

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KOMPAS GRAMEDIA BERDASARKAN TRIPLE BOTTOM LINE

Dwi Haryanti

Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Universitas Indonesia
dwi.haryanti@ui.ac.id

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam upaya menciptakan pembangunan berkelanjutan. Pada tahun 1997 Elkington mempopulerkan *Triple Bottom Line (TBL)* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini menekankan perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada *profit* saja namun juga *people* dan *planet*. Kompas Gramedia sebagai grup perusahaan yang memiliki berbagai bidang usaha menyelenggarakan program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang terkumpul dalam Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara terbagi menjadi 3 yaitu Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Lingkungan, serta Inspirasi Budaya. Kompas Gramedia telah menerapkan *Triple Bottom Line* melalui berbagai program CSR nya. Selain itu, perusahaan ini juga memiliki *concern CSR* pada bidang budaya melalui program Inspirasi Budaya berupa pendirian Bentara Budaya.

Kata Kunci: perusahaan, CSR, *triple bottom line*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM OF "KOMPAS GRAMEDIA" BASED ON TRIPLE BOTTOM LINE

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate responsibility towards society and the environment in an effort to create sustainable development. In 1997 Elkington popularized the *Triple Bottom Line (TBL)* which includes *profit*, *people*, and *planet*. This concept emphasizes the company not only to focus on profit but also people and planet. Kompas Gramedia as a group of companies with various business fields organizes *Corporate Social Responsibility (CSR)* programs that are collected in Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara is divided into 3, namely Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Lingkungan, and Inspirasi Budaya. Kompas Gramedia has implemented the *Triple Bottom Line* through its various CSR programs. In addition, this company also has a CSR concern in the field of culture through the Inspirasi Budaya program in the form of the establishment of Bentara Budaya.

Keywords: company, CSR, *triple bottom line*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, terdapat beberapa bentuk perusahaan yaitu Perusahaan Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Firma, Koperasi, Usaha Dagang (UD), dan CV (*Commenditaire Vennotschap*). Pada dasarnya, perusahaan sebagai organisasi usaha dibentuk untuk menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat atau konsumen. Kehadiran perusahaan di sini kemudian memberikan banyak manfaat bagi masyarakat yaitu untuk menyediakan kebutuhan dan membuka lapangan pekerjaan. Namun demikian, seringkali aktivitas yang dilakukan perusahaan menimbulkan dampak negatif

seperti pencemaran lingkungan serta dampak pengolahan limbah yang kemudian mengganggu kenyamanan lingkungan sekitar. Dampak negatif ini kemudian dapat menimbulkan berbagai reaksi di masyarakat yang dapat mempengaruhi proses produksi maupun aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, menjadi penting bagi perusahaan untuk memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Bentuk tanggung jawab perusahaan ini kemudian dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam artikel yang berjudul "Praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia" yang ditulis oleh Nayenggita dkk (2019) dan dipublikasikan oleh Jurnal Focus:

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

Jurnal Pekerjaan Sosial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dijelaskan sebagai suatu tindakan oleh pelaku bisnis melalui suatu aktivitas sosial yang tujuannya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat. Bentuk tanggung jawab ini yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar yang kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan. Lebih lanjut, pembangunan berkelanjutan yaitu perbaikan kualitas hidup yang disesuaikan dengan daya dukung lingkungan dan berlangsung seterusnya atau tanpa batas.

Tuntutan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara global yaitu melalui MDGs, Global Compact (oleh PBB), dan ISO 26000. Sedangkan di Indonesia, terdapat Undang-undang dan Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang CSR yaitu Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Semakin banyaknya peraturan terkait kewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini semakin menunjukkan tentang keseriusan pentingnya CSR bagi perusahaan. Akan ada konsekuensi-konsekuensi apabila perusahaan tidak menjalankan CSR. Konsekuensi yang akan diterima dari masyarakat luas dan berbagai pihak dapat mengganggu keberlanjutan bisnis pada perusahaan. Sedangkan penyelenggaraan CSR justru dapat menimbulkan apresiasi dari berbagai pihak yang akan menjadi dampak positif pada kelangsungan bisnis perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilihat pada konsep *Triple Bottom Line*. Konsep ini diperkenalkan pada tahun 1997 oleh Elkington dalam buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Konsep ini menargetkan agar setiap perusahaan dapat memiliki tiga nilai dalam penyelenggaraan CSR yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini menekankan bahwa selain berfokus pada meningkatkan pendapatan, perusahaan ditargetkan untuk dapat

memperhatikan juga aspek sosial dan lingkungan. Aspek sosial dan lingkungan ini mengacu pada pembangunan berkelanjutan.

