

Penerapan Program CSR PT Djarum (Studi Kasus Kritik Eksploitasi Anak Pada Audisi Umum Beasiswa Djarum)

by Afrilia Ernes Natasya

Submission date: 14-Apr-2023 09:05AM (UTC+0700)

Submission ID: 2064006023

File name: 1_8931-30883-1-RV.docx.pdf (201.66K)

Word count: 3139

Character count: 20723



Penerapan Program CSR PT Djarum (Studi Kasus Kritik Eksploitasi Anak Pada Audisi Umum Beasiswa Djarum)

X¹ | X²

¹Program Studi xxxx1, Fakultas
xxxx1, Universitas xxxx1

²Program Studi xxxx1, Fakultas
xxxx1, Universitas xxxx1

Correspondence

Program Studi xxxx1, Fakultas
xxxx1, Universitas xxxx1

Email: author@universitas.ac.id

[http://jurnal.unmer.ac.id/
index.php/n](http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n)

Abstract: *The CSR Program namely Bakti Olahraga by PT Djarum has experienced various conditions through the achievement of athletes under its guidance in international badminton competition to criticisms of its program. The polemic emerged when corporate identity was used in CSR programs. The criticism came out from one of the government bodies by notifying the attribute as the company's product marketing values to the participants of the audition aged between 11 to 15 years in 2019. The program was abolished in 2020 and 2021 then it will be held again in the middle of 2022. The qualitative research uses a case study concern to the implementation of CSR Program. Data obtained by the literature study and also use secondary data. Analysis of the data research was carried out by collecting data, interpreting data and drawing the result. The result of this study indicates that the CSR program has compiled the principles of CSR namely sustainability, accountability, and transparency. Therefore, the criticism of using the corporate identity on Audisi Umum Beasiswa Djarum does not indicate acts of child exploitation.*

Keywords: *Implementation of CSR; Corporate Identity; Djarum Foundation; Bakti Olahraga*

Abstrak: Program CSR Bakti Olahraga PT Djarum telah mengalami berbagai kondisi baik pencapaian prestasi dibidang olahraga khususnya bulutangkis dan juga kritikan atas program CSR yang diterapkan. Permasalahan muncul saat identitas perusahaan digunakan pada atribut pelaksanaan program CSR. Kritikan yang berasal dari salah satu lembaga pemerintah menyoroti adanya nilai pemasaran produk perusahaan dengan menggunakan media peserta program yang berusia antara 11 hingga 15 tahun. Program tersebut sempat ditiadakan pada tahun 2020 dan 2021 yang akan kembali digelar pada pertengahan tahun 2022. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus pada program CSR Djarum untuk memahami langkah yang dilakukan perusahaan. Data penelitian diperoleh dengan studi pustaka dan penggunaan data sekunder. Analisis data penelitian dilakukan selama proses penelitian berjalan dengan mengumpulkan, menginterpretasi data dan menarik hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR yang diterapkan oleh Djarum Foundation telah memenuhi prinsip-prinsip CSR yakni berkelanjutan, akuntabilitas dan bersifat terbuka. Dan kritik terhadap identitas perusahaan dalam program CSR Audisi Umum Beasiswa Djarum tidak menunjukkan tindakan eksploitasi anak.



Kata Kunci: CSR; identitas perusahaan; Beasiswa Djarum Foundation; Bakti Olahraga

1 | PENDAHULUAN

31

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan program CSR Audisi Umum Beasiswa Djarum yang menuai kritik dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) yang menganggap kegiatan yang melibatkan anak-anak sebagai peserta audisi serta penggunaan logo dan atribut dipandang sebagai tindakan eksploitasi anak, di sisi lain PT Djarum merupakan salah satu perusahaan produsen rokok terbesar di Indonesia yang berlokasi di Kudus, Jawa Tengah. PT Djarum adalah bagian dari Djarum Group yang dimiliki oleh keluarga Hartono dan berdiri sejak tahun 1951. Produk yang dihasilkan memiliki sekitar 30 merek yang berbeda dan telah dipasarkan di dalam dan luar negeri. Selain berfokus pada industri rokok, Djarum Group juga mengembangkan bisnis mereka dalam berbagai unit bisnis seperti perbankan, elektronik, perhotelan, pusat perbelanjaan, media komunikasi, e-commerce, makanan dan minuman serta agen perjalanan.

