

PERAN HUMAS PT KENCANA MAJU BERSAMA DALAM MELAKSANAKAN KEGIATAN CSR DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

¹Naufal Rizqi Rahmanputra, ²Teguh Priyo Sadono, ³ Herlina Kusumaningrum

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

naufalrizqi7832@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the role of public relations of PT Kencana Maju Bersama in implementing Corporate Social Responsibility (CSR) activities in community empowerment. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. This research uses data collection techniques by means of interviews, observation, and documentation, with informants namely public relations of PT Kencana Maju Bersama. The results showed that the public relations of PT Kencana Maju Bersama has an important role in the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR). PT Kencana Maju Bersama's public relations carry out four roles, namely; the role of public relations as an expert advisor, the role of public relations as a communication facilitator, the role of public relations as a problem-solving process, and the role of public relations as a communication technician. The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) has also implemented the triple bottom line principle. Based on the findings of the researchers, it can be concluded that public relations has an important role in the implementation of CSR programs, and public relations has carried out the roles of public relations well, and also implemented the principles of Corporate Social Responsibility (CSR) in the work of Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Role, Public Relations, CSR, PT Kencana Maju Bersama

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran humas PT Kencana Maju Bersama dalam melaksanakan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, serta dokumentasi, dengan informan yaitu humas PT Kencana Maju Bersama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas PT Kencana Maju Bersama memiliki peran penting dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR). Humas PT Kencana Maju Bersama menjalankan empat peran yaitu; peran humas sebagai penasihat ahli, peran humas sebagai fasilitator komunikasi, peran humas sebagai proses pemecah masalah, dan peran humas sebagai teknisi komunikasi. Dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) juga telah mengimplementasikan prinsip triple bottom line. Berdasarkan hasil temuan peneliti, dapat disimpulkan humas memiliki peran penting dalam pelaksanaan program CSR, dan humas telah menjalankan peran-peran humas dengan baik, dan juga menjalankan prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) dalam pengerjaan Corporate Social Responsibility (CSR).

Kata kunci: Peran, Humas, CSR, PT Kencana Maju Bersama

Pendahuluan

Komunikasi adalah sebuah proses bentuk penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dan mendapatkan umpan balik dari komunikan. Dalam sebuah konteks organisasi atau instansi, komunikasi tersebut dijalankan oleh beberapa individu yang berkompeten dalam bidangnya agar pesan yang disampaikan oleh organisasi atau instansi tersebut mudah dipahami kepada khayalak masyarakat dan stake holder dengan jelas dan berdasarkan fakta yang ada. Komunikasi dalam organisasi atau instansi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman bersama antar beberapa pihak yang bersangkutan untuk mencapai tujuan organisasi atau instansi. Pemahaman bersama tersebut antara lain adalah umpan balik, reaksi, ide, atau tanggapan dari khalayak yang berhubungan dengan dengan peran humas sebagai penghubung antara organisasi atau instansi dengan khalayaknya. Salah satu peran penting dalam bisnis adalah humas, atau public relations. Humas menggunakan cara komunikasi timbal balik (*two-way symmetric*) antara organisasi dan publik untuk saling memahami dan mendukung untuk mencapai tujuan, kebijakan, dan kegiatan produksi tertentu, serta kemajuan organisasi atau citra positif organisasi. (Isnawandi, Sadono, & Romadhan, 2023).

Pada era saat ini hampir semua bentuk instansi dan organisasi sangat membutuhkan peran humas atau hubungan masyarakat. Humas harus mampu memahami semua permasalahan dan dinamika sosial yang sedang terjadi, yang akan menimbulkan kesan-kesan yang baik terhadap khalayak. Keberhasilan kegiatan humas didasarkan pada prinsip komunikasi yang efektif; untuk komunikasi yang efektif, humas harus memahami dengan baik khalayak sasarannya.