Kompas Gramedia berawal sebagai perusahaan media yang kemudian berkembang menjadi perusahaan multi industri yang memiliki berbagai jaringan bisnis baik itu media, *retail & publishing*, perhotelan, pendidikan, manufaktur, hingga *event & venue*. Kompas Gramedia memiliki 7 penerbitan buku dan puluhan media baik cetak maupun digital. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1963 ini memiliki tagline “Bersama seluruh komponen bangsa, Kompas Gramedia terus bergerak dinamis untuk mencerahkan masyarakat melalui lebih dari 400 jaringan usaha di seluruh Indonesia”. Cita-cita perusahaan dalam mencerahkan masyarakat menjadi bekal dalam setiap pengembangan bisnisnya. Sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar, Kompas Gramedia mengusung program CSR Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara ini terbagi menjadi 3 kelompok program yaitu Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Budaya, dan Inspirasi Lingkungan. Inspirasi Pendidikan berupa program Gerakan literasi AkuBaca, pelatihan music KG Music Club, dan pembelajaran Bahasa Inggris KG English Club. Di bidang lingkungan, Inspirasi Lingkungan memiliki program Kampung Koran dan Bank Sampah. Sedangkan Inspirasi Budaya menghadirkan Bentara Budaya yang terus menghadirkan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Mardikanto (2018) dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa sampai saat ini belum ada definisi CSR yang dijadikan kesepakatan global. Hal ini karena definisi dan komponen CSR di setiap negara atau daerah dapat berbeda. Namun demikian, pada umumnya CSR yaitu adanya hubungan antara perusahaan dan *stakeholders* yang di dalamnya mengandung nilai pemenuhan terhadap kebutuhan hukum, penghargaan kepada masyarakat sekitar dan lingkungan, serta pembangunan berkelanjutan.

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa definisi CSR tidaklah baku karena komponen CSR dapat berbeda di setiap wilayah. Setiap wilayah akan mendefinisikan sendiri CSR tersebut bergantung pada kesepakatan dan nilai-nilai yang dianut. Namun dasar dalam pendefinisian ini yaitu sama-sama terkait tanggungjawab atas masyarakat dan lingkungan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

ISO 26000 (2010) tentang *Guidance for Social Responsibility* di dalamnya memberikan definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang di dalamnya mengungkapkan bahwa perusahaan harus mempertanggungjawabkan dampak atas aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat dilakukan dengan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, mempertimbangan ekspektasi dari pemangku kepentingan, patuh terhadap norma hukum, dan terintegrasi melalui organisasi.

Dalam buku yang ditulis oleh Mardikanto (2018), Kakabadse et al (2005) merangkum perkembangan definisi CSR dalam 50 tahun terakhir. Salah satu definisinya yaitu dari Novethic (2003) yang mendeskripsikan bahwa CSR merupakan bentuk perhatian perusahaan terhadap prinsip pembangunan berkelanjutan. Konsep dari CSR yaitu mengintegrasikan tiga dimensi yaitu dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam prakteknya, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari seluruh pemangku kepentingan. Adanya penyesuaian dengan pemangku kepentingan ini agar bentuk CSR perusahaan benar-benar menyesuaikan dengan kebutuhan dan guna menghindari konflik yang dapat terjadi atas perbedaan pandangan terkait kebutuhan dan ekspektasi.

Di Indonesia, aktivitas CSR sudah diatur oleh Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-undang ini dijelaskan bahwa CSR merupakan bentuk komitmen dari perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan demi kebermanfaat bagi berbagai pihak. Adanya Undang-undang ini semakin

mempertegas tentang pentingnya penyelenggaraan CSR di setiap perusahaan.