17 Dari berbagai unit bisnis yang dimiliki perusahaan, Djarum juga melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan istilah Djarum Foundation. Program CSR sangat penting bagi perusahaan karena menjadi bentuk pelaksanaan regulasi untuk menciptakan image, kepercayaan, perizinan lingkungan dan bentuk manajemen risiko (Raharjo, 2017). Program ini menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap perkembangan masyarakat dan lingkungan. CSR tersebut secara konsisten dalam mengembangkan berbagai bidang program yang berkelanjutan. Salah satunya yaitu Program Bakti Olahraga Djarum Foundation yang berfokus pada bidang olahraga. Program ini juga dikenal dengan PB Djarum (Perkumpulan Bulutangkis Djarum).

Awalnya program tersebut hanya sebagai wadah karyawan perusahaan yang memiliki hobi bermain bulutangkis. Namun, program ini justru berkembang pesat dengan melahirkan beberapa atlet bulutangkis yang berbakat seperti Liem Swie King, Kartono, Heryanto, Alan Budikusuma, Edy Hartono dan Kevin Sanjaya. PB Djarum menciptakan Djarum Beasiswa Bulutangkis yang memiliki tujuan untuk mencari bibit atlet dan menciptakan prestasi bulu tangkis. Usia peserta yang bisa berpartisipasi dalam program ini yaitu 11 hingga 15 tahun. Kegiatan program ini dilaksanakan di berbagai kota di Indonesia setiap tahunnya. Sejak 2006, PB Djarum telah menghasilkan atlet dan prestasi di tingkat nasional maupun internasional. Perusahaan juga memberikan bonus terhadap prestasi tertentu yang dicapai. Prestasi yang dihasilkan tentunya melalui proses seleksi dan pelatihan yang ketat. Para atlet juga difasilitasi lapangan dan perlengkapan permainan dengan baik. Prestasi, hadiah dan pengalaman yang diterima peserta olahraga ini juga menjadi daya tarik tersendiri.



Dalam memfasilitasi program tersebut, tentunya perusahaan menempatkan berbagai atribut sebagai identitas perusahaan. PB Djarum menggunakan logo perusahaan yaitu Djarum dalam setiap program CSR yang dilaksanakan. Hal ini juga menjadi promosi program audisi dan memperkenalkan kegiatan sosial sebagai bagian dari CSR perusahaan. Selain itu, perusahaan juga berupaya dalam menempatkan entitas PB Djarum dan Djarum Foundation yang berbeda dari bisnis utama PT Djarum. Namun, ada permasalahan yang timbul dalam konsistensi program tersebut. Program PB Djarum mendapat kritik dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) tahun 2019 terkait eksploitasi anak terhadap produk perusahaan. Lembaga pemerintah ini memfokuskan permasalahan pada penggunaan logo perusahaan rokok pada atribut seperti kaos yang digunakan peserta seleksi yaitu anak-anak. Dari permasalahan tersebut, perusahaan menghentikan pelaksanaan program PB Djarum pada tahun 2020 dan 2021. Pada pertengahan tahun 2022, perusahaan akan memulai kembali program PB Djarum dalam menciptakan atlet-atlet bulu tangkis yang berprestasi. Hal ini menjadi menarik karena persiapan dan evaluasi yang dilakukan perusahaan selama dua tahun berdasarkan permasalahan yang ada. Program yang dilakukan perusahaan menjadi penting dalam melakukan pengembangan diri dan masyarakat agar memiliki kualitas hidup yang lebih baik (Nayenggita, 2019).

