei yang dilaksanakan tahun 2022 yang melibatkan 690 ribu siswa dari 81 negara oleh Programme for International Student Assessment (PISA) tentang kecakapan pelajar, Indonesia menduduki urutan ke-68 yang berarti kualitas pendidikan di Indonesia harus ditingkatkan lagi dengan perbaikan kualitas pendidikan, karena pendidikan merupakan elemen penting dalam aspek kehidupan bermasyarakat sekaligus sebagai jaminan bagi kesuksesan suatu bangsa.

Siswa SMA maupun SMK perlu diberikan bimbingan lebih intensif agar memiliki kemampuan keterampilan dan kompetensi yang benar-benar dibutuhkan oleh industri. Dengan tambahan keterampilan untuk bisa beradaptasi dan memiliki kepercayaan diri yang baik untuk memasuki dunia kerja. Dalam dunia kerja permasalahan yang muncul sangatlah kompleks berbeda dengan dunia sekolah. Selain itu, pelatihan softskill anak didik perlu dilakukan karena kematangan emosional berperan penting dalam kesiapan bekerja. Hal ini akan mendukung anak didik untuk tidak mudah menyerah terhadap keadaan. Melihat persoalan tersebut, diperlukan partisipasi aktif dari pihak lain untuk meningkatkan kualitas pendidikan melalui program-program CSR suatu perusahaan. Praktik CSR memang semakin sering diperhatikan, namun belum semua perusahaan menerapkan CSR. Permintaan agar perusahaan menerapkan CSR semakin meningkat, sehingga menimbulkan adanya kemungkinan bahwa CSR akan menjadi kewajiban baru dalam standar bisnis yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan. Hal ini memperjelas akan pentingnya program CSR yang diterapkan perusahaan untuk keberlanjutan bisnis tersebut sesuai dengan yang tertuang pada Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam dua undang-undang tersebut disebutkan bahwa “Setiap pananam modal atau perusahaan yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan”. PT. Samsung Indonesia hadir dengan program CSR yang berfokus pada bidang pendidikan yaitu program Samsung Innovation Campus (SIC). PT.

Samsung adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang elektronik dengan merek dagang “Samsung” dan telah berada di Indonesia lebih dari tigapuluh tahun.

Menurut Departemen Sosial Republik Indonesia (2007) (dalam Kholis, A, 2020), CSR adalah komitmen dan kapabilitas sektor bisnis dalam menunjukkan perhatian, memenuhi tanggung jawab sosial, membangun kerjasama, serta melaksanakan program-program kesejahteraan sosial atau pembangunan masyarakat sebagai bentuk komitmen terhadap kebersamaan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan sekitarnya. Menurut Ernst and Young, sebuah perusahaan dapat mengembangkan sembilan program untuk mendukung kegiatan CSR nya:

1. Program Employee
2. Program Komunitas dan Dunia Lebih Besar
3. Program Lingkungan
4. Program Reporting dan Komunikasi
5. Program Governance atau Code of Conduct
6. Program Engagement Stakeholder
7. Program Supplier
8. Program Customer/Product Stewardship
9. Program Shareholder.

CSR dipandang sebagai investasi untuk masa depan yang memberikan berbagai keuntungan bagi kelangsungan bisnis perusahaan. Menurut Muh Arief dalam Sunaryo 2015, menyebutkan beberapa manfaat jika CSR dapat diimplementasikan perusahaan. Manfaat yang pertama, eksistensi perusahaan dapat meningkat terus-menerus. Selain itu, didapatkannya reputasi perusahaan yang baik dari masyarakat. Kedua, akses terhadap sumber daya kapital menjadi lebih mudah. Ketiga, sumber daya manusia yang berkualitas dapat dipertahankan. Keempat, meningkatnya kemampuan perusahaan dalam membuat dan mengambil keputusan pada perkara yang krusial dan pengelolaan pada manajemen risiko menjadi lebih terstruktur. Implementasi program CSR di suatu perusahaan dapat dilihat dari langkah-langkah pasti yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial yang melingkupi beberapa kegiatan, salah satunya yaitu pelatihan bagi peserta didik SMA, maupun SMK, dengan tujuan dapat meningkatkan keterampilan dan kompetensi peserta didik serta menjadi talenta yang siap di era digital, contohnya yang telah mengikuti program-program CSR yang dilakukan oleh PT. Samsung hingga selesai (Environment Programs, berdasarkan 9 contoh program CSR yang dapat dilakukan oleh sebuah korporasi).