TRIPLE BOTTOM LINE (TBL)

Triple Bottom Line diperkenalkan oleh Elkington tahun 1997 dalam buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Elkington menyarankan bahwa pelaku bisnis perlu mengukur keberhasilan mereka agar tidak hanya dengan garis bawah tradisional kinerja keuangan (paling sering dinyatakan dalam bentuk keuntungan, laba atas investasi (ROI), atau nilai pemegang saham) tetapi juga oleh dampaknya terhadap perekonomian yang lebih luas, lingkungan, dan masyarakat tempat mereka beroperasi (Savitz, Andrew W & Karl Weber, 2006). Elkington membagi *Triple Bottom Line* menjadi 3 yaitu nilai kekayaan atau sebagai aspek ekonomi, kualitas lingkungan, dan kondisi sosial.

Konsep Triple Bottom Line kemudian populer sebagai “Formula 3P” yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Maksud dari *profit* yaitu keuntungan dalam aspek ekonomi yang diperoleh, sedangkan *people* yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial, dan *planet* yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi lingkungan. Pada konsep ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada upaya mencapai keuntungan finansial saja. Adanya kepedulian ini, selain memberikan manfaat kepada masyarakat dan sekitar, juga untuk menjaga perusahaan dari adanya konflik-konflik yang terjadi atas dampak negatif dari pendirian perusahaan dan aktivitas di dalam perusahaan.

CSR KOMPAS GRAMEDIA

Kegiatan CSR Kompas Gramedia diperkenalkan dengan istilah Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara terbagi menjadi tiga kelompok program. Kelompok program pertama Inspirasi Pendidikan, yang kedua Inspirasi Budaya, dan yang ketiga Inspirasi Lingkungan. Inspirasi Nusantara memiliki *tagline* “Menciptakan keselarasan hidup melalui pembangunan berkelanjutan di tengah

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

masyarakat.” Berikut rincian dari masing-masing kelompok program:

1. Inspirasi Pendidikan

Inspirasi Pendidikan yaitu beberapa bentuk kegiatan yang berfokus pada aktivitas terkait dunia pendidikan. Inspirasi Pendidikan terbagi menjadi 3 program yaitu Aku Baca (Gerakan Literasi Nusantara), KG Music Club, dan KG English Club. Program #AkuBaca merupakan sebuah Gerakan berkesinambungan yang berupaya untuk memajukan literasi sebagai upaya menumbuhkan minat baca masyarakat. Program ini mengajak setiap individu untuk menyadari pentingnya membaca sebagai kebutuhan dasar manusia. Proses yang dilakukan yaitu kampanye literasi untuk mendorong peran dari orang tua, sekolah, dan lingkungan sekitar agar semakin optimal dalam memberikan dukungan dalam terciptanya suasana yang kondusif bagi pertumbuhan generasi baca. Adapun gerakan #AkuBaca dilakukan dengan membuat fitur Buku Bergerak guna melakukan penggalangan buku-buku donasi dari masyarakat umum di “ATM Setor Buku” yang kemudian dikirimkan ke berbagai Taman Bacaan Masyarakat (TBM) di seluruh wilayah di Indonesia. Upaya penyediaan buku ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap buku sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan bahan bacaan.

Program kedua yang termasuk dalam Inspirasi Pendidikan yaitu KG Music Club. Program ini berupa pelatihan musik yang diselenggarakan atas kerjasama dengan musisi profesional. KG Music Club diperuntukkan bagi anak-anak warga sekitar wilayah perkantoran Kompas Gramedia Palmerah Selatan. Keaktifan anak dalam hal musik ini diharapkan dapat mengoptimalkan tumbuh kembang anak-anak menjadi anak yang aktif, cerdas, dan kreatif.

Program ketiga dalam Inspirasi Pendidikan yaitu KG English Club. Program ini berupa sebuah pembelajaran Bahasa Inggris yang diselenggarakan secara gratis untuk anak-anak warga sekitar perkantoran Kompas Gramedia Palmerah Selatan. Program ini

bekerjasama dengan Gramedia Academy dalam menyusun silabus pembelajaran. Program KG English Club memberikan kesempatan bagi karyawan Kompas Gramedia untuk menjadi volunteer sebagai pengajar untuk mendampingi anak-anak dalam proses belajar. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan budaya belajar dan memperkenalkan penggunaan Bahasa Inggris sederhana yang dikemas secara *fun*. Antusiasme anak-anak dalam mengenal Bahasa Inggris diharapkan dapat membuat mereka menjadi lebih mudah dalam mempelajari Bahasa Inggris ke depan di mana Bahasa Inggris merupakan bahasa yang sangat dibutuhkan di era saat ini.

