



**ANALISIS PROGRAM CSR PT. PLN (PERSERO) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA MASYARAKAT DISABILITAS RUMAH PRODUKSI BATIK CIPRAT YAYASAN PUCUNG MANDIRI SEJAHTERA, DESA PUCUNG, KECAMATAN KISMANTORO, WONOGIRI**

***ANALYSIS OF PT. PLN (PERSERO) CSR PROGRAM ON COMPANY IMAGE IN COMMUNITIES CIPRAT BATIK PRODUCTION HOUSES FOUNDATION PUCUNG MANDIRI SEJAHTERA, PUCUNG VILLAGE, KISMANTORO DISTRICT, WONOGIRI***

Inge Klarita Rosy<sup>1)</sup>, Sri Hartono<sup>2)</sup>, Ida Aryati Dyah<sup>3)</sup>

<sup>1-3</sup>(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UNIBA Surakarta, Indonesia)

Email: [ingeklaritar@gmail.com](mailto:ingeklaritar@gmail.com)

**Abstrak**

Citra sangat penting bagi perusahaan karena didalamnya terdapat kesan yang akan terbentuk pada persepsi masyarakat tentang suatu Perusahaan yang selalu dibangun dan dijaga dengan benar. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui pengaruh dari pemberdayaan, komunikasi, dan kemitraan terhadap citra perusahaan PT.PLN (Persero) pada Masyarakat disabilitas. Penelitian ini menggunakan Pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, dokumentasi, wawancara, dan tinjauan kepustakaan. Data penelitian yang digunakan data primer dari jawaban kuesioner dan data sekunder seperti jurnal. Untuk Uji instrument menggunakan uji validitas dan reabilitas. Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) di pergunakan untuk analisis data. Populasi penelitian ini terdiri dari masyarakat penandang disabilitas yang berada di Yayasan pucung mandiri sejahtera yang berjumlah 50 responden. Teknik sampling sensus digunakan saat pengambilan sampel responden menggunakan semua Masyarakat disabilitas yang terdampak program CSR terdapat pada Yayasan pucung mandiri sejahtera dengan batas usia responden 20-56 tahun. Hasil analisis penelitian dalam Uji F menunjukkan bahwa pemberdayaan, komunikasi, kemitraan berpengaruh secara simultan terhadap citra perusahaan. Hasil analisis uji t menerangkan bahwa variabel pemberdayaan mempunyai dampak yang positif serta signifikan pada citra perusahaan. hasil uji t kedua menyatakan variabel komunikasi mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. hasil uji t ketiga menjelaskan bahwa kemitraan mempunyai dampak yang positif serta signifikan pada citra perusahaan.

**Kata kunci:** Citra Perusahaan; Pemberdayaan; Komunikasi; Kemitraan

**Abstract**

*Image is very important for a company because it contains the impression that will be formed on the public's perception of a company that is always built and maintained properly. So this research aims to. Knowing the influence of empowerment, communication and partnerships on the corporate image of PT. PLN (Persero) in the disabled community. This research uses data collection in the form of observations, questionnaires, documentation, interviews and literature reviews. The research data used is primary data from questionnaire answers and secondary data such as journals. For instrument testing. using validity and reliability tests. Classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination ( $R^2$ ) were used for data analysis. The population of this study consisted of people with disabilities who were at the Pucung Mandiri Sejahtera Foundation, totaling 50 respondents. The census sampling technique was used when sampling respondents using all disabled people affected by the CSR program at the Pucung Mandiri Sejahtera Foundation with the age limit for respondents. 20-56 years. The results of the research analysis in the F Test show that empowerment, communication, partnership simultaneously influence the company's image. The results of the t test analysis show that the empowerment variable has a positive and significant impact on the company's image. The results of the second t test state that the communication variable has a positive and significant impact on the company's image. The results of the third t test explain that partnerships have a positive and significant impact on the company's image.*

