

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Media Exposure*

2.1.1.1 Pengertian *Media Exposure*

Pengungkapan media merupakan bagian dari pertanggungjawaban penyampaian informasi kepada publik. Dilakukan melalui *press release* kepada media massa atau mengundang wartawan untuk meliput kegiatan CSR. Penyampaian informasi kegiatan CSR merupakan medium bagi perusahaan untuk memberikan informasi tentang perkembangan pelaksanaan kegiatan dan sebagai penegasan bahwa perusahaan peduli terhadap masyarakat sekitar. Tujuan penyampaian informasi ini penting sebagai bentuk akuntabilitas dan sekaligus untuk membangun kepercayaan publik dan reputasi positif perusahaan (Abdul Ghani 2016:230).

Menurut Widiastuti (2018) menyatakan bahwa:

“*Media exposure* didefinisikan dengan kejadian atau kegiatan perusahaan berdampak sosial dan lingkungan yang diliput oleh media atau dipublikasikan oleh media. *Media exposure* mengindikasikan tekanan publik maupun bentuk penghargaan publik maupun bentuk penghargaan publik atau masyarakat terhadap perusahaan melalui pemberitaan media.”

Menurut Damayanti, dkk (2022) menyatakan bahwa:

“*Media exposure* merupakan wadah untuk melaporkan suatu aktivitas CSR perusahaan dengan menggunakan *website* perusahaan sebagai suatu

platform untuk berkomunikasi antara perusahaan dan masyarakat ataupun dengan *stakeholders*. *Website* perusahaan merupakan fitur internet yang mana bisa menjadi *platform* perusahaan untuk berkomunikasi terhadap *stakeholders* dan masyarakat.”

Menurut Alfariz (2020) mendefinisikan *media exposure* sebagai berikut:

“Media exposure is defined as reports by mass media that highlight companies. With companies being highlighted by the media, companies will be more careful in making decisions. The more frequent companies are reported by the mass media, the public will grow more aware that it puts companies as an object of public attention which finally leads to public supervision.”

Menurut Hasibuan (2020) menyatakan bahwa:

“Media exposure adalah alat untuk mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan perusahaan melalui berbagai media. Media exposure dapat menjadi akses bagi semua pihak seperti investor, masyarakat dan pemerintah yang dapat dilihat melalui website resmi perusahaan.”

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi terkait identitas dan aktivitas perusahaan. Apabila perusahaan ingin mendapatkan pengakuan dan kepercayaan maka perusahaan harus memenuhi kebutuhan *stakeholder* serta mempunyai cara untuk berkomunikasi secara efektif dengan *stakeholder*, karena komunikasi merupakan bagian yang sangat penting dalam manajemen CSR. Pengungkapan CSR tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media yang ada seperti televisi, surat kabar maupun melalui internet (*website* perusahaan).

2.1.1.2 Pengukuran *Media Exposure*

Di dalam penelitian ini jenis media yang dimaksudkan dalam pengukuran *media exposure* adalah penggunaan internet (*website*) perusahaan untuk menginformasikan dan mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan. Pemilihan internet (*website*) perusahaan sebagai pengukuran CSR ini dikarenakan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi sehingga media internet menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Adanya pengungkapan CSR melalui *website* perusahaan diharapkan masyarakat dapat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Widiastuti (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

“*media exposure* dapat diukur dengan menggunakan jumlah berita atau artikel mengenai perusahaan yang diterbitkan oleh dua surat kabar di Indonesia, yaitu *tribunnews* dan *kompas*. *Tribunnews* mewakili media lokal, sedangkan *kompas* mewakili media nasional. Pengukuran dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas pencarian yang tersedia di halaman web surat kabar tersebut.”

Menurut Damayanti (2022) menyatakan bahwa:

“pengukuran *media exposure* dilakukan dengan menghitung jumlah liputan atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang diterbitkan oleh media massa seperti *kompas.com*, *tirto.id*, *detik.com* dan media massa mainstream lainnya. Pengukuran dilakukan dengan cara melakukan pencarian di web dengan menggunakan kata kunci nama perusahaan dan kegiatan CSR perusahaan.”

Menurut Hasibuan (2020) menyatakan bahwa:

“*Media exposure* dapat diukur dengan menggunakan *dummy variabel*. Nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR dan laporan keuangan dalam *annual report* di *website* resmi perusahaan. Nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR dan laporan keuangan dalam *annual report* di *website* resmi perusahaan”

Menurut Arikarsita (2020) menyatakan bahwa:

“*Media exposure* diukur dengan menggunakan variabel dummy, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengkomunikasikan kegiatan CSR di website perusahaan dan memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di website perusahaan.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti (2018) maka pengukuran *media exposure* dapat dilakukan dengan menghitung jumlah media yang digunakan atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang diterbitkan oleh media massa dan media sosial.