Program yang akan dilaksanakan juga memiliki nilai yang baik untuk pengembangan prestasi dalam individu. Nilai yang ditentukan menjadi pertimbangan perusahaan dan para pemangku kepentingan. Publik tersebut memandang suatu organisasi atau perusahaan melalui reputasi perusahaan (Coombs, 2012). Reputasi dan nilai perusahaan dapat dilihat dari identitas yang digunakan perusahaan. Untuk melihat fenomena yang terjadi, peneliti menggunakan beberapa konsep yang dapat menganalisis sudut pandang secara jelas. Teori terkait pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan dan identitas perusahaan adalah alat yang tepat dalam kasus ini. Hal ini didasari dengan adanya polemik pada pelaksanaan program CSR yang berkaitan dengan identitas perusahaan

24

2 | METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus pada pelaksanaan CSR



perusahaan yang dianggap bermasalah menurut salah satu lembaga pemerintah. Menurut Yin (2015:18) mendefinisikan penelitian studi kasus sebagai pemikiran empiris yang mendalami fenomena dalam kehidupan dengan memanfaatkan sumber bukti untuk mempertegas konteks permasalahan. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan alasan bahwa fenomena yang terjadi mampu digambarkan secara jelas dan menyeluruh dengan menggunakan teori penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi pustaka dan penggunaan data sekunder. Studi pustaka memiliki tujuan agar penelitian mampu menggunakan teori tertentu dalam menganalisa data. Teknik ini berusaha mengumpulkan berbagai dasar pemikiran dari buku, artikel, maupun jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Sedangkan data sekunder digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang menjadi data penelitian melalui berbagai sumber media dokumentasi seperti internet atau publikasi. Dalam penelitian kualitatif, analisis data yang dilakukan peneliti harus serentak dengan pengumpulan data, interpretasi data dan penarikan hasil penelitian (Creswell, 2012: 145).

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Program CSR Bakti Olahraga

3 Dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), Djarum Foundation menerapkan prinsip-prinsip kegiatan CSR sebagaimana yang dikemukakan oleh Crowther & Aras (2008) antara lain berkelanjutan (Sustainability), pertanggungjawaban (Accountability) dan bersifat terbuka (Transparency) .

1. Berkelanjutan (Sustainability)

PB Djarum merupakan akronim dari Perkumpulan Bulutangkis Djarum yang berdiri sejak tahun 1969 dan berada di kota Kudus, Jawa Tengah. Sebagai salah satu dari program-program CSR yang digagas oleh perusahaan rokok PT Djarum, PB Djarum telah melahirkan atlet-atlet bulutangkis terbaik dunia seperti Liem Swie King, Kartono, Christian Hadinata, Hastomo Arbi, Hadiyanto, Heryanto dan Hadibowo yang dikenal sebagai "The Magnificent Seven of Djarum" dalam kompetisi Piala Thomas (Robertus dkk, 2020).

Penerapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bidang Bakti Olahraga oleh PT Djarum diselenggarakan melalui Audisi Umum Djarum Beasiswa Bulutangkis yang memfokuskan pada dua kelompok usia yakni U-11 (di bawah 11 tahun) dan U-13 (di bawah 13 tahun). Tujuan dari Audisi Umum Djarum Beasiswa Bulutangkis ini tidak lain sebagai upaya me-regenerasi atlet bulutangkis Indonesia untuk melahirkan juara dunia di masa mendatang serta mengharumkan nama Indonesia. Dalam proses seleksi, PB Djarum mendelegasikan Tim Pencari Bakat yang berasal dari atlet bulutangkis peraih juara dunia, legenda dan pelatih PB



Djarum seperti Christian Hadinata, Hariyanto Arbi dan Sigit Budiarto.

Kegiatan CSR Bakti Olahraga ini tidak hanya mampu mengasah kemampuan dalam berolahraga khususnya bulutangkis namun juga menjadi wadah meraih prestasi baik generasi muda maupun nama bangsa Indonesia di kanca internasional. Bakti Olahraga oleh Djarum Foundation ini termasuk dalam kategori kegiatan CSR yang berkelanjutan (sustainability) dimana kegiatan Audisi Umum ini diselenggarakan setiap tahun yang dan berkesinambungan yakni tidak hanya memilih bibit unggul dalam proses seleksi tetapi juga memberikan pelatihan dan pembinaan terhadap para atlet.

2. Pertanggungjawaban (Accountability)

PT Djarum merupakan salah satu perusahaan produsen rokok terbesar di Indonesia. Keberadaan dan kegiatan operasional bisnis yang dijalankan PT Djarum tidak bisa dipungkiri mampu menimbulkan berbagai dampak serius bagi masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan. Dampak yang dirasakan masyarakat terutama pada faktor lingkungan berupa pencemaran terhadap lingkungan baik potensi limbah cair hingga pencemaran udara yang mengancam kesehatan masyarakat.