**Keywords:** Company image; Empowerment; Communication; Partnership



## PENDAHULUAN

Kesenjangan sosial yang terjadi karena pandangan masyarakat terhadap penyandang disabilitas yang masih dianggap sebelah mata. Penyandang disabilitas dalam melakukan kegiatan kesehariannya mengalami kesulitan secara tidak langsung dalam beraktivitas jika dibandingkan dengan manusia normal. Secara fisik, seorang penyandang disabilitas mengalami kelemahan pada kemampuan menggerakkan tubuhnya secara maksimal atau hanya bagian tubuhnya yang tidak berfungsi lagi. Di setiap aspek kehidupan masyarakat penyandang disabilitas mempunyai kesempatan yang sama. Dalam aspek kehidupan tidak hanya dipengaruhi oleh permasalahan rehabilitasi sosial atau bantuan sosial, akan tetapi menyangkut segala aspek kehidupan yang melekat terhadap hak setiap penyandang disabilitas. Berdasarkan hasil pendataan jumlah penyandang disabilitas di Indonesia mencapai 1.247.730 orang, dengan 166.364 penyandang tuna Netra, 332.728 penyandang disabilitas mental, 249.546 penyandang tuna runtu, dan 499.092 penyandang disabilitas lainnya. (Sulistyoko, 2023).

Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menunjukkan kepedulian dari sebuah perusahaan untuk ikut andil dalam memikirkan dan mengembangkan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Upaya dari Perusahaan dalam program-programnya untuk menaikkan citra Perusahaan di mata public baik dari eksternal maupun internal. Citra sangat penting bagi perusahaan karena didalamnya terdapat kesan yang akan terbentuk pada persepsi masyarakat tentang suatu Perusahaan yang selalu dibangun dan dijaga dengan benar. Mempunyai citra yang baik menjadi alat yang kuat, tidak hanya dalam mempengaruhi konsumen dalam memilih produk atau perusahaan tertentu tetapi juga bisa meningkatkan sikap serta kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan. (Naufaldi & Syarif Hidayatullah, 2019).

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. PLN UP3 Sukoharjo dalam pemberdayaan masyarakat, Salah satu program PLN peduli yang merupakan pengadaan workshop pemberdayaan masyarakat disabilitas dalam produksi batik ciprat yang dinaungi oleh Yayasan pucung mandiri sejahtera. Dengan adanya program pemberdayaan masyarakat disabilitas ini diharapkan mampu mengatasi kesenjangan sosial. program yang berhasil akan memiliki dampak positif yang dapat dirasakan dalam jangka panjang. Tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* memiliki tingkat yang cukup tinggi yang dibuktikan dengan kesadaran perusahaan bahwa program-program *Corporate Social Responsibility* harus mampu memberdayakan masyarakat dan mendorong kemandirian masyarakat. (Erlistyarini, 2022).

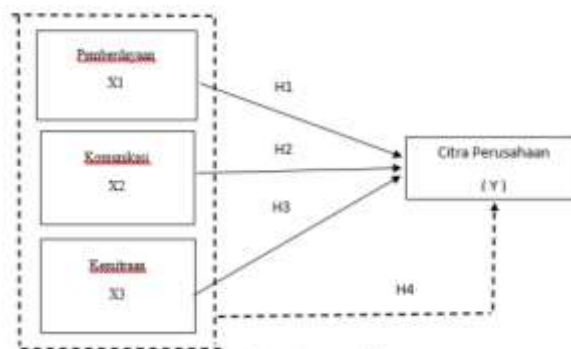
Demi memastikan bahwa program CSR telah mencapai hasil yang maksimal, komunikasi yang efektif memiliki peran yang sangat penting. komunikasi yang transparan dan terbuka memungkinkan Masyarakat dan stakeholder terlibat secara aktif dalam program CSR, sehingga menciptakan meningkatnya kepercayaan dan mengurangi konflik. Seiring dengan semakin besarnya nama Perusahaan, maka pengaruhnya akan semakin besar pula. Melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PLN (Persero) . karena terlibat dalam Masyarakat dan merasakan menjadi bagian dari perusahaan, perusahaan akan menggunakan pemasaran yang tidak langsung untuk berkomunikasi dengan public secara langsung. Yang diharapkan konsumen dari perusahaan untuk melakukan lebih banyak hal sosial. Keinginan Masyarakat terhadap program apa saja yang sedang dilakukan oleh perusahaan. komunikasi menjadi suatu kegiatan sosial yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan, mendorong perilaku, dan membuatnya lebih terlibat dengan program perusahaan. (Arum & Susanto, 2022).