Dapat diketahui bahwa peran humas sangatlah penting dalam organisasi atau instansi, terutama dalam hal menjalin hubungan dan komunikasi yang baik terhadap khalayak eksternal organisasi atau instansi seperti masyarakat, pers, pemerintahan. Salah satu peran humas organisasi atau instansi bisa dilihat dalam program CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri adalah sebuah program dimana perusahaan bertanggung jawab atas dampak sosial, lingkungan, ekonomi atas kegiatan operasional perusahaan. Dalam standart internasional dalam ISO 2600, tanggung jawab perusahaan tidak terlepas dalam tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan melalui kegiatan yang etis dan transparan dan konsisten dalam berkelanjutan program CSR tersebut. Dalam Undang-Undang negara Indonesia juga telah dijelaskan bahwa perseroan atau perusahaan harus menjalankan program CSR ini sebagai kewajiban perusahaan, Undang-Undang tersebut tertulis di Undang-Undang No.40 Tahun 2007 yang tercantum di pasal 74. Dengan perusahaan yang menjalankan program CSR membuat perusahaan lebih dikenal dengan masyarakat, program *corporate social responsibility* (CSR) adalah cara bagi perusahaan untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap kemajuan masyarakat. Dengan demikian, masyarakat akan menghargai usaha perusahaan, citra perusahaan akan baik, dan perusahaan dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan masyarakat.

Hal tersebut yang mendorong PT Kencana Maju Bersama dalam melaksanakan kewajiban program CSR tersebut. PT Kencana Maju Bersama adalah perusahaan yang bergerak di bidang produsen dan distribusi baja ringan. PT Kencana Maju Bersama menyadari bahwa program CSR ini sangat penting berperan dalam keberlangsungan hidup perusahaan, karena keberlangsungan perusahaan tidak hanya tergantung dari keuntungan atau laba yang didapatkan

perusahaan, keberlangsungan hidup perusahaan juga dapat diperoleh dari tanggung jawab lingkungan, sosial, dan ekonomi. PT Kencana Maju bersama sendiri sudah melaksanakan program CSR tersebut, dalam PT Kencana Maju Bersama program CSR perusahaan dibagai menjadi tiga bagian utama. Pertama adalah “material” program CSR ini berfokus kepada bantuan terhadap pembangunan atau perbaikan kepada pihak-pihak atau fasilitas umum yang membutuhkan, kedua adalah “fresh money” program CSR ini berfokus kepada bantuan langsung tunai terhadap yayasan, masyarakat, dll yang membutuhkan. Yang ketiga adalah “sosial dan lingkungan”, program ini berfokus kepada bantuan sosial perusahaan, seperti bantuan bencana alam, penyuluhan dan sosialisasi tentang baja ringan, dan turut serta dalam kelestarian lingkungan, seperti penanaman pohon.

Penelitian terkait dengan corporate social responsibility (CSR) perusahaan telah banyak dilakukan penelitian, maka peneliti menemukan keterbaruan dalam penelitian yang akan dilakukan. Dari beberapa jurnal dan penelitian yang bertemakan peran humas dan corporate social responsibility (CSR) dapat ditemukan keterbaruan yaitu subjek dan lokasi penelitian yang berbeda. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan mempelajari bagaimana peran humas PT Kencana Maju Bersama dalam melaksanakan aktivitas CSR. Pemilihan PT Kencana Maju Bersama sebagai subjek karena menurut peneliti PT Kencana Maju Bersama merupakan perusahaan yang besar dan memiliki manajemen yang mampu untuk menjalankan program CSR. Penelitian ini juga memberitahu bagaimana pentingnya peranan humas terhadap pandangan publik terhadap perusahaan, agar tetap mendapatkan pandangan yang positif dimata masyarakat lingkungan sekitar PT Kencana Maju Bersama. Penelitian ini menggunakan teori peran humas dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti yaitu terkait dengan jenis penelitian kualitatif. Menurut Krisyantono dalam Sinaga, (2015) yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) dan bukan kuantitas data lebih ditekankan disini. Menurut Basri (2014) Penelitian kualitatif fokus pada proses dan interpretasi hasilnya. Dalam penelitian kualitatif, perhatian ditujukan pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta interaksi dan hubungan di antara elemen-elemen tersebut, dengan tujuan memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena. Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif kualitatif. Menurut Thalha et al (2019) Penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk memetakan suatu objek relatif secara mendalam ini bertujuan untuk mencari hubungan hubungan baru yang terdapat pada suatu permasalahan yang luas dan kompleks dengan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dan sedalam-dalamnya melalui depth interview. Teknik pengumpulan data yang dilakukan.

Pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam (in depth interview), observasi, dan dokumentasi. wawancara mendalam artinya akan dilakukan secara langsung atau bertatap muka dengan bagian humas PT Kencana Maju Bersama dan masyarakat untuk menggali informasi yang sesuai fakta, guna menjadi bahan pembahasan dalam penelitian. Serta observasi yang dimana peneliti langsung pengamatan lapangan dengan melihat aktivitas peran humas melakukan program CSR. Dan terakhir dokumentasi hasil wawancara.

Teknik analisis data, penulis menggunakan model Miles dan Huberman dalam (Astalini, Kurniawan, & Farida, 2018) mengatakan bahwa analisis data kualitatif harus dilakukan secara menyeluruh dengan cara mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian adalah penjabaran data dari pengumpulan data yang dilakukan. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan metode wawancara yang dilakukan kepada dua informan, yang pertama Fitriani Telaumbanua selaku kepala humas atau supervisor marketing dan yang kedua Revangga Hendra selaku staf humas di PT Kencana Maju Bersama. Fokus penelitian ini adalah bagaimana humas PT Kencana Maju Bersama berperan sebagai; penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi dalam menjalankan program CSR. Penelitian ini menggunakan teori peran dengan landasan konseptual peran humas. Penelitian ini juga melakukan observasi terhadap media sosial Instagram milik PT Kencana Maju Bersama. Pengumpulan data wawancara tersebut dilakukan pada bulan Juni 2024 yang dilakukan di kantor cabang pusat PT Kencana Maju Bersama di Jl. Bubutan No.127-135, Bubutan, Kec. Bubutan, Surabaya, Jawa Timur.

a. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

Peran humas sebagai penasihat ahli menjadi salah satu peran yang krusial terhadap perusahaan, karena humas harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang perusahaan, khalayak publik dan tren yang beredar di masyarakat. Berdasarkan pemahaman yang tersebut, humas PT Kencana Maju Bersama dapat memberikan saran dan nasihat yang strategis terhadap keputusan-keputusan yang akan di ambil oleh manajemen perusahaan (Suseno, 2021). Dalam PT Kencana Maju Bersama, humas melakukan pembuatan rangkaian perencanaan awal agenda CSR yang akan dilakukan oleh pihak humas, yang digunakan untuk memberikan saran dan masukan kepada manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan program CSR. Humas PT Kencana Maju Bersama juga akan selalu memastikan bahwa saran-saran yang diberikan akan didengar dan di pertimbangkan oleh manajemen dengan cara selalu memberikan alternatif saran atau alternatif program dan keuntungan-keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan maupun publik yang dilibatkan dalam program CSR tersebut.

b. Peran Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi

Peran humas sebagai fasilitator komunikasi adalah bagaimana humas menjadi pemberi fasilitas komunikasi dari perusahaan kepada stakeholder dan publiknya. Fasilitas komunikasi yang dimaksud tersebut adalah humas dapat menjadi wadah atau jembatan bagi stakeholder dan publiknya, humas diwajibkan dapat menyampaikan informasi yang akurat dan kredibel kepada stakeholder dan publiknya mengenai organisasi, program, dan kegiatan perusahaan, humas juga harus dapat menampung semua aspirasi dari stakeholder maupun publiknya yang nantinya akan diolah menjadi sebuah kebijakan atau program baru perusahaan, tidak hanya itu humas harus bisa menjadi penghubung antara perusahaan dengan stakeholder dan publiknya (Suseno, 2021). Humas PT Kencana Maju Bersama langsung bekerja sama dengan tokoh-

