

## TOPIK UTAMA

### **PENGARUH EFEKTIVITAS PROGRAM CSR DESA WISATA BUAH DIWAK TERHADAP CITRA PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL. TBK**

**Ega Karisma Bumi Latu Nagari dan Bambang Supartoko**

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta &  
Public Relations PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk

Email: [latunagari@gmail.com](mailto:latunagari@gmail.com), [bsupartoko@yahoo.com](mailto:bsupartoko@yahoo.com)

#### **ABSTRACT**

*Sebagai organisasi bisnis yang hidup berdampingan dengan masyarakat, maka sebuah perusahaan perlu menjalankan konsep triple bottom line (Profit, Planet, People). Program CSR berbasis Community Development merupakan salah satu saluran komunikasi antara perusahaan dengan lingkungan. Sehingga, diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekaligus menciptakan citra positif perusahaan di mata stakeholder. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas program CSR Desa Wisata Buah Diwak terhadap citra PT Industri Jamu Dan Farmasi. Tbk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada kelompok tani. Melalui hasil olah data, diketahui bahwa nilai R square sebesar 0.101 dan nilai signifikansi sebesar 1.130. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara efektivitas program CSR dengan citra perusahaan belum maksimal. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena program CSR baru berjalan selama 3 tahun. Padahal hasil dan manfaat dari program CSR baru dapat dirasakan secara langsung oleh kelompok tani minimal dalam jangka waktu 5 tahun.*

Keywords: corporate social responsibility, community development, citra perusahaan

#### **PENDAHULUAN**

Berkembangnya sebuah industri tentu saja juga meningkatkan aktivitas produksi sebuah perusahaan. Maka dari itu, perusahaan yang hidup berdampingan dengan masyarakat memiliki dampak langsung bagi lingkungan sekitar. Dengan demikian, sebuah organisasi bisnis tidak boleh hanya berorientasi pada profit semata. Banyak aspek lain yang perlu menjadi pertimbangan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka.

(Elkington, 1998) mengungkapkan konsep *triple bottom line* yaitu *profit, planet,*

*& people* yang menyatakan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan yang besar (*Profit*). Akan tetapi juga memiliki kepedulian pada kelestarian lingkungan (*Planet*) dan juga kesejahteraan bagi masyarakat melalui aktivitas pemberdayaan (*People*).

Di samping pertimbangan teoritis, wujud tanggung jawab perusahaan melalui lingkungan juga memiliki dasar legal. Pemerintah Indonesia melalui UU RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa,

Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang lain yang berkaitan, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Apabila perusahaan melanggar pasal tersebut maka akan diberikan sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Hal itulah yang menjadi pertimbangan bagi PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk dalam melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Memiliki visi untuk menjadi perusahaan farmasi, obat tradisional, makanan minuman kesehatan, kosmetik dan pengolahan bahan baku herbal yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, menjadikan perusahaan harus mensinergikan antara aktivitas produksi dengan tanggung jawab mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Salah satunya dengan membuat program CSR berbasis *community development*.

Program *community development* dilakukan di beberapa titik lokasi, seperti Desa Wisata Buah di Desa Bergas Kidul dan Diwak Semarang, Desa Wisata Buah dan Rempah yang berlokasi di Wonogiri, serta Desa Inspirasi Padi yang berlokasi di Sukoharjo dan Semarang. Pada penelitian kali ini difokuskan pada program CSR Desa Wisata Buah Durian

dan Pemandian Air Panas yang berada di Desa Diwak, Semarang. Desa Diwak merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan yang berada di dalam *Ring 1*. Desa Diwak berlokasi persis di belakang Pabrik utama PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk yang terletak di Klepu, Kecamatan Bergas, Ungaran, Jawa Tengah.

Maka dari itu, program CSR Desa Wisata Buah menjadi salah satu saluran komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat Desa Diwak. Disamping itu, program CSR juga menjadi sarana bagi perusahaan untuk menciptakan citra positif di mata publiknya. Hal ini dikarenakan citra perusahaan didapatkan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan oleh *stakeholder* mengenai program-program yang dilakukan oleh perusahaan (Surbakti, 2014: 1).

Maka dari itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Efektivitas Program CSR Desa Wisata Buah Diwak terhadap Citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk". Pada akhirnya penelitian ini mampu menjadi salah satu *output* pelaporan program CSR bagi tim *community development* perusahaan. Serta menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk dapat memperbaiki mutu komunikasi dalam rangka

mencapai keberhasilan program Desa Wisata Buah sekaligus menciptakan citra positif di benak publik.