2. Inspirasi Lingkungan

Program pada Inspirasi Lingkungan terdiri dari Kampung Koran dan Bank Sampah. Kampung Koran bekerjasama dengan Salam Rancage beserta warga yang tinggal di sekitar lokasi perkantoran Kompas Gramedia yang beralamat di Palmerah Selatan. Program ini berupa aktivitas produksi yang menghasilkan produk kerajinan anyaman koran untuk dijual secara umum. Pemanfaatan koran bekas ini sekaligus sebagai aktivitas daur ulang yang dapat mengurangi sampah. Program ini dijalankan guna mencapai tiga keselarasan yaitu dalam hal finansial, sosial, dan lingkungan.

Bank Sampah merupakan program pengembangan dari Kampung Koran. Bermitra dengan Salam Rancage, program ini mengajak warga sekitar untuk mendirikan bank sampah. Letak bank sampah yaitu di 3 kampung sekitar wilayah perkantoran Kompas Gramedia Palmerah Selatan. Nasabah Bank Sampah saat ini sudah berjumlah lebih dari 200 warga. Keberadaan Bank Sampah ini telah berkontribusi dalam pengurangan sampah sebanyak 1 ton sampah setiap bulannya.

Hasil dari keberadaan bank sampah yaitu adanya tabungan nasabah yang memberikan manfaat ekonomi bagi warga. Program bank sampah juga memberikan manfaat berupa peningkatan modal sosial yaitu terjalannya kerjasama antarwarga. Selain itu, program ini dapat meningkatkan pelestarian lingkungan

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

3. Inspirasi Budaya

Inspirasi Budaya merupakan bentuk kepedulian Kompas Gramedia terhadap kebudayaan Indonesia yang beragam. Wujud dari program ini yaitu dengan didirikannya Bentara Budaya di 4 wilayah yaitu Yogyakarta, Jakarta, Bali, dan Solo. Bentara Budaya merupakan wadah yang menampung berbagai budaya Indonesia dari segala latar belakang dan juga kalangan. Setiap tahunnya, lebih dari 100 acara digelar di 4 lokasi Bentara Budaya ini. Rangkaian kegiatan ini setiap bulannya ditampilkan di halaman depan Bentara Budaya sehingga dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, rangkaian acara juga ditampilkan dalam website resmi bentara budaya agar mempermudah akses.

Bentara Budaya memfasilitasi berbagai kegiatan dan siap bekerja sama dengan siapa saja tanpa adanya batasan-batasan tertentu. Hal ini tertuang di dalam tulisan deskripsi tentang Bentara Budaya yaitu “Sebagai utusan budaya, Bentara Budaya menampung dan mewakili wahana budaya bangsa, dari berbagai kalangan, latar belakang, dan cakrawala yang mungkin berbeda. Balai ini berupaya menampilkan bentuk dan karya cipta budaya yang mungkin pernah mentradisi, bentuk-bentuk kesenian massa yang pernah populer dan merakyat, dan karya-karya baru yang seolah tak mendapatkan tempat dan dianggap tak layak tampil di sebuah gedung terhormat. Bentara Budaya berperan sebagai titik temu antara aspirasi yang pernah ada dengan aspirasi yang sedang tumbuh. Bentara Budaya siap bekerja sama dengan siapa saja”. Tidak adanya batasan baku terhadap jenis kebudayaan yang bisa bekerja sama dengan Bentara Budaya ini menunjukkan keseriusan Kompas Gramedia dalam mendukung kebudayaan yang tidak pandang bulu.

KESIMPULAN

Kompas Gramedia tidak hanya berfokus pada *profit* tetapi juga telah melakukan program-program kepedulian terhadap lingkungan sekitar melalui Inspirasi Nusantara yang dalam konsep Formula 3P yaitu *people* dan *planet*. Konsep *people* terdapat pada program Inspirasi Pendidikan yaitu #AkuBaca,

KG Music dan KG English Club. Tiga kegiatan ini berupa peningkatan literasi, pelatihan bermain musik, dan pembelajaran Bahasa Inggris. Adapun pada *planet*, Kompas Gramedia memiliki program Inspirasi Lingkungan yaitu Kampung Koran dan Bank Sampah. Kampung Koran yaitu pemanfaatan koran bekas yang didaur ulang agar menjadi barang yang bernilai jual lebih tinggi. Adapun Bank Sampah setiap bulannya telah berkontribusi mengurangi 1 ton sampah. Selain Bank Sampah.