Kemitraan PT. PLN dengan Yayasan pucung mandiri Sejahtera menunjukkan kerja sama yang baik dalam meningkatkan kualitas hidup Masyarakat sekitar. Seiring

berkembangnya kegiatan yang ada di Yayasan pucung mandiri baik dalam segi produksi maupun pemasaran memunculkan beberapa permasalahan. Salah satu permasalahan yang di hadapi yaitu dalam proses produksi masih belum bisa untuk memenuhi semua pesanan dalam skala yang besar dengan tepat waktu dikarenakan lokasi produksi terlalu sempit dan fasilitas yang kurang memadai. sehingga dibutuhkannya kemitraan dengan berbagai pihak dan kalangan. kemitraan termasuk sebuah rencana dalam berbisnis yang mana dua pihak atau lebih terlibat dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai suatu kepentingan dan manfaat bersama. (Naufalhadi, et.al, 2019).

Observasi yang dilakukan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh antara pemberdayaan, komunikasi dan kemitraan terhadap citra perusahaan pada Masyarakat disabilitas dalam Yayasan pucung mandiri sejahtera. Dalam mencapai tujuan tersebut maka diperlukan sebuah bentuk kerangka penelitian yang mampu mencakup semua aspek yang bersangkutan. Kerangka pemikiran ini penting dalam penelitian jika terdapat dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2021). Tujuan dari kerangka penelitian ini untuk menunjukkan arah penelitian agar dapat berjalan pada ruang lingkup dan arah pembahasann yang jelas seperti telah ditetapkan oleh peneliti.

**Gambar 1 Kerangka Penelitian**



Keterangan :

$X_1, X_2, X_3$  : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

—————> : Pengaruh tiap variabel

- - - - -> : Pengaruh simultan

## METODOLOGI

Metode studi kepustakaan dan kuesioner digunakan dalam pengumpulan sampel. Data yang digunakan merupakan data primer terdapat pada jawaban dalam kuesioner. Sedangkan data sekunder dipakai dalam menambah informasi yang biasanya bersumber pada referensi seperti jurnal dan lain-lain. Analisis data dalam pengujian ini menggunakan uji asumsi klasik analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Populasi dalam penelitian ini merupakan Masyarakat disabilitas yang ada pada Yayasan pucung mandiri Sejahtera sebanyak 50 responden. menggunakan metode Teknik sensus saat pengambilan sampel pada observasi kali ini. Semua anggota populasi berusia 20-56 tahun diambil sebagai sampel menggunakan metode ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 1. Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual	Keterangan
N	50	Data berdistribusi normal
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,80	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	

Sumber : data diolah tahun 2023

Berdasarkan dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov diatas menyatakan bahwa *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Membuktikan bahwa distribusi data yang normal untuk persamaan model regresi penelitian ini.

#### Uji Multikolineritas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolineritas**

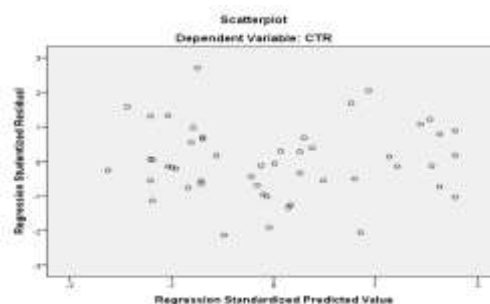
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pemberdayaan	0,481	2.077	Bebas multikolineritas
Komunikasi	0,696	1.436	Bebas multikolineritas
kemitraan	0,474	2.109	Bebas multikolineritas

Sumber : data diolah tahun 2023

Melihat dari tabel diatas tidak ada gejala multikolineritas dikarenakan semua variabel independent mempunyai nilai toleransi  $> 0,1$  sedangkan nilai VIF  $< 10$ .

#### Uji Heterokedastisitas

**Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas**



Melihat gambar 2 Scatterplot diatas bahwa model regresi ini tidak memiliki heterokedastisitas. titik-titik tersebut tesebar secara acak dan tersebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.