2.1.2 *Environmental Sensitivity*

2.1.2.1 Pengertian *Environmental Sensitivity*

Keberadaan industri tidak bisa dipisahkan dari lingkungan sehingga keterikatan antara aktivitas industri dengan masyarakat sekitar merupakan keniscayaan. Hal tersebut karena industri membutuhkan sumber daya, logistik dan pasar. Lingkungan (*environment*) merupakan tantangan yang selalu relevan agar aktivitas usaha bisa memberikan banyak manfaat terhadap kesejahteraan masyarakat dengan dampak pencemaran yang minimal. Dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan atas kegiatan operasional yang dilakukan suatu perusahaan atau industri disebut *environmental sensitivity*. Perusahaan yang menghasilkan dampak pencemaran seringkali mendapat sorotan dari masyarakat. (Abdul Ghani 2016:5).

Menurut Dimas Prasethiyo (2017) menyatakan bahwa:

“Sensitivitas industri didefinisikan sebagai faktor potensial yang dapat mempengaruhi indeks pada praktik pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan”

Menurut Iffat Hanifah (2018) menyatakan bahwa:

“*Environmental sensitivity* merupakan tingkat sensitivitas perusahaan terhadap kerusakan lingkungan. Perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* akan memperoleh tekanan yang lebih tinggi dari lingkungan untuk mengungkapkan aktivitasnya.”

Menurut Dias (2018) menyatakan bahwa:

“*Environmental sensitivity is companies whose activities have greater environmental impact environmental matters. These companies are pressured by specific stakeholders to provide them with information about the magnitude of these impacts.*”

Menurut Kustina (2020) menyatakan bahwa:

“*Environmental sensitivity* atau sensitivitas industri merupakan karakteristik yang dimiliki perusahaan manufaktur yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan.”

Menurut Pirmayanthi (2021) menyatakan bahwa:

“*Envirionmental sensitivity* merupakan sensitivitas industri yang berkaitan dengan pengaruh yang diakibatkan dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat”.

Berdasarkan pengertian *environmental sensitivity* diatas maka dapat disimpulkan bahwa *environmental sensitivity* atau sensitivitas industri dapat diartikan sebagai seberapa besar pengaruh dan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat.

2.1.2.2 Pengukuran *Environmental Sensitivity*

Menurut Dimas Prasethiyo (2017) menyatakan bahwa:

“Alat ukur sensitivitas industri adalah dengan menggunakan variabel dummy, dengan memberikan skor 1 untuk perusahaan dengan sensitivitas industri tinggi dan skor 0 untuk perusahaan dengan sensitivitas industri rendah.”

Menurut Dias (2018) menyatakan bahwa:

“Environmental sensitivity (EnvS) was assigned the value 1 if company activities have strong environmental impact (mining, oil and gas, chemicals, construction and building materials, forestry and paper, steel and other metals, transport, electricity, gas and water distribution), and 0 otherwise.”

Menurut Iffat Hanifah (2018) menyatakan bahwa:

“Environmental sensitivity diukur dengan menggunakan variabel dummy dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan high profile dan 0 untuk perusahaan low profile”

Menurut Kustina (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

“Sensitivitas industri dapat diukur dengan menggunakan variabel *dummy*. Nilai 1 untuk kategori perusahaan *high profile*. Nilai 0 untuk perusahaan kategori *low profile*.”

Berdasarkan penelitian Kustina (2020) maka pengukuran *environmental sensitivity* diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan *high profile* dan 0 untuk perusahaan *low profile*. Adapun yang termasuk ke dalam kategori perusahaan *high profile* yaitu pertanian, kehutanan, perikanan, pertambangan dan jasa penambangan, konstruksi, makanan dan minuman produsen tembakau, kertas dan bersekutu, kimia dan produk bersekutu, plastik dan produk kaca, otomotif dan produk bersekutu, farmasi barang konsumsi, telekomunikasi. Sedangkan kategori perusahaan *low profile* meliputi pakan ternak dan peternakan, produk pabrik tekstil, pakaian jadi dan produk tekstil lainnya, kayu dan produk kayu, perekat, semen, logam dan produk semen, logam dan produk serumpun, produk logam fabrikasi, batu, tanah liat, dan produk beton, kabel, peralatan elektronik dan kantor, fotografi, layanan transportasi, perdagangan grosir dan ritel, perbankan, agen kredit selain bank, sekuritas, *real estate* dan *property*, hotel dan jasa perjalanan, holding dan perusahaan investasi lainnya.

2.1.3 Kepemilikan Institusional

2.1.3.1 Pengertian Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah besarnya jumlah saham yang dimiliki institusi dari total saham beredar. Adanya kepemilikan insitusional dapat memantau secara professional perkembangan investasinya sehingga tingkat pengendalian terhadap manajemen sangat tinggi pada akhirnya dapat menekan potensi kecurangan. Pemegang saham institusional diantaranya mencakup perusahaan asuransi, dana pensiun dan reksadana (Suaidah 2020:24).

Menurut Nurleni et al (2018) menyatakan bahwa:

“Institutional ownership is an ownership by the parties in the form of institutions such as foundations, banks, insurance companies, investment companies, pension funds, limited liability companies (PT), and other institutions. An institution is usually able to control the majority of stocks because it has greater resources than the other stockholders. Since it controls the majority of stocks, then the institutional party can monitor the management policy more restrictively than other stockholders.”

Menurut Singal dan Putra (2019) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki institusi atau lembaga seperti asuransi, bank, perusahaan asset manajemen dan kepemilikan institusi lainnya.”