Sebagai bentuk pertanggungjawaban (Accountability) perusahaan terhadap sosial dan lingkungan, PT Djarum mendirikan yayasan bernama Djarum Foundation sebagai pelaksana kegiatan CSR. Program CSR yang dimiliki terdiri atas lima bidang diantaranya Bakti Sosial, Bakti Olahraga, Bakti Lingkungan, Bakti Pendidikan dan Bakti Budaya.

3. Bersifat Terbuka (Transparency)

Dalam melaksanakan program CSR terutama di bidang Bakti Olahraga, Djarum Foundation menerapkan prinsip keterbukaan informasi. Sehingga seluruh Informasi kegiatan tahunan Bakti Olahraga seperti seputar penyelenggaraan Audisi Umum Beasiswa Djarum berawal dari proses audisi hingga seleksi final ini dapat diperoleh dari berbagai sumber platform media massa baik mainstream maupun digital seperti website resmi PB Djarum, media pemberitaan online nasional serta media sosial. Informasi yang disajikan pun lengkap dan detail yakni berupa informasi kegiatan roadshow di berbagai kota besar di Indonesia, persyaratan audisi, tempat dan jadwal pelaksanaan audisi, juri, hingga pengumuman nama-nama peserta peraih beasiswa dayang terbuka untuk publik serta hadiah dan fasilitas yang diberikan. Adapun tujuannya sebagai sarana publikasi yang dapat



diakses oleh masyarakat luas dan sebagai bentuk keterbukaan Djarum Foundation terhadap publiknya..

Corporate Identity Program CSR Bakti Olahraga

Identitas perusahaan ditampilkan dalam berbagai bentuk seperti yang sudah dijelaskan pada pemaparan sebelumnya. Komunikasi perusahaan menjadi hal perlu diperhatikan karena interaksi terjadi secara langsung kepada penerima pesan. Publik internal dan eksternal perusahaan menjadi konsumen utama dari komunikasi perusahaan. Komunikasi yang terjadi juga dapat berpotensi mempengaruhi keputusan perusahaan. Pertimbangan tertentu dapat dilakukan publik berdasarkan informasi yang diterima. Dalam kasus PT Djarum, perusahaan telah menjalankan komunikasi terkait permasalahan yang terjadi melalui beberapa perwakilan PB Djarum yaitu direktur program dan senior manager komunikasi Bakti Olahraga Djarum Foundation. Komunikasi yang dilakukan memuat berbagai alasan dan bukti pelaksanaan program sesuai peraturan yang berlaku. Pernyataan tersebut disampaikan secara langsung kepada pers dan juga situs resmi PB Djarum.

Perusahaan juga menyikapi permasalahan ini dengan mempertimbangkan berbagai kepentingan publik yang ada. Nilai yang ada dalam perusahaan terkait kepedulian terhadap prestasi anak bangsa dapat terjaga melalui kesiapan manajemen dalam menentukan sikap penanganan masalah. Sikap jujur dan terbuka perusahaan ditunjukkan dalam merespon kritik maupun tantangan perusahaan. Perwakilan pelaksana program juga selalu bersedia dalam memberikan penjelasan kepada wartawan dan publik perusahaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan melindungi nilai yang menjadi dasar dari program perusahaan. Nilai tersebut juga ditampilkan dalam simbol tertentu seperti logo, warna, tulisan atau slogan, maupun seragam karyawan. Penggunaan simbol ini menjadi fokus permasalahan yang sedang dihadapi. Perusahaan menempatkan logo atau tulisan yang mewakili nilai dasar pelaksanaan program CSR pada berbagai atribut yang ada. Simbol yang digunakan juga diharapkan dapat menciptakan kesan yang baik dalam persepsi publik.