### Rumusan Masalah

“Adakah pengaruh efektivitas Program CSR Desa Wisata Buah Diwak terhadap citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk?”

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga menggunakan paradigma positivisme. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif eksplanatif dengan tujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjawab hubungan antar variabel, serta hipotesis dari penelitian ini.

Objek penelitian ini adalah Program CSR Desa Wisata Buah PT Jamu dan Farmasi Sido Muncul. Tbk yang berlokasi di Desa Diwak. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah Kelompok Tani Desa Diwak yang berjumlah 24 orang. Menurut (Singarimbun, 1995: 152) dalam (Arifin, 2012: 55), populasi adalah keseluruhan jumlah unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga.

Metode penelitian data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Arifin, 2012: 58). Metode pengumpulan data yang digunakan

adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada Kelompok Tani Desa Diwak.

Analisis data kuantitatif dilakukan ketika semua data di dalam kuesioner telah terkumpul. Kemudian melakukan penomoran soal dan memasukkan data dan mengolahnya ke dalam SPSS.

#### a. Uji validitas

Validitas merupakan ukuran ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Arifin, 2012: 62). Dalam penelitian ini alat ukur yang dimaksud adalah kuesioner.

#### Uji validitas variabel X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	24	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	24	100.0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Uji validitas variabel Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	24	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	24	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan tabel hasil olah data melalui SPSS, dapat dinyatakan bahwa kuesioner 100% valid. Sehingga kuesioner memiliki ketepatan dalam melakukan fungsi ukur.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran keterpercayaan suatu alat ukur dalam

menjalankan fungsi ukurnya (Arifin, 2012: 62). Pada penelitian ini, uji reliabilitas terhadap kuesioner dilakukan dengan melihat konsistensi atau kestabilan jawaban yang diberikan responden. Pada program SPSS, pengujian dilakukan dengan metode Cronbach Alpha, kuesioner akan dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.619	16

Dari hasil uji reliabilitas tersebut didapatkan kesimpulan bahwa variabel X reliable karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.60 yaitu sebesar 0.619. Sedangkan variabel Y kurang reliabel karena kurang dari 0.60 yaitu sebesar 0.485

### KERANGKA TEORITIK

#### *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Secara singkat CSR dimaknai sebagai hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* mereka. Pengertian lain yang lebih luas, CSR berfokus pada apa yang seharusnya terjadi di antara hubungan perusahaan, pemerintah dan masyarakat. Sedangkan pengertian lain yang lebih sempit menyatakan

Uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.485	16

bahwa, CSR berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat lokal dimana perusahaan tersebut beroperasi (Crowther dan Aras, 2008: 10-11).

Menurut EU Commission 2002 dalam (Crowther dan Aras, 2008: 11). menyatakan bahwa: "*CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*". Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan sebuah konsep yang digunakan perusahaan untuk membangun hubungan dengan *stakeholder* mereka, khususnya dengan mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan dimana

perusahaan beroperasi dengan berlandaskan prinsip sukarela.

Menurut (Rahman, 2009: 13-14) dalam (Surbakti, 2014: 17-18) program *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki sejumlah unsur, antara lain:

a. *Continuity dan Sustainability*  
(Berkesinambungan dan Berkelanjutan)

CSR perusahaan memiliki sifat *long term perspective* sehingga program bertujuan untuk memberikan dampak jangka panjang. Biasanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, mendapat perlakuan yang adil serta bertindak ramah pada lingkungan sekitar. Sehingga, program CSR tidak bersifat *happening, booming dan instant*.

b. *Community Empowerment*  
(Pemberdayaan Komunitas)

Berbeda dengan program *charity* atau *philanthropy*, pemberdayaan komunitas merupakan salah satu program CSR yang memiliki tingkatan paling tinggi. Dimana keberhasilan suatu program diukur dari tingkat kemandirian pada komunitas jika dibandingkan dengan sebelum dilaksanakan program CSR.

c. *Two ways*

Program CSR bersifat terbuka dan dua arah, maksudnya aspirasi tidak hanya

berasal dari perusahaan tetapi juga dari komunitas. Sehingga perusahaan dapat mengetahui secara langsung apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh komunitas.