Menurut Wibowo, D (2020) menyatakan bahwa:

“Suatu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perusahaan berbentuk perseroan terbatas (PT), bank dan institusi lainnya sebagai pihak yang memiliki saham dan menjadi pemegang saham”

Menurut Puspitadewi, dkk (2021) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan institusional ialah kepemilikan pihak yang berupa lembaga diantaranya yayasan, perusahaan asuransi, bank, perseroan terbatas, dan lembaga lainnya.”

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga atau institusi seperti yayasan, bank, perseroan terbatas, perusahaan asuransi dan institusi lainnya.

2.1.3.2 Pengukuran Kepemilikan Institusional

Menurut Jamil S, dkk (2019) kepemilikan institusional dapat diukur melalui proporsi kepemilikan saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang diukur dalam persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional dalam suatu perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$$

Menurut Firda Ayu (2019) kepemilikan institusional dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham pihak institusi}}{\text{jumlah keseluruhan saham perusahaan}} \times 100\%$$

Menurut Singal dan Putra (2019) kepemilikan institusional dapat diukur sesuai dengan kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi atau lembaga dibagi dengan jumlah saham yang beredar, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham pihak institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100$$

Dari beberapa pernyataan diatas mengenai pengukuran kepemilikan institusional maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional dapat diukur

dengan membagi jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dengan jumlah saham yang beredar pada perusahaan (Singal dan Putra; 2019).

2.1.4 Independensi Dewan Komisaris

2.1.4.1 Pengertian Independensi Dewan Komisaris

Komisaris independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat ataupun seseorang yang berhubungan secara langsung ataupun tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan. Independensi bagi komisaris merupakan hal yang diharuskan dalam suatu perusahaan publik agar komisaris dapat menjalankan tugas-tugasnya dengan efektif. Istilah dewan komisaris menunjukkan keberadaan mereka sebagai wakil dari pemegang saham independen (minoritas) dan juga mewakili kepentingan investor (Hasnati (2014:44).

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pasal 120 ayat 2 menyatakan bahwa:

“Komisaris Independen yang ada di dalam pedoman tata kelola perseroan yang baik (*code of good corporate governance*) adalah komisaris dari pihak luar”

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No.33/PJOK.04/2014 bahwa:

“Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang berasal dari luar Perusahaan Efek dan memenuhi persyaratan sebagai Komisaris

Independen sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini.”

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance menyatakan bahwa:

“Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham mayoritas, serta bebas dari hubungan bisnis dan/atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau semata-mata demi kepentingan perusahaan.”

Menurut Zulfikar et al (2017) menyatakan bahwa:

“The Independent Commissioner is a commissioner who does not have the relation of financial, management, shareholding, and family relation to other commissioners, directors, controlling shareholders and other relation which could affect its ability to act independently”

Menurut Asiah dan Munirudin (2018) menyatakan bahwa:

“Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan.”

Menurut Vivian, dkk (2020) menyatakan bahwa:

“Dewan Komisaris Independen adalah wakil perseroan bagi pemegang saham dan pengendali tertinggi dalam perseroan yang bertugas sebagai pengawas pengurus (direksi) atas pelaksanaan pengurusan perseroan dan bertanggung jawab menjamin terpenuhinya tanggung jawab pengurus (direksi) dalam pengembangan dan pelaksanaan pengendalian internal perusahaan.”

Menurut Pirmayanthi, dkk (2021) menyatakan bahwa:

“Independensi dewan komisaris adalah anggota komisaris yang berada dari luar perusahaan (tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan). Dewan komisaris melaksanakan proses pengawasan lebih responsive terhadap investor dan peran komisaris yang independen tersebut dapat

meningkatkan kepatuhan perusahaan terhadap pengungkapan pada akhirnya meningkatkan kualitas dari pengungkapan CSR yang dilakukan”

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dan tidak memiliki hubungan dengan perusahaan yang berfungsi untuk melakukan pengawasan, memberikan masukan serta bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan.

2.1.4.2 Pengukuran Independensi Dewan Komisaris

Metode pengukuran pada variabel independensi dewan komisaris menurut zulfikar et al (2017) dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Number of independent commissioner}}{\text{Total of Commissioners member}} \times 100\%$$

Menurut Asiah dan Muniruddin (2018) dapat dihitung dengan menggunakan proksi sebagai berikut:

$$\text{Proporsi DKI} = \frac{\text{Total Komisaris Independen}}{\text{Total Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

Menurut Azzahra (2021) Dewan Komisaris Independen dapat dihitung dengan menggunakan metode pengukuran sebagai berikut:

$$\text{Proporsi DKI} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Seluruh Komisaris}} \times 100\%$$

Adapun menurut Pirmayanthi, dkk (2021) independensi dewan komisaris dapat diproksikan dengan persentase independensi dewan komisaris di dalam perusahaan. Pengukuran variabel ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$IDK = \frac{\text{Independensi Dewan Komisaris}}{\text{Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

Dari beberapa pernyataan mengenai pengukuran independensi dewan komisaris, dapat kita simpulkan bahwa independensi dewan komisaris dapat diproksikan dengan persentase independensi dewan komisaris yaitu dengan perbandingan antara jumlah dewan komisaris independen dengan jumlah anggota dewan komisaris. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Pirmayanthi, dkk (2021).