Tujuan dari pelaksanaan program ini juga sangat jelas yaitu mencari bibit atlet berprestasi di seluruh wilayah Indonesia. Namun, beberapa pihak memiliki persepsi yang berbeda dengan pemahaman perusahaan. Simbol yang digunakan dinilai tidak tepat apabila peserta program yang dilaksanakan merupakan anak-anak. KPAI memperhatikan simbol yang ada dalam berbagai atribut yang digunakan peserta program perusahaan. Lembaga ini menilai bahwa perusahaan telah mengeksploitasi anak sebagai media promosi dari produk perusahaan untuk mendapat keuntungan. Masalah lain yang menjadi perhatian adalah produk perusahaan yaitu rokok yang dianggap tidak sesuai dengan target



program CSR. Hal ini juga telah ditegaskan oleh direktur program dan senior manager dari program CSR perusahaan bahwa PB Djarum dan Djarum Foundation berfokus pada kegiatan olahraga yang ditujukan bagi generasi muda. Peserta program ini juga diberi kesempatan dalam menciptakan prestasi nasional maupun internasional.

Pemanfaatan simbol dalam atribut program perusahaan dapat dilihat dalam tiga kategori dari konsep identitas perusahaan. Menurut monolithic identity, PB Djarum menggunakan logo dan tulisan sebagai bentuk visual yang sama dengan nama perusahaan. Hal ini menjadi komitmen perusahaan dalam menggunakan sistem identitas yang efektif. Visualisasi identitas tersebut dapat mempermudah publik untuk mengetahui pihak pelaksana dari program tertentu. Selain itu, perusahaan juga memiliki berbagai produk yang disertai simbol identitas perusahaan. Aktivitas ini termasuk endorser identity atau upaya perusahaan dalam memperkenalkan perusahaan melalui produk-produk dengan segmentasi yang luas. PT Djarum memiliki sekitar 30 jenis produk rokok yang dipasarkan di berbagai negara dan menempatkan identitas perusahaan pada kemasan produk tersebut. Perusahaan juga memiliki berbagai bentuk usaha lain dengan dasar kerja sama atau kepemilikan saham.

Kegiatan yang dilaksanakan dalam kerja sama tersebut tentunya disertai dengan identitas perusahaan. Penyertaan identitas perusahaan menjadi langkah utama dalam sistem visual tunggal. Perusahaan juga dapat menentukan strategi pemanfaatan identitas dalam program maupun produk perusahaan. Branded identity menunjukkan pemisahan antara identitas perusahaan yang mengandung nilai produk dan nilai program tertentu. Dalam kasus ini, manajemen telah membedakan nilai dari PB Djarum dan Djarum Foundation dengan PT Djarum. PB Djarum dan Djarum Foundation menjadi program perusahaan yang berfokus pada kepedulian pendidikan, sosial dan lingkungan. Sedangkan PT Djarum menjadi induk yang berfokus pada aspek manajerial dan operasional dalam memasarkan produk perusahaan. Kedua nilai tersebut dapat memperkuat masing-masing identitas.

4 | SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan di



atas, ditemukan hasil penelitian bahwa penerapan program CSR Djarum Foundation di bidang Bakti Olahraga telah memenuhi prinsip-prinsip CSR dimana kegiatan Audisi Umum Beasiswa Djarum merupakan kegiatan berkelanjutan yakni kegiatan menjaring bibit unggul sebagai atlet bulutangkis ini merupakan kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan oleh Djarum Foundation. Keberlanjutan (sustainability) dari program CSR tersebut tidak sekadar penyelenggaraan audisi semata melainkan pemberian pembekalan berupa training atau pelatihan kepada pemenang Audisi Umum Beasiswa Djarum. Kedua, program CSR Bakti Olahraga memenuhi prinsip akuntabilitas (accountability) sebagaimana kehadiran perusahaan rokok PT Djarum turut berkontribusi terhadap lingkungan sosial masyarakat sekitar, penerapan CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada stakeholdernya. Ketiga keterbukaan (transparency), segala informasi mengenai program CSR Audisi Umum Beasiswa Djarum dapat diakses melalui website resmi djarumfoundation.org, selain itu publisitas yang dilakukan pun gencar baik pre-event hingga post event yang dapat diakses melalui media mainstream maupun media sosial. Publik bisa memperoleh informasi lengkap terkait Audisi Umum Beasiswa Djarum mulai dari proses seleksi hingga pengumuman nama-nama pemenang dan sejumlah hadiah yang diberikan.