Pada program CSR Kompas Gramedia, ada satu bidang yang kemudian juga menjadi *concern* bagi perusahaan yang memiliki cita-cita “mencerahkan masyarakat” ini. Bidang tersebut yaitu budaya. Kompas Gramedia memiliki program Inspirasi Budaya yaitu berupa pendirian Bentara Budaya di 4 kota. Bentara Budaya terus aktif dan rutin dalam menyelenggarakan kegiatan budaya. Kegiatan budaya di sini terbuka untuk banyak hal dan tidak mengekang dengan batasan-batasan. Hal ini menunjukkan keseriusan CSR Kompas Gramedia dalam hal melestarikan kebudayaan.

Kompas Gramedia telah menerapkan *Triple Bottom Line* atau yang dikenal “Formula 3P” di mana *profit* berupa upaya perusahaan dalam mengejar keuntungan, *people* berupa program peningkatan literasi dan pembelajaran musik serta Bahasa Inggris kepada anak-anak, dan *planet* berupa pelaksanaan kegiatan daur ulang dan gerakan kepedulian lingkungan. Di luar konsep 3P, dilakukan program CSR berupa pendirian Bentara Budaya sebagai bentuk kepedulian terhadap kelestarian budaya. Pada Konsep *Triple Bottom Line*, Kompas Gramedia telah memenuhi 3 unsur yaitu *profit*, *people*, dan *planet* sekaligus menambahkan budaya sebagai *concern* kepedulian mereka.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Elkington, J. 1997. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. United Kingdom: Capstone Publishing Limited
- Mardikanto, T. 2018. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta

Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial	e ISSN: 2620-3367	Vol. 4 No. 1	Hal : 51-56	Juli 2021
-----------------------------------	-------------------	--------------	-------------	-----------

- Kartika, D. 2020. *Corporate Social Responsibility: Tranformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama
- Savitz, A. W. & Weber, K. 2006. *The Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social, and Environmental Success and How You Can Too*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Untung, H. B. 2017. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Jurnal & Artikel

- Kanji, R. & Agrawal, R. 2016. *Models of Corporate Social Responsibility: Comparison, Evolution and Convergence*. Sage Journals. Jurnal Online. Melalui
<<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>> [05/05/2021]
- Khairina, A.I. 2011. *Pendidikan Bahasa Inggris Untuk Anak Usia Dini*. Digital Repository Politeknik Negeri Medan. Artikel Online. Melalui
<<http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/448>> [05/05/2021]
- Michael, dkk. 2019. *Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line*. Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2 No. 1, 23-31. Jurnal Online. Melalui
<<http://jurnal.unpad.ac.id/focus/issue/view/1278>> [05/05/2021]
- Nayenggita, dkk. 2019. *Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2 No. 1, 61-66. Jurnal Online. Melalui
<<http://jurnal.unpad.ac.id/focus/issue/view/1278>> [05/05/2021]
- Prayogo, D. & Hilarius, Y. 2012. *Efektivitas Program CSR/CD dalam Pengentasan Kemiskinan: Studi Peran Perusahaan Geotermal di Jawa Barat*. Jurnal Sosiologi Masyarakat, Vol. 17, No. 1, Januari. Jurnal Online. Melalui

<<http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/mjs/article/viewArticle/3743>> [05/05/2021]

Website

- Bentara Budaya (tanpa tahun). “*Sejarah Bentara Budaya*”. Melalui
<<https://www.bentarabudaya.com/profil/sejarah-bentara-budaya>> [23/05/2021]
- Gramedia Academy (tanpa tahun). *Professional Academy*. Melalui
<<https://www.gramediaacademy.com/about>> [07/05/2021]
- ISO 26000. 2010. *Guidance for Social Responsibility*. Melalui
<<https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>> [05/05/2021]
- Kompas Gramedia (tanpa tahun). “*Kontribusi Sosial*”. Melalui
<https://www.kompasgramedia.com/#csr> [10/05/2021]
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. 2007. Melalui
<<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39965>> [05/05/2021]

Materi Presentasi

- Corporate Communication Kompas Gramedia. 2017. *KG English Club: CSR Synergy*. Materi Presentasi Corporate Communication Kompas Gramedia.