2.1.5 Corporate Social Responsibility

2.1.5.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memperhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan usaha tersebut. CSR merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional

perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial di lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang (Budi Untung 2014:1).

Menurut M. Hopkins (2016:1) menyatakan bahwa:

Corporate social responsibility (CSR) is a process this is concerned with treating the stakeholders of a company or institution ethically and in a responsible manner. Key stakeholders must be treated in a manner deemed acceptable according to international norms.

1. *Social responsibility includes economic and environmental responsibility stakeholders exist both inside and outside a firm or institution.*
2. *The ultimate aim of corporate social responsibility is to create higher and higher standards of sustainable living, while preserving the profitability of the corporation or the integrity or the institution, for peoples both within and outside these entities. The key is how profits are made, not the pursuit or profits at any cost.*
3. *CSR and sustainability are closely linked in that key both aim to achieve sustainable development in societies. Both CSR and sustainability address multi-stakeholders and their materiality.*

Menurut the *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) dalam Jamil Shabran,dkk (2019) menyatakan bahwa:

“Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.”

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas dalam pasal 2 pasal 3 dengan menunjuk pada ketentuan pasal 74 (4) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang menjelaskan sebagai berikut:

Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan.

2.1.5.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pelaporan CSR merupakan kegiatan penyampaian informasi kepada para pihak. Pelaporan dalam bentuk informasi disusun dan dilaporkan kepada media massa sebagai wujud pertanggungjawaban informasi publik dan sekaligus untuk membangun reputasi. Sesuai dengan pedoman yang disusun ISO 26000, perusahaan juga didorong untuk menyampaikan laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting, SR*) kepada masyarakat dalam bentuk laporan yang terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Isi laporan menyangkut tanggung jawab sosial dan lingkungan yang cakupannya lebih luas dari konsep CSR, sebagaimana yang tercantum dalam perundang-undangan yang ada di Indonesia (Abdul Ghani (2016:229).

Menurut Pattisahusiwa dan Diyanti (2017) definisi pengungkapan

Corporate Social Responsibility adalah sebagai berikut:

“Wujud tanggung jawab atau komitmen yang dilakukan oleh perusahaan atas dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya. *corporate social responsibility* juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal.”

Menurut Sholihin, dkk (2018) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam annual report merupakan salah satu cara perusahaan dalam membangun berkontribusi, dan mempertahankan perusahaan dari sisi politis dan ekonomi. Dengan melakukan *social disclosure* perusahaan merasa aktivitas dan keberadaanya terlegitimasi, kemudian perusahaan berusaha mencari pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan aktivitas perusahaannya, sebab semakin kuat komposisi *stakeholder* maka akan semakin besar pula kecenderungan untuk dapat mengadaptasi diri terhadap keinginan stakeholdernya.”

Menurut Anwar (2020) menyatakan bahwa:

“CSR disclosure is the information provided by corporations in association to their policies, aspirations, and activities toward community, customers, environment, and employees”

Berdasarkan pernyataan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian kegiatan sosial perusahaan sebagai wujud tanggung jawab atau komitmen perusahaan kepada masyarakat atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya.

2.1.5.3 Faktor-faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yaitu:

- 1) Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam Undang-Undang.
- 2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- 3) Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- 4) Pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat.

- 5) Pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat.
- 6) Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- 7) Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- 8) Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
- 9) Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

Sedangkan menurut Abdul Ghani (2016:98) faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi CSR adalah sebagai berikut:

- 1) Kesadaran etika pebisnis
Kesadaran etis untuk berbisnis secara adil, merupakan cikal bakal tumbuhnya rasa tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dalam bentuknya yang paling sederhana, yaitu memberikan sumbangsih kepada masyarakat sekitar.
- 2) Tuntutan masyarakat sekitar
Meningkatnya pendidikan dan pengetahuan masyarakat mendorong kesadaran mereka tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara, termasuk tuntutan tanggung jawab pelaku bisnis kepada masyarakat.
- 3) Peran pemerintah
Pemerintah bersama parlemen adalah regulator kebijakan publik yang mengatur antara lain tentang hak-hak dan kewajiban warga negara, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan.
- 4) Tuntutan konsumen dan investor
Kecenderungan konsumen memilih suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh banyak hal. Salah satunya adalah tingkat daya beli masyarakat. Lapisan menengah ke bawah pada umumnya menjadikan aspek harga sebagai dasar utama pertimbangan. Sementara lapisan menengah ke atas mutu dan citra produk menjadi dasar pilihan.

2.1.5.4 Ruang Lingkup pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Azheri Busyira (2012:36) ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

- 1) ***Corporate Philantrophy*** adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini

dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu.