Selanjutnya, identitas branding yang digunakan oleh Djarum Foundation dalam program CSR Bakti Olahraga dapat dilihat dalam tiga aspek yakni sebagai simbol, representasi perilaku serta media komunikasi oleh perusahaan. Kaitanya dengan simbol, perusahaan membranding program CSR Audisi Umum Beasiswa melalui desain logo berupa pemilihan warna maupun font size dan atribut yang dikenakan peserta audisi seperti kaos. Kemudian, branding tersebut sebagai media komunikasi keputusan yang diambil perusahaan untuk disampaikan kepada publik baik internal maupun eksternalnya terkait program CSR yang dijalankan. Dan nilai-nilai perusahaan yang terkandung dalam branded identity berupa kaos tersebut bermakna nilai yang ingin disampaikan perusahaan bahwa audisi umum beasiswa djarum tersebut mengandung nilai produk yakni segi pendidikan dan spirit berkompetisi sehingga terlihat dari perilaku yang ditampakkan perusahaan seperti sikap jujur dan terbuka dalam menyikapi permasalahan.

Dalam penelitian ini, kritik yang disampaikan oleh KPAI adalah penggunaan logo dan atribut pada audisi umum beasiswa djarum dianggap sebagai bahan eksploitasi anak. Dimana logo atribut yang ada dan dikenakan para peserta audisi yang berusia 11 hingga 15 tahun tersebut merepresentasikan perusahaan penginisiasi kompetisi sebagai perusahaan rokok. Sejatinya, penggunaan logo atau atribut yang digunakan dalam program CSR Audisi Umum tersebut dalam rangka sebagai branded identity yang memiliki maksud dan fungsi sebagai nilai-nilai program CSR Bakti Olahraga yakni pendidikan dan spirit berkompetisi sehingga ini jelas berbeda dan terpisah dari nilai identitas perusahaan sebagai



produsen rokok (produk rokok).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa program CSR bidang Bakti Olahraga yakni Audisi Umum Beasiswa Djarum bukan merupakan tindakan mengeksploitasi anak, meski PT Djarum merupakan perusahaan rokok, PT Djarum melalui Djarum Foundation turut berkontribusi menjadi wadah anak-anak dalam meraih cita-cita menjadi atlet bulutangkis tingkat dunia. Adapun penggunaan logo dan atribut selama rangkaian kegiatan CSR Audisi Umum Beasiswa Djarum merupakan bagian dari branded identity program CSR dan tidak ada kaitannya dengan nilai identitas perusahaan sebagai produsen rokok.

REFERENSI

- 1 Afif, A., M. 2018. Analisis Manfaat Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Djarum Bagi Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman dan Lingkungan Hidup (PKPLH) Kabupaten Kudus dan Masyarakat Studi Kasus: Konservasi Lereng Muria (KLM). Departemen Politik dan Pemerintahan Universitas Diponegoro.
- 21 Aras, G., & Crowther, D. 2008. Corporate Social Responsibility. Copenhagen: Ventus Publishing ApS.
- 37 Bezzola, S., Gunther, I., Brugger, F. 2022. CSR and Local Conflict in African Mining Communities. *World Development* 158 (2022) 105968. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105968>. Elsevier Ltd
- 10 Bloch, O. 2014. Corporate Identity and Crisis Response Strategies: Challenges and Opportunities of Communication in Times of Crisis. Frankfurt: Springer.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. 2012. *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. Sussex: John Wiley & Sons Publication.
- Herman. 2018. Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial - Vol 2 No. 2 Tahun 2018*.
- 4 Kitchen, P. J., Tourky, M. E., Dean, D., & Shaalan, A. S. 2013. Corporate Identity Antecedents and Components: Toward A Theoretical Framework. *Corporate Reputation Review*, 16(4), 263-284.
- Mas, R., A. 2020. Kajian Dugaan Terjadinya Eksploitasi Anak Pada Audisi Bulutangkis (Analisis Hukum Dalam Kasus Peserta Audisi Beasiswa PT Djarum Kudus). Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya
- Maury, Benjamin. 2022. Strategic CSR and Firm Performance: The Role of Prospector and Growth Strategies. *Journal of Economic and Business* 118 (2022) 106031. <https://doi.org/10.1016/j.jecombus.2021.106031>. Elsevier Ltd.