tokoh, ataupun asosisasi untuk mempermudah dan mempersingkat waktu dalam pelaksanaan program CSR. Humas PT Kencana Maju Bersama juga mengajak dan menjalin kerja sama dengan media. Media yang berkerja sama dengan PT Kencana Maju Bersama antara lain; koran dengan Jawa Pos dan Kompas, Tv dengan Tv One, Metro Tv, dan RCTI. kerja sama dengan media ini bertujuan untuk penyampian program-program CSR dalam bentuk liputan. Humas juga memfasilitasi beberapa media dengan cara membuat acara gathering guna menjalin hubungan yang baik secara personal ataupun hubungan antar perusahaan.

c. Peran Humas Sebagai Fasiliator Pemecah Masalah

Peran humas sebagai fasiliator pemecah masalah adalah bertugas membantu perusahaan dalam proses pemecahan masalah, humas sebagai penasihat atas keputusan yang akan diambil perusahaan; terlebih lagi dalam permasalahan internal perusahaan dan permasalahan dengan publiknya. Humas PT Kencana Maju Bersama melakukan peran tersebut dengan cara, humas memfasilitasi pertemuan antara yang bersangkutan dan manajemen PT Kencana Maju Bersama, kemudian humas memberikan beberapa pertimbangan solusi kepada manajemen terkait pengambilan keputusan. Biasanya permasalahan internal perusahaan adalah perbedaan pendapat terjadi antara kantor pusat dengan kantor cabang yang tersebar. Sama hal-nya jika ada permasalahan dengan publik atau stakeholder yang terkait perusahaan maka humas PT Kencana Maju Bersama akan langsung meninjau permasalahan di lapangan. Dalam praktik pelaksanaan CSR PT Kencana Maju Bersama humas juga menjadi fasiliator proses pemecahan masalah, humas akan terjun langsung dan survei menanyakan dan mencari permasalahan apa yang diperlukan publik. Peran humas ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena perusahaan dapat mengatasi permasalahan yang ada terkait manajemen ataupun permasalahan terhadap publik. Seperti dalam program CSR PT Kencana Maju Bersama pembangunan hunian sementara di Desa Sumbermujur, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur pada Maret 2022. Humas PT Kencana Maju Bersama melakukan survei langsung ke lapangan dan menanyakan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat yang terdampak, setelah itu humas dapat menyimpulkan dan memberi bantuan berupa hunian sementara.

d. Peran Humas Sebagai Teknisi Komunikasi

Peran humas sebagai teknisi komunikasi ini adalah humas berperan sebagai pembuat dan penyebar informasi terkait perusahaan maupun program-program yang dilakukan oleh perusahaan. Terlebih lagi dalam penyebaran informasi terkait program-program CSR yang dilakukan oleh PT Kencana Maju Bersama, karena dengan penyebaran program-program CSR PT Kencana Maju Bersama yang jelas, mudah dipahami dan mudah diakses, dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut di mata publik. Humas PT Kencana Maju Bersama dalam penyebaran informasi kepada publik tentang program-program CSR menggunakan beberapa media sosial dan media massa. Media sosial yang sering digunakan oleh humas PT Kencana Maju Bersama adalah media sosial Instagram, dan media massa biasanya humas PT Kencana Maju Bersama bekerja sama dengan peliputan media nasional. Media massa

tersebut bekerja sama dengan koran Jawa Pos dan Kompas, Tv One, Metro Tv, dan RCTI