- 2) **Corporate Responsibility** adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- 3) **Corporate Policy** adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Sedangkan menurut Abdul Ghani (2016:231) ruang lingkup CSR memuat laporan pelaksanaan CSR dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) Praktik operasi perusahaan yang dijalankan dengan mempedomani asas keadilan.
- 2) Praktik pelayanan yang berkaitan dengan ketenagakerjaan.
- 3) Praktik bagaimana perusahaan berkontribusi terhadap upaya-upaya konservasi lingkungan.
- 4) Praktik penghormatan terhadap kebebasan dan hak asasi manusia (HAM).
- 5) Perlindungan konsumen.
- 6) Praktik pelibatan dan pengembangan masyarakat sekitar.
- 7) Integrasi CSR dalam proses bisnis.

Memuat laporan tentang hal-hal terkait aktivitas organisasi seperti sifat kegiatan operasi perusahaan, pemahaman organisasi seperti sifat kegiatan perusahaan, pemahaman organisasi, inisiatif kesukarelaan, membangun kredibilitas, pengembangan sistem dan model komunikasi.

2.1.5.5 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Rusdianto (2013:13) manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- 1) Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- 2) Meningkatkan citra perusahaan.
- 3) Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- 4) Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- 5) Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 6) Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital).
- 7) Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.

8) Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Sedangkan menurut Imam Syairozi (2019:15) selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan aktivitas CSR dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah, yaitu:

- 1) Manfaat bagi masyarakat
Dapat meningkatkan berbagai sektor seperti adanya pengadaan pendidikan yang layak serta berkualitas bagi masyarakat, sektor ketenagakerjaan seperti meningkatkan pelatihan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.
- 2) Manfaat bagi pemerintah
Aktivitas dari CSR sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kebijakan dari pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR di sekitar mereka.

2.1.5.6 Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan proksi *CSRDI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index)* berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia.

Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis* dalam mengukur variety dari CSRDI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Kemudian, skor dari setiap item dijumlahkan untuk

Memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Adapun rumus untuk perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan J

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 113$ (Skor Maksimal)

$\sum X_{ij}$: jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

Dummy variabel jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

Pengungkapan *corporate social responsibility* menyajikan informasi terkait aspek material, yaitu aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial organisasi atau yang secara nyata memengaruhi asesmen dan pengambilan keputusan para pemangku kepentingan. Salah satu format yang dapat digunakan saat ini adalah standar GRI. Standar GRI mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial kepada publik. Menyiapkan laporan sesuai dengan Standar GRI memberikan gambaran inklusif tentang topik material organisasi, dampak terkaitnya, dan bagaimana dampaknya-

dampak tersebut dikelola. Organisasi juga dapat menggunakan semua atau sebagian dari Standar GRI untuk melaporkan informasi spesifik. Berikut adalah penjelasannya:

- 1) Standar GRI 102 terdiri dari 33 item pengungkapan.
- 2) Standar GRI 103 terdiri dari tiga item pengungkapan.
- 3) Standar GRI 200 terdiri dari 13 item pengungkapan.
- 4) Standar GRI 300 terdiri dari 30 item pengungkapan.
- 5) Standar GRI 400 terdiri dari 34 item pengungkapan.

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor mengacu kepada indicator kinerja atau item yang disebutkan pada Standar GRI. Penjelasan mengenai indicator Standar GRI dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2. 1
Indikator Standar GRI

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
1. GRI 102		
Profil Organisasi		
1	GRI 102-1	Nama organisasi
2	GRI 102-2	Kegiatan, Merek, Produk, dan Jasa
3	GRI 102-3	Lokasi kantor Pusat
4	GRI 102-4	Lokasi Operasi
5	GRI 102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum

6	GRI 102-6	Pasar yang dilayani
7	GRI 102-7	Skala Organisasi
8	GRI 102-8	Informasi mengenai karyawan dan pekerja lain
9	GRI 102-9	Rantai Pasokan
10	GRI 102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya
11	GRI 102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan
12	GRI 102-12	Inisiatif eksternal
13	GRI 102-13	Keanggotaan asosiasi
Strategi		
14	GRI 102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior
15	GRI 102-15	Dampak Utama, Risiko, dan Peluang
Etika dan Integritas		
15	GRI 102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
Tata Kelola		
16	GRI 102-18	Struktur tata kelola
Keterlibatan Pemangku Kepentingan		
17	GRI 102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
18	GRI 102-41	Perjanjian perundingan kolektif
19	GRI 102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan
20	GRI 102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan
21	GRI 102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
Praktik Pelaporan		
22	GRI 102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi
23	GRI 102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
24	GRI 102-47	Daftar topik material
25	GRI 102-48	Penyajian kembali informasi
26	GRI 102-49	Perubahan dalam pelaporan

27	GRI 102-50	Periode pelaporan
28	GRI 102-51	Tanggal laporan terbaru
29	GRI 102-52	Siklus pelaporan
30	GRI 102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan
31	GRI 102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI
32	GRI 102-55	Indeks isi GRI
33	GRI 102-56	Assurance dari pihak eksternal
2. GRI 103		
Pendekatan Manajemen		
1	GRI 103-1	Penjelasan topik material dan batasannya
2	GRI 103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya
3	GRI 103-3	Evaluasi pendekatan manajemen
3. GRI 200		
Performa Ekonomi		
1	GRI 201-1	Nilai ekonomi langsung yang diatribusikan
2	GRI 201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
3	GRI 201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
4	GRI 201-4	Bantuan finansial yang diterima pemerintah
Keberadaan Pasar		
5	GRI 202-1	Rasio standar upah karyawan entry level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
6	GRI 202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
7	GRI 203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
8	GRI 203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
Praktik Pengadaan		
9	GRI 204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal

Anti Korupsi		
10	GRI 205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
11	GRI 205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan prosedur anti- korupsi
12	GRI 205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Perilaku Anti Persaingan		
13	GRI 206-1	Langkah- langkah hukum untuk perilaku anti- persaingan, praktik anti- trust dan monopoli.
4. GRI 300		
Material		
1	GRI 301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
2	GRI 301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
3	GRI 301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
Energi		
4	GRI 302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
5	GRI 302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
6	GRI 302-3	Intensitas energi
7	GRI 302-4	Pengurangan konsumsi energi
8	GRI 302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
Air		
9	GRI 303-1	Pengambilan air berdasarkan sumber
10	GRI 303-2	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
11	GRI 303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali
Keanekaragaman Hayati		

12	GRI 304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
13	GRI 304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
14	GRI 304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
15	GRI 304-4	Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
Emisi		
16	GRI 305-1	Emisi GRK (Cakupan 1) langsung
17	GRI 305-2	Emisi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
18	GRI 305-3	Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
19	GRI 305-4	Intensitas emisi GRK
20	GRI 305-5	Pengurangan emisi GRK
21	GRI 305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS).
22	GRI 305-7	Nitrogen oksida, sulfur oksida, dan emisi udara yang signifikan lainnya
Air Limbah dan Limbah		
23	GRI 306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
24	GRI 306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
25	GRI 306-3	Tumpahan yang signifikan
26	GRI 306-4	Pengangkutan limbah berbahaya.
27	GRI 306-5	Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limbah air
Kepatuhan Lingkungan		
28	GRI 307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
Penilaian Lingkungan Pemasok		

29	GRI 308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
30	GRI 308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
5. GRI 3400		
Kepegawaian		
1	GRI 401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan.
2	GRI 401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau cuti paruh waktu
3	GRI 401-3	Cuti melahirkan
Hubungan Tenaga Kerja atau Manajemen		
4	GRI 402-1	Periode pemberitahuan terkait perubahan operasional
Kesehatan dan Keselamatan Kerja		
5	GRI 403-1	Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen- pekerja untuk kesehatan dan keselamatan
6	GRI 403-2	Jenis kecelakaan kerja dan tingkat kecelakaan kerja, penyakit akibat pekerjaan, hari kerja yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian terkait pekerjaan
7	GRI 403-3	Para pekerja dengan risiko kecelakaan atau penyakit berbahaya tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
8	GRI 403-4	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh
Pelatihan dan Pendidikan		
9	GRI 404-1	Rata-rata pelatihan per tahun per karyawan
10	GRI 404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
11	GRI 404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier

Keanekaragaman dan Kesempatan Kerja		
12	GRI 405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
13	GRI 405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan dengan laki-laki
Non Diskriminasi		
14	GRI 406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan dan dilakukan
Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif		
15	GRI 407-1	Operasi dari pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
Pekerja Anak		
16	GRI 408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
Kerja Paksa atau Wajib Kerja		
17	GRI 409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
Praktik Keamanan		
18	GRI 410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
Hak-Hak Masyarakat Adat		
19	GRI 411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
Penilaian Hak Asasi Manusia		
20	GRI 412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
21	GRI 412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
22	GRI 412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia

Masyarakat Lokal		
23	GRI 413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
24	GRI 413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
Penilaian Sosial Pemasok		
25	GRI 414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
26	GRI 414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
Kebijakan Publik		
27	GRI 415-1	Kontribusi publik
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan		
28	GRI 416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan kerja dari berbagai kategori produk dan jasa
29	GRI 416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
Pemasaran dan Pelabelan		
30	GRI 417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa.
31	GRI 417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
32	GRI 417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran.
Privasi Pelanggan		
33	GRI 418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan Ekonomi		
34	GRI 419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan dibidang sosial dan ekonomi

Sumber : www.globalreporting.org

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu:

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Hasnia, SE dan Dr. Siti Rofingatusun, SE.,MM (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Growth</i> dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Profitabilitas, Likuiditas, <i>Growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, <i>Media Exposure</i> berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Hasnia dengan penelitian yaitu peneliti menggunakan variabel <i>media exposure</i> dan pengungkapan CSR.	Perbedaan penelitian ini yaitu peneliti tidak menggunakan variabel profitabilitas, likuiditas dan <i>growth</i> melainkan menggunakan variabel <i>environmental sensitivity</i> , kepemilikan institusional dan

					independensi dewan komisaris.
2	Dimas P. (2017)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	<i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sensitivitas industri dan media exposure tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Prasethyo dengan penelitian ini yaitu menggunakan variabel <i>media exposure</i> dan sensitivitas industri dan pengungkapan CSR.	Perbedaan penelitian yaitu tidak menggunakan variabel <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan.