- 6 Michaels, A., & Grüning, M. 2018. The impact of Corporate Identity on Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1), 1-13.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. 2019. Praktik corporate social responsibility (CSR) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66.
- 5 Nguyen, M., Bensemman, J., & Kelly, S. 2018. Corporate social responsibility (CSR) in Vietnam: A Conceptual Framework. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1), 1-12.
- Putranto, D., T. 2018. Wacana Pemberitaan Tentang Corporate Social Responsibility PT Djarum Terhadap Pengembangan Bulutangkis di Indonesia. Universitas Airlangga. Surabaya
- 11 Raharjo, S.T. 2017. CSR: Relasi Dinamis Antara Perusahaan Multinasional dengan Masyarakat Lokal. Jatinangor: Unpad Press.
- 2 Robertus, B. H., Suparno, S., & Sulistyowati, S. 2020. Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Di PT. Djarum Kudus Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Untuk Pelayanan Masyarakat Sekitar. *Jurnal Suara Keadilan*, 21(1), 31-47.
- 9 Tourky, M., Kitchen, P., & Shaalan, A. 2020. The Role of Corporate Identity in CSR Implementation: An Integrative framework. *Journal of Business Research*, 117, 694-706.
- Yi, Y., Zhang, Z., Xiang, C. 2022. The Value of CSR during the Covid-19 Crisis: Evidence from Chinese Firms. *Pacific - Basin Finance Journal* 7 4(2022) 101795. Elsevier Ltd. <https://doi.org./10.1016/j.pacfin.2022.101795>.
- 22 Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Press.

Penerapan Program CSR PT Djarum (Studi Kasus Kritik Eksploitasi Anak Pada Audisi Umum Beasiswa Djarum)

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.widyatama.ac.id Internet Source	1%
2	www.kompasiana.com Internet Source	1%
3	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	1%
4	usir.salford.ac.uk Internet Source	1%
5	tapchicongthuong.vn Internet Source	1%
6	aleph.edinum.org Internet Source	1%
7	group-ilmu.blogspot.com Internet Source	1%
8	jera.alzahra.ac.ir Internet Source	1%
9	scholarworks.uark.edu Internet Source	1%
10	Submitted to University of Warwick Student Paper	

1 %

11

core.ac.uk

Internet Source

1 %

12

olahraga.kompas.com

Internet Source

1 %

13

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

1 %

14

Submitted to Gordon Institute of Business Science

Student Paper

1 %

15

Submitted to Podomoro University

Student Paper

1 %

16

repository.unair.ac.id

Internet Source

1 %

17

surgafood.com

Internet Source

1 %

18

jamak.fe.ung.ac.id

Internet Source

<1 %

19

ramariyansyah.blogspot.com

Internet Source

<1 %

20

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

21

www.i-scholar.in

Internet Source

<1 %

www.researchgate.net

22	Internet Source	<1 %
23	jurnal.umk.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
25	nafasnutrition.com Internet Source	<1 %
26	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
27	www.scribd.com Internet Source	<1 %
28	akuindonesiana.wordpress.com Internet Source	<1 %
29	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
30	fieldgeology.massey.ac.nz Internet Source	<1 %
31	repo.usni.ac.id Internet Source	<1 %
32	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
34	warmadewa.ac.id Internet Source	<1 %

35

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

36

kemenpppa.go.id

Internet Source

<1 %

37

Fabien Muhirwa, Lei Shen, Ayman Elshkaki, Hubert Hirwa, Gloriose Umuziranenge, Kgosietsile Velempini. "Linking large extractive industries to sustainable development of rural communities at mining sites in Africa: Challenges and pathways", Resources Policy, 2023

Publication

<1 %

38

Ridha Hidayat, Azhari Yahya, Yul Ernis. "Analisis Yuridis Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Masyarakat Sekitar", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2020

Publication

<1 %

39

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Penerapan Program CSR PT Djarum (Studi Kasus Kritik Eksploitasi Anak Pada Audisi Umum Beasiswa Djarum)

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