Untuk menjadi bagian dari warga korporasi yang baik di Indonesia, Samsung melalui program CSR-nya berfokus pada pengembangan pendidikan yang sejalan dalam mengatasi salah satu tantangan SDG (Sustainable Development Goals), perusahaan ini memfokuskan untuk mengembangkan edukasi di Indonesia dengan menggunakan keahlian, pengalaman dan pengetahuannya yang unggul di bidang teknologi, dan juga berkolaborasi dengan partner-partner ahli untuk memberdayakan masyarakat yang mandiri dan mencapai kehidupan lebih baik. Samsung Innovation Campus (SIC) adalah salah satu program pendidikan Samsung yang bertujuan untuk membekali generasi muda dengan keterampilan teknologi baru (Coding & Programming dan Internet of Things), yang dapat meningkatkan kemampuan kerja mereka di pasar kerja. Program ini terdiri dari tiga

tahapan: Tahap Pelatihan Guru, Pelatihan Coding dan Inovasi Siswa, Program Bootcamp Pengembangan Produk IoT, dan manfaat tambahan bagi 40 siswa terbaik yang akan menerima beasiswa.

Pencapaian *Samsung Innovation Campus (SIC)*

a. Awal Mula SIC

Sejak digagas pada tahun 2019, program SIC semakin berkembang di setiap Batch nya. Dengan menyoar pada penerima manfaat pada siswa/siswi dari Sekolah Menengah Atas dan yang setara. Bermula dari hanya 4 SMA pada Batch 1, meningkat menjadi 13 SMK pada Batch 2, dan akhirnya menjadi 70 sekolah dari SMA, SMK dan MA pada Batch 3.

b. Perkembangan SIC

Pada SIC Batch 3, sebanyak 3.076 siswa mendaftar program ini, dimana 1.000 siswa dinyatakan lulus seleksi tes logika, didampingi oleh 152 gurunya yang dapat melanjutkan mengikuti program. Terdiri dari 360 siswa MA dan 640 siswa SMK yang terbagi dalam 250 tim, yang masing-masing tim terdiri dari 4 siswa.

c. Model Pembelajaran SIC

Secara keseluruhan program SIC dilakukan selama 9 bulan, memiliki total jam pembelajaran 72 jam untuk pelatihan guru dan 372 jam untuk pelatihan siswa. Pembelajaran dilaksanakan secara virtual dengan menggunakan model *blended-learning* (pembelajaran mentor, *peer learning*, dan pembelajaran mandiri melalui platform pembelajaran online). Program SIC dibagi menjadi beberapa tahap, dimana tahap pertama yaitu pelatihan untuk guru dengan program Guru Inovasi yang memberikan pelatihan inovasi mengenai *UX & Product Workshop* dan *Basic Coding*. Kemudian disusul dengan pelatihan untuk kepada 1.000 siswa yang telah lulus *logic-test* dengan pelatihan *Coding & Innovation* yang berfokus pada *web development* dan pembuatan *prototype*. Dari tahap ini terpilih 100 peserta terbaik yang terdiri dari 30 tim untuk melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu pelatihan *IoT Product Development*. Pada tahap ini para peserta mendapatkan pelatihan intensif atas *UX & Product Workshop*, *Coding & Product Development* untuk dapat mempersiapkan *prototype* yang akan mereka presentasikan untuk masuk ke tahap final dengan 5 tim terbaik dari program SIC. Materi pembelajaran dapat diakses dengan bebas melalui platform LMS (*Learning Management System*) yang berisi rekaman video untuk pelatihan secara streaming, maupun materi lainnya. Program SIC ini ditutup dengan acara puncak yaitu *SIC Project Competition*.

Peran *Samsung Innovation Campus (SIC)*

Pada acara puncak, kelima tim finalis yang lolos ke babak final yang dipilih oleh juri-juri yang kompeten dibidangnya, mempresentasikan karyanya di hadapan para juri yang terdiri dari perwakilan Samsung Indonesia, Kementerian Pendidikan (Kemendikbud), Kementerian Agama, dan partner bisnis Samsung seperti Tokopedia. Finalis terbaik akan mendapatkan kesempatan beasiswa *Job Readiness Coding Bootcamp*, di mana peserta mendapatkan pelatihan coding komprehensif serta bantuan profesional dan penempatan

kerja. Dari 100 siswa terbaik yang terpilih dari pelatihan tahap akhir IoT Product Development, 40 akan menerima beasiswa pelatihan kesiapan kerja. Setelah lulus, mereka akan dipekerjakan di perusahaan mitra partner operasional program.