Dari hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa peranan humas di PT Kencana Maju Bersama ini diperankan dengan baik oleh humas PT Kencana maju Bersama. Terlebih lagi dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Humas berperan sebagai penasihat ahli, dari pernyataan informan dalam wawancara dapat disimpulkan bahwa humas PT Kencana Maju Bersama tersebut memberikan beberapa pertimbangan program-program yang akan dilakukan oleh perusahaan, humas PT Kencana Maju Bersama pastinya telah menyortir apa saja program-program CSR yang baik dilakukan oleh perusahaan. Dan bila program-program tersebut ditolak oleh manajemen perusahaan maka humas PT Kencana Maju Bersama akan terus memberikan solusi-solusi program CSR yang lain. Peran sebagai fasilitator komunikasi juga dijalankan dengan baik oleh humas PT Kencana Maju Bersama. Humas PT Kencana disini menjadikan dirinya sebagai penghubung antara pihak perusahaan dengan pihak stakeholder maupun masyarakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan, humas PT Kencana Maju Bersama diwajibkan dapat menyampaikan informasi atau kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Humas PT Kencana Maju Bersama juga bekerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti, pemerintah, tokoh-tokoh masyarakat setempat (masyarakat Desa Sumbermujur), LSM (Himpunan Aplikator Indonesia, Yayasan Grojogan Sewu Pecalukan, dll), dan media (koran Jawa Pos, Kompas, Tv One, Metro Tv, RCTI), hal ini dilakukan untuk mempersingkat waktu dalam jalannya program CSR tersebut. Humas PT Kencana Maju bersama dalam menjalankan peran sebagai fasilitator pemecah masalah dimana humas PT Kencana Maju Bersama dapat menjadi mediator bilamana ada perbedaan pendapat yang terjadi dalam kegiatan CSR untuk mencapai solusi yang optimal. Penyampaian informasi hasil pelaksanaan program CSR tersebut juga harus tersampaikan dengan baik dan mudah dijangkau oleh masyarakat ataupun stakeholder, hal tersebut dijalankan oleh humas PT Kencana Maju Bersama yang berperan sebagai teknisi komunikasi. Pemilihan media penyebaran informasi terkait program CSR PT Kencana Maju Bersama ini juga harus tepat sasaran agar mudah diakses oleh semua pihak. Humas PT Kencana Memilih media sosial sebagai media utama dalam penyebaran informasi terkait hasil program CSR yang dilakukan, media sosial yang digunakan adalah Instagram dan Youtube, peliputan media nasional juga menjadi salah satu pilihan dari humas PT Kencana Maju Bersama dalam penyebaran informasi, dan juga portal berita dari PT 70 Kencana Maju Bersama dalam website pribadinya.

Penutup

Setelah dilakukan penelitian dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa peran humas PT Kencana Maju Bersama dalam kegiatan CSR sangat penting. Sebagai penasihat ahli, humas PT Kencana Maju Bersama berperan sebagai pemberi saran terkait program-program CSR yang akan dilakukan kepada manajemen perusahaan. Sebagai fasilitator komunikasi humas PT Kencana Maju Bersama menjalankan peran sebagai pihak yang mengkomunikasikan program-program CSR yang dijalankan oleh PT Kencana Maju Bersama. Humas juga berperan sebagai pembangun hubungan baik antara perusahaan dengan stakeholder atau masyarakat yang terkait. Hal tersebut berguna untuk kelancaran program-program CSR yang dilakukan. Humas PT Kencana Maju bersama juga berperan baik dalam fasilitator pemecah masalah, dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan,