### ***Community Development***

Komunitas dapat disimpulkan sebagai kumpulan individu yang mendiami suatu tempat (*community of place*) atau kumpulan individu dengan minat yang sama atau mengikat, baik dalam jarak dekat atau pun terpisah (*community of interests*). Sedangkan, *Community development* didefinisikan sebagai proses untuk mengajari orang mengenai bagaimana bekerja bersama-sama untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Sehingga, tidak hanya berkaitan dengan aksi, hasil, *outcome*, pengambilan keputusan dan pengembangan program, tetapi juga untuk mengubah tingkat ekonomi, sosial, budaya dan situasi lingkungan mereka (Phillips dan Pittman, 2009: 5-6).

### **Citra Perusahaan**

Citra merujuk pada bagaimana para pemangku kepentingan perusahaan memahami dan menginterpretasikan cara-cara perusahaan dalam memanifestasikan dirinya. Citra berkaitan dengan pengalaman, kepercayaan, perasaan, pengetahuan, asosiasi, serta kesan

yang dimiliki pemangku kepentingan terhadap perusahaan (Melewar, 2008: 11). Menurut Shirley Harrison 1995 dalam (Surbakti, 2014: 9) menyatakan bahwa terdapat 4 elemen yang dapat membangun citra perusahaan:

#### 1. *Corporate Identity*

Corporate identity adalah seperangkat makna dimana sebuah perusahaan memungkinkan dirinya untuk dikenal dan memungkinkan orang untuk menggambarkan, mengingat dan menghubungkannya (Melewar, 2008: 9). *Corporate identity* memiliki 3 unsur pembentuk (Riel dan Fombrun, 2007: 68):

- a. *Communication*, merupakan cara perusahaan mengungkapkan identitasnya melalui pesan verbal
- b. *Behavior*, merupakan cara perusahaan dalam mengungkapkan identitasnya melalui perilaku atau tindakan
- c. *Symbolism*, merupakan cara perusahaan mengungkapkan identitasnya melalui penggunaan simbol visual dan simbol yang terdengar. Sebagai contoh logo, tanda, *tagline* dan ekspresi visual lainnya.

#### Reputasi

2. Merupakan persepsi dari sebuah organisasi yang dibangun dengan memerlukan waktu. Sehingga membutuhkan konsistensi dan

pemeliharaan dalam jangka waktu yang lebih lama. Reputasi inilah yang memberikan kekhasan dan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan. Maka dari itu proses interaksi dan evaluasi menjadi pembentuk reputasi perusahaan (Melewar, 2008: 13).

#### 3. Value

Merupakan nilai-nilai yang dimiliki dan dianut oleh perusahaan (Surbakti, 2014: 15). Sehingga nilai perusahaan berkaitan dengan bagaimana budaya yang dibangun oleh perusahaan dalam berhubungan dengan pemangku kepentingan.

#### 4. Personality

Merupakan karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan dan dipahami oleh publik sasaran. Dalam hal ini dapat digambarkan bagaimana perusahaan dapat dipercaya dan bertanggung jawab kepada publik (Surbakti, 2014: 16).

### KERANGKA KONSEP

#### Program CSR PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk

Berdasarkan data yang diperoleh melalui dokumen perusahaan diketahui bahwa PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk memiliki berbagai macam bentuk CSR, yang pelaksanaannya dilakukan untuk tujuan kesejahteraan dan pembangunan lingkungan.

Terdapat beberapa kategori CSR yang dijalankan oleh perusahaan, antara lain:

- a. Program karitatif (*charity*)  
Merupakan program yang tidak direncanakan dan disesuaikan dengan keadaan tertentu, seperti bantuan bencana alam.
- b. Program infrastruktur  
Merupakan program yang dilaksanakan untuk memperbaiki sarana prasarana umum. Sebagai contoh bantuan pembangunan jalan dan air bersih.
- c. Program peningkatan kapasitas (*capacity building*)  
Merupakan proses untuk melakukan sesuatu atau serangkaian gerakan dalam rangka memperkuat kemampuan dan pengetahuan individu atau organisasi.
- d. Program Pemberdayaan Masyarakat (*empowerment*)  
Merupakan program yang bertujuan untuk menguatkan kemampuan masyarakat. Sebagai contoh Desa Wisata Buah dan Rempah, Desa Inspirasi Padi, operasi bibir sumbing, program mudik gratis dan pemberian makanan tambahan untuk posyandu.

Efektivitas CSR:

1. *Continuity dan Sustainability*  
(Berkesinambungan dan Berkelanjutan)

Program CSR Desa Wisata Buah PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk memiliki dampak jangka panjang pada Desa Diwak. Sehingga, mampu meningkatkan kualitas hidup kelompok tani dan ramah pada lingkungan.