## Regresi Linear Berganda

**Tabel 3. Hasil Uji regresi Linear berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficient B
Constant	4,427
Pemberdayaan	0,277
Komunikasi	0,205
Kemitraan	0,299

Sumber : Data Penelitian diolah 2023

$$Y = 4,427 + 0,277X_1 + 0,205X_2 + 0,299X_3 + e$$

Keterangan :

Model regresi diatas menunjukkan bahwa nilai nilai konstanta (a)= 4,427 apabila variabel pemberdayaan, komunikasi, kemitraan dianggap constant apabila signifikansi sama dengan nol, maka variabel citra perusahaan menunjukkan hasil positif

Variabel pemberdayaan mengalami kenaikan, lalu pada variabel komunikasi dan kemitraan dapat diasumsikan dalam satu satuan tetap, sehingga nilai dari citra perusahaan akan meningkat senilai 0,277 dan menunjukkan efek yang positif.

Variabel komunikasi mengalami kenaikan, lalu pada variabel pemberdayaan dan kemitraan dapat diasumsikan dalam satu satuan tetap, sehingga nilai citra perusahaan akan meningkat senilai 0,205 dan menunjukkan efek yang positif.

Variabel kemitraan mengalami kenaikan, lalu pada variabel pemberdayaan dan komunikasi dapat diasumsikan dalam satu satuan tetap, sehingga nilai citra perusahaan akan meningkat senilai 0,299 dan memberikan efek yang positif.

## Uji Hipotesis

### Koefisien determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. Hasil Koefisien determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,783	0,614	0,588	0,988

Sumber : Data penelitian diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada pemberdayaan, komunikasi, dan kemitraan memberikan kontribusi sebesar 58% terhadap citra perusahaan, dan faktor lainnya memberikan kontribusi sebesar 42%. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,588 mendukung kesimpulan tersebut. Studi ini tidak mencakup topik-topik berikut: kesehatan, pendidikan, pelatihan, dan perlindungan lingkungan.

### 1. Uji F

**Tabel 5. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	71,373	3	23,791	24,349	0,000

Sumber : Data penelitian diolah 2023

Berdasarkan data yang diperoleh nilai F hitung sebesar 24,349, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}(24,349 > 2,81)$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Pemberdayaan, komunikasi, dan kemitraan mempunyai dampak yang simultan dan besar terhadap citra perusahaan di kalangan penyandang disabilitas karena  $H_a$  diterima secara umum. Fasilitas Produksi Batik Ciprat Yayasan Pucung Mandiri Sejahtera yang berlokasi di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, Wonogiri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irawan & Azis, 2022), (Sari et al., 2020), (Mardhatillah & Azis, 2018) yang menyatakan bahwa secara simultan pemberdayaan, komunikasi, kemitraan berpengaruh secara signifikan bersama-sama terhadap citra perusahaan.

### Uji t

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Variabel	Hasil t	Sig.
Pemberdayaan	2,706	0,010
Komunikasi	2,184	0,034
Kemitraan	2,407	0,020

Sumber : Data penelitian diolah 2023

Hasil Uji t menunjukkan Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} (2,706 > 2,0129)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. dapat diasumsikan terdapat dampak positif dan signifikansi pemberdayaan terhadap citra perusahaan pada Masyarakat disabilitas Rumah produksi batik ciprat Yayasan pucung mandiri sejahtera, Desa Pucung, kec. Kismantoro, Wonogiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Noor et.al, 2020), (Qonaah, 2018), (Aziz dan Irawan, 2022) dan (Erlistyarini, 2022) bahwa pemberdayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Pemberdayaan merupakan suatu hal yang mempengaruhi sebuah citra perusahaan, bahwa program pemberdayaan yang telah berjalan dan memberikan banyak dampak positif kepada pihak Yayasan dan Masyarakat sekitar. Salah satu program yang telah berjalan berupa pelatihan dalam pembuatan produk turunan berupa tas dan dompet dengan berbahan kombinasi kain dan kulit sintesis.