humas selalu menjadi jembatan antara masyarakat dengan perusahaan, humas selalu menanyakan apa kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat yang bisa dijadikan program CSR perusahaan. Selain itu, humas PT Kencana Maju Bersama juga berperan sebagai teknisi komunikasi yang perannya menyebarkan informasi dan hasil dari program CSR yang dilakukan oleh PT Kencana Maju Bersama, hal tersebut memastikan bahwa informasi dan hasil dari program CSR tersebut dapat mudah diketahui oleh masyarakat luas. Dalam pelaksanaan program CSR oleh PT Kencana Maju Bersama juga telah menerapkan prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh John Elkington yaitu profit, people, dan planet. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menjadi salah satu komitmen perusahaan terhadap masyarakat. peneliti dapat memberikan saran berdasarkan hasil penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini mampu untuk menjadi bahan pertimbangan dan referensi terhadap penelitian yang akan dilakukan.
2. Saran untuk humas PT Kencana Maju Bersama adalah terus melakukan inovasi-inovasi terkait program CSR yang dilakukan PT Kencana Maju Bersama, meningkatkan strategi komunikasi dalam hal program CSR, selalu membangun hubungan baik terhadap seluruh pihak, menambah dokumentasi dan menambah unggahan di portal berita terkait program CSR yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Agustin, N. (2012). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Hulu Energy WMO dalam Pengembangan Masyarakat di Kecamatan Gresik. *Jurnal Akutansi Universitas Negeri Surabaya*.
- Amalia, D., & Cahyani, F. Y. (2023). Peran Public Relations Dalam Implementasi Program CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1160-1171.
- Astalini, Kurniawan, D. A., & Farida, L. (2018). Deskripsi sikap siswa SMA di Batanghari berdasarkan indikator normalitas ilmuwan, adopsi dari sikap ilmiah, ketertarikan memperbanyak waktu, dan ketertarikan berkarir di bidang fisika. *Jurnal Riset dan Kajian Pendidikan Fisika*, 5(2):73.
- Berampu, A. C., & Agusta, I. (2015). Manfaat Partisipasi Masyarakat dalam Program Pengelolaan Sampah. *Jurnal Penyuluhan*, Vol. 11, No. 2.
- Desiyanti, E., Kalbuana, N., Fauziah, S., & Sutadipraja, M. W. (2020). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, PERISTENSI LABA DAN PERTUMBUHAN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN JAKARTA ISLAMIC INDEX YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019. *Jurnal Mala'bi STIE Yapman*, 2623-2278.
- Hasibuan, C., & Sedyono. (2006). CSR COMMUNICATIONS: A CHALLENGE ON ITS OWN. *Vice Chair-Board of Management Indonesia Business Links*, 71-82.
- Isnawandi, Sadono, T. P., & Romadhan, M. I. (2023). Peran Public Relations Agency PT Prudential Life Assurance Cabang Surabaya dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah. *SEMAKOM: SEMINAR MAHASISWA KOMUNIKASI*, 408-416.

- Mayasari, S. (2020). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DALAM PENANGANAN WABAH VIRUSCORONA DI INDONESIA . *AKRAB JUARA*, 268-282.
- Priliantini, A., & Herlina, E. (2019). Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) "PLN Peduli" (Studi Kasus di Kantor Pusat PT. PLN (Persero)). *Jurnal Komunikasi Media dan Informatika*, 8(2):78.
- PT Kencana Maju Bersama. (2024, Juni Selasa). *Berita Kencana Indonesia*. Diambil kembali dari Kencana Indonesia: <https://kencanaindonesia.co.id/kencana-group-lakukan-aksi-penanaman-1-000-pohon-di-kaki-gunung-welirang-dalam-rangka-hari-menanam-pohon-indonesia/>
- Putri, I. T. (2020). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERBANKAN PADA UMKM BATIK LASEM UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 2-4.
- Ratu, K. M., & Djuwita, A. (2021). ANALISIS PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN CSR PERUSAHAAN (Studi di PT Arara Abadi). *e-Proceeding of Management*, 7498.
- Roza, M. (2024). Manajemen Pengelolaan Humas Terhadap Marketing Madrasah Aliyah Kulliyatul Muballighien Muhammadiyah Kauman Kota Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 86-105.
- Suseno, A. (2021). PERAN HUMAS DALAM PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PACIFIC PAINT DI KAMPUNG BEKELIR KOTA TANGERANG. *Dialektika Komunikan: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, P-ISSN: 2338-4751, E-ISSN: 2716-4012.