Dampak Samsung Innovation Campus (SIC) bagi Masyarakat

Data Jumlah Siswa dan Guru per Batch SIC 2019 – 2022

No	Batch	Period	Jumlah Sekolah	Jumlah Siswa	Jumlah Guru
1	Batch 1	2019/2020	4	133	12
2	Batch 2	2020/2021	13	396	27
3	Batch 3	2021/2022	70	1000	152

SUMBER: SAMSUNG EXPERIENCE IN DIVISION AND EDUCATION NEWS

Dari tabel diatas, program SIC dari PT. Samsung sudah mulai dari tahun 2019 sebagai kontribusi perusahaan melalui program CSR dan bertanggung jawab kepada masyarakat di Indonesia yang berfokus pada bidang pendidikan. Semakin banyak jumlah guru dan siswa yang terdaftar dalam program ini, semakin banyak pula generasi muda Indonesia penerima manfaat dalam bidang pendidikan.

Dalam menjalankan program SIC, PT. Samsung menggunakan strategi komunikasi dengan melibatkan kegiatan PR dan Media Relations. Dimana tim PR sangat membantu dalam menyusun strategi komunikasi CSR untuk menentukan inti pesan yang akan disampaikan kepada publik dan cara penyampaiannya. Dari inti pesan yang telah ditentukan tersebut, tim CSR bersama dengan tim PR kemudian merangkum isi berita yang akan disampaikan dalam bentuk siaran pers yang kemudian didistribusikan tidak hanya kepada media, tetapi juga dipublikasikan pada platform resmi Samsung Indonesia yaitu website Newsroom dan Instagram dengan format yang lebih singkat dan informatif. Selain pendistribusian siaran pers juga sering dilakukan kegiatan konperensi pers atau sesi media terbatas dengan target media yang ditentukan.

Untuk mendapatkan liputan yang baik, praktisi PR dari PT. Samsung harus memiliki hubungan yang baik dengan media. Tidak hanya memberikan berita secara regular dan bernilai tinggi, tetapi juga harus dapat membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan media.

KESIMPULAN

Kendala yang dialami oleh pemerintah di Indonesia dalam menghadapi persoalan pendidikan yang disebabkan salah satunya karena terbatasnya sumber daya dan anggaran dana dari pemerintah. Dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut pemerintah dapat dibantu oleh perusahaan dengan adanya program CSR dari korporasi. Program yang telah dilaksanakan oleh PT. Samsung yaitu Samsung Innovation Campus (SIC) merupakan program yang mempunyai tanggung jawab yang besar yang dibantu dengan

strategi PR dan Media Relations. Penerapan program tersebut dapat menciptakan “sustainability” yang melibatkan masyarakat luas terutama generasi muda dengan membantu permasalahan banyaknya jumlah pengangguran di Indonesia melalui pendidikan dengan fokus pada pembelajaran coding dan programming serta IoT.

DAFTAR PUSTAKA

- Anne, L. T. (2005). *Business and Society: Stake Holders, Ethics, Public Policy* (International, 11 ed.): Mc Graw Hill.
- Arni. (2020). Implementasi Kebijakan Program Pendidikan Melalui Dana Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) pada Alokasi Bantuan Pendidikan Dasar Sembilan Tahun Kota Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Fajar, M. (2009). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Karamia Ainis Syafiri. (2021). *AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT ANGKASA PURA I (PERSERO) SURABAYA*.
- Korhonen, J., 2003. On the Ethics of Social Responsibility - Considering the Paradigm of Industrial Metabolism, *Journal of Business Ethics*. 48: 301-315.
- Kotler, P., & Nance, L. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*: John Wiley & Sons Inc.
- Nurul Mukharomah., 2023. *Sampoerna Retail Community Program Corporate Social Responsibility Communication Strategy in Marga Mulya, Bekasi City*.
- Prof.Dr.Ir.Totok Mardikanto, M. (2017). *CSR Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmat Kriyantono. (2015). *Public relations and corporate social responsibility in mandatory approach era in Indonesia*.
- Rudito, B., Famiola, M., 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Edisi 1. Penerbit Rekayasa Bisnis.