## 2. *Community Empowerment* (Pemberdayaan Komunitas)

Program CSR Desa Wisata Buah PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk bertujuan untuk memberdayakan kelompok tani agar menjadi kelompok yang mandiri.

## 3. *Two ways*

Program CSR Desa Wisata Buah PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk bersifat terbuka dan mempertimbangkan aspirasi kelompok tani Desa Diwak.

## Citra Perusahaan

Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman publik mengenai sebuah perusahaan. Pengetahuan dan pengalaman diperoleh kelompok tani melalui program CSR yang dijalankan oleh PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk.

### 1. *Corporate Identity*

PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul.

Tbk berkeinginan untuk menunjukkan bahwa perusahaan peduli pada lingkungan dan kesejahteraan masyarakat melalui program CSR

2. Reputasi

PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk berkeinginan untuk menunjukkan rasa tanggung jawab dan bersungguh-sungguh dalam menjalankan program CSR.

3. Value

PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk berkeinginan untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki budaya komunikasi yang baik kepada kelompok tani.

4. Personality

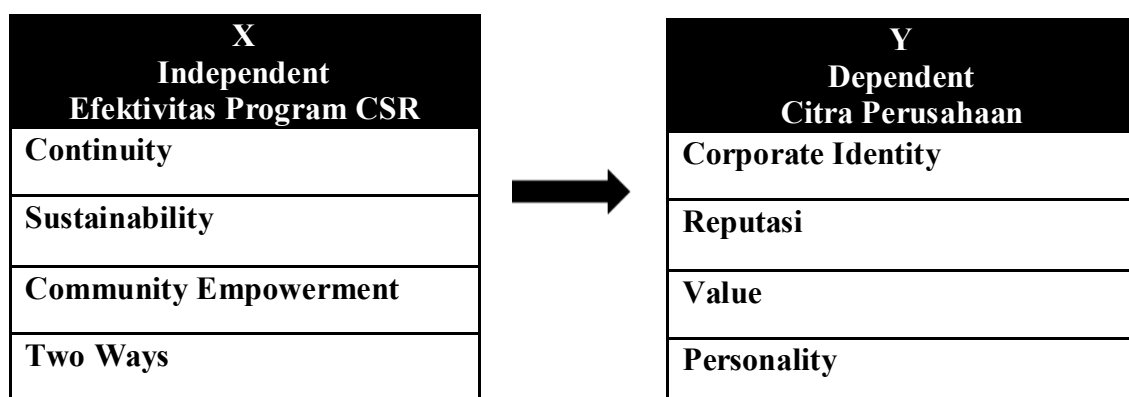
PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk berkeinginan untuk menunjukkan bahwa CSR perusahaan memiliki keunggulan tersendiri.

## Desa Wisata Buah Desa Diwak

Desa Wisata Buah di Desa Diwak sendiri dirancang untuk dijadikan tempat wisata pemandian air panas dan juga kebun durian. Komoditas buah dipilih dan dijadikan ikon desa bukan sekedar *branding* yang menarik publik. Melainkan memiliki potensi besar di dalam menggerakkan perekonomian masyarakat.

Sehingga tujuan diselenggarakannya Program Desa Wisata Buah antara lain untuk memberikan kontribusi kepada lingkungan perusahaan dalam bentuk kegiatan bisnis, menciptakan usaha baru dan membuka lapangan pekerjaan di lingkungan pabrik, memperkuat diseminasi kawasan wisata pabrik Sido Muncul dan sekitarnya, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sekitar kawasan pabrik

### Hubungan Antar Variabel





## HIPOTESIS

Hipotesis Alternatif (Ha)

1. Ada pengaruh antara efektivitas Program CSR Desa Wisata Buah Diwak terhadap citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk. Semakin tinggi efektivitas Program CSR Desa Wisata Buah Diwak, maka semakin baik Citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk.
2. Hipotesis Nol (H0)  
Tidak ada pengaruh efektivitas

Program CSR Desa Wisata Buah Diwak terhadap citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat peneliti antara variabel X dengan Y, maka digunakan alat penguji berupa SPSS dengan menggunakan metode regresi linear sederhana. Berikut adalah temuan data dan hasil analisis yang diperoleh:

**Variabels Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	Efektivitas csr <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variabel: Citra perusahaan

- a. All requested variabels entered.