3	Zulfikar (2017)	<i>Corporate Governance Compliance in Banking Industry: The Role of the Board</i>	<i>The results revealed that the size of the board of commissioner s, the proportion of independent commissioner s, the experience of commissioner s, and the size of the audit committee were factors that encouraged management in the banking industry to improve their firms' corporate governance compliance</i>	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar yaitu pada penelitian ini menggunakan variabel komisaris independen	Perbedaan penelitian yaitu pada variabel terikat yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel terikat.
4	I Gusti Agung Raka	Pengaruh <i>Consumer Proximity,</i>	<i>Consumer Proximity, Media</i>	Persamaan penelitian yang	Perbedaan penelitian yaitu

	Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, I Putu Julianto (2017)	<i>Media Exposure, dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Perusahaan di Indonesia</i>	<i>Exposure, Profitability</i> berpengaruh positif yang signifikan terhadap CSR, <i>Consumer Proximity, Media Exposure, dan Profitability</i> berpengaruh secara simultan terhadap CSR pada perusahaan.	dilakukan oleh Widiawan dengan penelitian ini yaitu penulis menggunakan variabel <i>consumer proximity, media exposure</i> dan pengungkapan CSR	penulis tidak menggunakan variabel profitabilitas melainkan menggunakan variabel <i>environmental sensitivity</i> kepemilikan institusional dan independensi dewan komisaris.
5	Luh Yuliskayani dan I Gst Ayu Eka Damayanthi (2018)	<i>Consumer Proximity, Media Exposure, Environmental Sensitivity, dan Profitability</i> dalam memengaruhi CSRD di Indonesia	<i>Consumer Proximity, Media Exposure Environment al Sensitivity dan, Profitability</i> berpengaruh positif terhadap CSRD.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yuliskayani dan penelitian ini yaitu penulis menggunakan variabel	Perbedaan penelitian yaitu penulis tidak menggunakan variabel <i>profitability</i> melainkan menambahkan variabel kepemilikan

				<i>Consumer Proximity, Media Exposure, Environmental Sensitivity</i> dan CSRD	institusional dan independensi dewan komisaris
6	Nurleni, Agus Bandang, Darmawati, Amiruddin (2018)	<i>The effect of managerial and institutional ownership on corporate social responsibility disclosure</i>	<i>The results showed that there is a direct effect of a negative and significant correlation between Managerial Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure and there is a direct effect of the positive and significant correlation between Institutional</i>	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nurleni yaitu peneliti menggunakan variabel kepemilikan institusional dan Pengungkapan CSR	Perbedaan penelitian yaitu peneliti tidak menggunakan variabel managerial ownership melainkan menggunakan variabel <i>consumer proximity, media exposure, environmental sensitivity</i> dan independensi dewan komisaris.

			<i>Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure.</i>		
7	Nur Aisah dan Munirudin (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Ukuran perusahaan dan Kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, Kepemilikan manajerial dan Dewan Komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR,	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Aisah dan Muniruddin yaitu pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu dewan komisaris independen dan pengungkapan CSR	Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini tidak menggunakan ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial
8	Iffat Hanifah Christita	Karakteristik Perusahaan, <i>Consumer</i>	Ukuran perusahaan berpengaruh	Persamaan penelitian yang	Perbedaan penelitian yaitu

	ma (2018)	<i>Proximity, Environmental Sensitivity, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	positif terhadap pengungkapan CSR, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, <i>Consumer Proximity</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, <i>Environmental Sensitivity</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	dilakukan oleh Iffat Hanifah yaitu menggunakan variabel <i>consumer proximity, environmental sensitivity</i> dan pengungkapan CSR.	peneliti tidak menggunakan variabel karakteristik perusahaan tetapi menggunakan variabel <i>media exposure, kepemilikan institusional dan independensi dewan komisaris.</i>
9	Muhammad	Analisis Faktor-Faktor	Kepemilikan institusi,	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian

	Rijalus Sholihin, Harnovin Sah, Yoosita Aulia (2018)	Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	dewan komisaris independen komite audit, dan ukuran perusahaan ternyata pengaruhnya signifikan terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> jika dilihat secara simultan, namun jika dilihat secara parsial hanya kepemilikan institusi dan ukuran perusahaan yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan dua lainnya	yang dilakukan oleh Sholihin dengan penelitian ini yaitu variabel kepemilikan institusi, dewan komisaris independen dan pengungkapan CSR.	yaitu tidak menggunakan variabel komite audit dan ukuran perusahaan.
--	--	---	--	---	--

			tidak mempunyai pengaruh yang signifikan		
10	Desak Kadek Rheadanti (2019)	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI	<i>Media Exposure</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, Ukuran perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSRD, <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSRD.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rheadanti yaitu pada penelitian ini menggunakan variabel <i>media exposure</i> dan pengungkapan CSR.	Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini menambahkan variabel <i>consumer proximity, environmental sensitivity, kepemilikan institusional</i> dan independensi dewan komisaris.

11	Patrisia Adiputra Singal dan Nym Wijana Asmara Putra (2019)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif pada CSR sedangkan Kepemilikan Asing berpengaruh negatif tak signifikan pada pengungkapan CSR	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Singal dan Putra yaitu peneliti menggunakan variabel kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR	Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini tidak menggunakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing.
12	Rifa Alfariz dan Harjanti Widiastuti (2020)	<i>The Influence of Media Exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility</i>	<i>Positive media exposure and ISR Award positively influenced CSR disclosure. managerial ownership and negative media exposure had no significant</i>	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Alfariz yaitu peneliti menggunakan variabel <i>Media Exposure</i> dan Pengungkapan CSR	Perbedaan penelitian peneliti tidak menggunakan variabel <i>managerial ownership</i> .