Mengingat nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} (2,184 > 2,0129)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui. Menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan pada masyarakat penyandang disabilitas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh komunikasi. Fasilitas Pembuatan Batik Yayasan Pucung Mandiri Sejahtera yang berlokasi di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, Wonogiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari et al., 2020), (Arum dan Susanto, 2022), (Karballa dan Sarwoprasodjo, 2018), (Sartika dan Rachmat, 2023), (Ettinger et al., 2021) bahwa komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Komunikasi yang efektif menjadi point penting dalam menunjang peningkatan citra sebuah perusahaan, membangun persepsi yang positif di kalangan para pemangku kepentingan. Komunikasi yang transparan menciptakan kepercayaan diantara para pemangku kepentingan, Ketika perusahaan memberikan informasi terkait program CSR secara terbuka dan jujur, hal ini membantu dalam menghindari ketidakpastian dan mengurangi kekhawatiran yang akan terjadi. Dalam variabel komunikasi menjadi pengaruh yang rendah terhadap citra perusahaan dibanding ke dua variabel lain, dikarenakan dalam penyampaian program dari PT.PLN(Persero) mengalami hambatan yang informasinya tidak bisa langsung diterima oleh



anggota Yayasan yang disabilitas khususnya Tuna rungu, Tuna wicara, dan disabilitas mental maka diperlukan adanya pendampingan khusus.

Mengingat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,407 > 2,0129$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui. Menyimpulkan bahwa kemitraan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap persepsi yang dimiliki perusahaan pada masyarakat penyandang disabilitas Rumah produksi batik ciprat Yayasan pucung mandiri sejahtera, Desa Pucung, kec. Kismantoro, Wonogiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mardhatillah dan Aziz, 2018), (Naufaldi et al., 2019), (Khuong, et al., 2021), (Risqi, 2022) bahwa kemitraan yang dilakukan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Keberhasilan Tingkat kemitraan memiliki peran yang signifikan dalam peningkatan citra perusahaan, kemitraan dengan Yayasan dapat meningkatkan citra perusahaan melalui hubungan positif yang terbangun, memperkuat efektivitas inisiatif sosial perusahaan. Melalui Kemitraan perusahaan dapat memberikan akses sumberdaya dan keterampilan tambahan. Program kemitraan yang didasari pada prinsip-prinsip keberlanjutan dapat menciptakan nilai jangka Panjang dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Program kemitraan yang dikelola dengan baik dapat menjadi instrument yang kuat dalam Upaya perusahaan untuk meningkatkan citra positif pada masyarakat.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Citra perusahaan terdampak positif dan signifikan oleh Pemberdayaan, komunikasi, dan kemitraan pada Masyarakat disabilitas rumah produksi batik ciprat Yayasan pucung mandiri sejahtera, desa pucung, kecamatan kismantoro, wonogiri. Dengan adanya beberapa program pemberdayaan yang telah berjalan dan masih berlanjut memberikan dampak yang positif pada citra perusahaan. Melalui pola Kemitraan perusahaan dapat memberikan akses sumberdaya dan keterampilan tambahan kepada masyarakat penyandang disabilitas sehingga sehingga memberikan dampak positif. Komunikasi memberikan dampak positif yang lebih rendah daripada faktor pemberdayaan dan kemitraan yang dikarenakan masih diperlukan pendampingan khusus dalam penyampaian informasi.

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran teoritis untuk penelitian tambahan memperluas penelitian ini dengan memanfaatkan beberapa variabel independen tambahan selain pemberdayaan, komunikasi, dan kemitraan yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, karena masih terdapat pengaruh sebesar 42% dari variabel luar, seperti: perlindungan lingkungan, Pendidikan, pelatihan, Kesehatan dan lain-lain. Secara praktis Diharapkan bagi PT.PLN (Persero) UP3 Sukoharjo, kedepannya menjaga dan meningkatkan program pemberdayaan, komunikasi, kemitraan yang sudah berjalan. bagi Yayasan pucung mandiri sejahtera kedepannya memanfaatkan program yang ada untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk batik ciprat dan selalu menjaga komunikasi dan pola kemitraan untuk kemajuan Yayasan pucung mandiri sejahtera. Bagi peneliti yang lain bahwa variabel citra perusahaan dapat dipergunakan untuk meneliti perbankan, atau perusahaan yang lain karena dapat meningkatkan kemajuan suatu obyek yang diteliti.