Melalui Tabel tersebut, dapat diketahui bahwa variabel bebas dalam penelitian ini adalah Efektivitas Program CSR, dan variabel terikat

adalah Citra Perusahaan. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode enter.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.318 <sup>a</sup>	.101	.060	2.689

a. Predictors: (Constant), Efektivitas csr

Berdasarkan nilai yang terdapat pada tabel di atas diketahui bahwa nilai R (nilai korelasi/ hubungan) antara variabel X dan Y adalah sebesar 0.318. Sedangkan, nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0.101. Maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel

terikat (Y) hanya sebesar 10, 1%. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y tergolong sangat kecil. Dengan demikian sebesar 89, 9% (100%-10.1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.848	1	17.848	2.468	.130 <sup>b</sup>
	Residual	159.111	22	7.232		
	Total	176.958	23			

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa nilai F hitung sebesar 2.468. Sedangkan tingkat signifikansinya sebesar 0.130. Nilai 0.130 lebih besar dari 0.05

sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel X dengan Y.

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.324	7.479		5.392	.000
	Efektivitas csr	.233	.148	.318	1.571	.130

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Constant (a) adalah sebesar 40.324, sedangkan nilai b (efektivitas csr) adalah sebesar 0.233. Sehingga, persamaan regresi dapat ditulis

sebagai berikut:

$$Y = a + bx, \text{ maka persamaannya } Y = 40.324 + 0.233X$$

Persamaan tersebut dapat

diterjemahkan jika konstanta sebesar 40.324, mengandung arti bahwa nilai konsisten dari variabel citra perusahaan adalah sebesar 40.324. Sedangkan koefisien regresi X sebesar 0.233, memiliki arti bahwa setiap penambahan 1% nilai efektivitas perusahaan, maka nilai citra perusahaan akan bertambah sebesar 0.0233. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Dari tabel tersebut juga diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 1,571, sedangkan nilai t tabel dapat diperoleh dari rumus berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (a/2: n-k-1) \\ &= (0.05:2: 24-1-1) \\ &= 0.025: 22 \end{aligned}$$

$$t \text{ tabel} = 0.001$$

Maka didapatkan hasil bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ( $1,571 > 0.001$ ) yang artinya bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

## KESIMPULAN

Melalui uji regresi linear sederhana, maka diperoleh hasil bahwa nilai R atau hubungan antara variabel X dan Y adalah sebesar 0.318. Sedangkan nilai R Square sebesar 0.101 atau 10,1%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara variabel X dengan Y sangat kecil. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.130

(lebih besar dari 0.05), maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel X dengan Y. Perbandingan t tabel dan t hasil juga menunjukkan variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Maka dalam penelitian ini hipotesis yang terbukti adalah  $H_0$ , dimana tidak ada pengaruh efektivitas Program CSR Desa Wisata Buah terhadap citra PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk.

Pengaruh yang kurang signifikan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, Program CSR Community Development Desa Wisata Buah Diwak baru berjalan selama 3 tahun. Padahal program menanam pohon durian memerlukan proses yang panjang dan bertahap. Sehingga hasil panen baru dapat diukur dalam jangka waktu yang panjang, yaitu minimal dalam waktu 5 tahun. Kedua, citra perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

## SARAN

Diperlukan penelitian serupa dengan metode yang sama untuk mengukur tingkat pengaruh efektivitas program CSR terhadap citra perusahaan secara berkala. Hal ini bertujuan agar PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul. Tbk dapat melihat grafik peningkatan citra dari tahun ke tahun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Pupung. 2013. Superioritas Media Online (Persaingan Tujuh Portal Berita Online di Indonesia: Sebuah Analisis *Uses and Gratifications* dan *Competitive Superiority*). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (2), h. 25-36. doi.<https://ojs.uaajy.ac.id/index.php/jik/article/view/353/401>
- Crowther, David & Aras, Guler. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Denmark: Venus Publishing ApS.
- Elkington, John. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*. UK: Capstone Publishing Limited
- Melawar, T.C. 2008. *Facets of Corporate Identity, Communication, and Reputation*. New York: Routledge
- Phillips, R. & Pittman, R.H. 2009. *An Introduction to Community Development*. New York: Routledge
- Riel, C. B.M., & Fombtun, C.J. 2007. *Essentials of Corporate Communication*. New York: Routledge
- Surbakti, S. N. 2014. Pengaruh Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta. Doi: <http://e-journal.uaajy.ac.id/6584/1/KOM004198.pdf>