#### **REFERENSI**

Arum, M. P., & Susanto, I. (2022). PERAN ASPEK KOMUNIKASI PADA PROGRAM CORPORATE VOLUNTEERING TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(6), 1255. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i06.p10>



- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. PT. Citra Aditia Bakti.
- Erlistyarini, yulinda. (2022). Implementation of The Corporate Social Responsibility Program of PT. Adaro Indonesia as a Community Empowerment Effort. *Management*, 1–8.
- Ettinger, A., Grabner-Kräuter, S., Okazaki, S., & Terlutter, R. (2021). The Desirability of CSR Communication versus Greenhushing in the Hospitality Industry: The Customers' Perspective. *Journal of Travel Research*, 60(3), 618–638. <https://doi.org/10.1177/0047287520930087>
- Fatmawati, E., Ruliana, P., Ernungtyas, N., & Irwansyah, I. (2020, January 15). *Corporate Communication Management Through The Corporate Social Responsibility Program In Developing Image And Reputation Of The Company*. <https://doi.org/10.4108/eai.9-10-2019.2291073>
- Fitriadi, S. (2020). *Corporate Social Responsibility, Social and Community Development Program as the Implementation of Gcg at PT PLN (Persero)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jafm.v1i1>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, B. I., & Azis, E. (2022). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility “Bring Back Our Bottle” Terhadap Citra Perusahaan The Body Shop (Survey pada Konsumen The Body Shop). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2228>
- Karballa, F. Z., & Sarwoprasodjo, S. (2019). Hubungan Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility dengan Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 2(6), 773–782. <https://doi.org/10.29244/jskpm.2.6.773-782>
- Khuong, M. N., Truong an, N. K., & Thanh Hang, T. T. (2021). Stakeholders and Corporate Social Responsibility (CSR) programme as key sustainable development strategies to promote corporate reputation—evidence from vietnam. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1917333>
- Sari, A. K., Sugiarto, M., & Budiarto. (2020). *Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-44 UNS Tahun 2020 “Strategi Ketahanan Pangan Masa New Normal Covid-19” Pengaruh Program Komunikasi melalui Edukasi Pertanian Guna Membangun Citra Perusahaan*. 4(1).
- Mardhatillah, I., & Azis, E. (2018). *ANALISIS PENGARUH PROGRAM CSR TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Studi Kasus Program Kemitraan PT Telkom Witel Padang Tahun 2016)*.
- Naufaldi, L., & Syarief Hidayatullah, D. (2019). *PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MELALUI POLA KEMITRAAN MASYARAKAT TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT TRI-WALL INDONESIA DI KAMPUNG CIBUNGUR DESA NAGASARI, KECAMATAN SERANG BARU, KABUPATEN BEKASI*.
- Noor rifadin, Tandirerung, Y. T., & Hasanah, A. A. P. (2020). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT PUPUK KALTIM. *Eksis*, 16.
- Oscar, B., & Gianina, M. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONCIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN JNE CABANG UTAMA PURWAKARTA. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1).





- Qonaah, S. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “PLN PEDULI.” *Komunikasi*, 9, 46–52. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Rahmatullah, & Inanna. (2023). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIFABEL MELALUI PENDEKATAN SOSIAL ENTREPRENEURSHIP* (Tahta Media, Ed.). CV TAHTA MEDIA GROUP.
- Risqi, K. F., Warnaen, A., & Prasetyo, H. (2021). Strategi Pemberdayaan Kelompok Ternak melalui Progam Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Petrokimia Gresik Strategy Empowerment Group Cattle through Progam Partnership and Build Environment PT Petrokimia Gresik. In | *Jurnal Agriekstensia* (Vol. 20, Issue 2).
- Rizky, D., Nurjanah, P. :, Konsentrasi, M. S., Masyarakat-Jurusan, H., & Komunikasi, I. (2019). PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PT.PLN (PERSERO) AREA PEKANBARU BAGI MASYARAKAT KECAMATAN LIMAPULUH KOTA PEKANBARU. In *JOM FISIP* (Vol. 6).
- Rosady ruslan, S. M. (2016). *manajemen public relations & media komunikasi* (R. Ruslan, Ed.; Cetakan ke-13). Rajawali Pers.
- Sartika, & Ikbal Rachmat. (2023). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. TELKOMSEL TBK Sartika, Ikbal Rachmat. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3. <http://sosains.greenvest.co.id>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyoko, A. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KAUM DISABILITAS DALAM PEMILU DI INDONESIA. *Journal of Law and Nation (JOLN)*, 2(1), 40–49