		<i>y (CSR) Disclosure</i>	<i>effect on CSR disclosure.</i>		
13	Nur Sadiah Hasibuan, Fitriasia, Mulyani ng Wulan (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Growth</i> dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, <i>Growth</i> tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, <i>Media Exposure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan dengan penelitian ini yaitu peneliti menggunakan variabel <i>media exposure</i> dan pengungkapan CSR	Perbedaan penelitian yaitu peneliti tidak menggunakan variabel ukuran perusahaan dan <i>growth</i> .
14	Ni Putu Tista Paradiva Yani dan I Dewa	Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional	Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yani	perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini penulis

	Dharma Suputra (2020)	dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	pengungkapan CSR, Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, <i>Leverage</i> secara statistik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	dan Suputra yaitu pada penelitian menggunakan variabel kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR	tidak menggunakan variabel kepemilikan asing dan <i>leverage</i> tetapi menggunakan variabel <i>consumer proximity, media exposure, environmental sensitivity</i> dan independensi dewan komisaris.
15	Vivian, Yessica Wijaya, Flerencia Charlie, Winnie, Devi, Namira Ufrida, Rahmi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen Terhadap	Secara simultan Profitabilitas, <i>Leverage</i> , ukuran perusahaan dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk yaitu pada penelitian ini variabel yang digunakan	Perbedaan penelitian yaitu peneliti tidak menggunakan variabel profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan

		<i>Corporate Social Responsibility</i>	CSR. Sedangkan secara parsial yang berpengaruh dan tidak signifikan dalam pelaksanaan CSR adalah profitabilitas, <i>leverage</i> dan dewan komisaris independen sedangkan yang berpengaruh signifikan dalam pelaksanaan CSR adalah ukuran perusahaan dan umur perusahaan	yaitu dewan komisaris independen dan pengungkapan CSR sebagai variabel terikat.	dan umur perusahaan
16	Ahmad Rizal Purwanto (2020)	Pengaruh Ukuran Komite Audit, Dewan	Ukuran Komite Audit, Dewan Komisaris	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh	Sedangkan perbedaan pada penelitian ini

		<p>Komisaris Independen, Kepemilikan Pemerintah, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Keluarga, dan Kepemilikan Asing Terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p>Independen, Komposisi kepemilikan pemerintah, dan Kepemilikan Asing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR, Komposisi Kepemilikan Keluarga berpengaruh negatif signifikan terhadap</p>	<p>Purwanto dengan penelitian ini yaitu menggunak an variabel kepemilikan institusional , dewan komisaris independen dan pengungkap an CSR.</p>	<p>menambahk an variabel <i>consumer proximity, media exposure</i> dan <i>environment al sensitivity</i>.</p>
--	--	---	---	--	--

			pengungkapan CSR.		
17	Putu Tuty Pirmayanthi, Ni Wayan Rustiari Ni Putu Shinta Dewi (2021)	Pengaruh <i>Consumer Proximity, Media Exposure, Environmental Sensitivity,</i> Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Consumer Proximity, Media Exposure,</i> dan Independensi Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR Sedangkan <i>Environmental Sensitivity</i> dan Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Pirmayanthi dengan penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen yang digunakan	Perbedaan penelitian yaitu variabel <i>consumer proximity</i> tidak digunakan pada penelitian ini, perusahaan, periode serta indikator pengukuran yang digunakan.
18	Lintang Dayu Azzahra (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan	Kepemilikan manajerial berpengaruh positif	Persamaan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian yaitu tidak menggunakan

		Manajerial Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	terhadap tingkat pengungkapan CSR Namun, penelitian ini tidak mampu menemukan bukti pengaruh antara variabel profitabilitas, <i>leverage</i> , dan dewan komisaris independen terhadap tingkat pengungkapan CSR.	oleh Azzahra dengan penelitian ini yaitu variabel dewan komisaris independen dan pengungkapan CSR.	an variabel profitabilitas, <i>leverage</i> dan kepemilikan manajerial.
--	--	---	---	---	--

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Komunikasi CSR merupakan komunikasi mengenai kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan berbagai media untuk

pengungkapan *corporate social responsibility*. Laporan tahunan (*Annual report*) adalah media komunikasi perusahaan selain untuk mengungkapkan informasi tentang posisi keuangan juga digunakan untuk mengungkapkan informasi lingkungan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hasibuan, dkk (2020) menyatakan bahwa:

“Dengan penggunaan media, memungkinkan dialog secara langsung antar semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga akan meningkatkan transparansi perusahaan mengenai informasi perusahaan, *investor relation*, berita dari kegiatan, pelaporan keuangan perusahaan, info karir serta pengungkapan CSR. Peningkatan *media exposure* akan diimbangi dengan kenaikan pengungkapan CSR. sehingga *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.”

Perusahaan dapat berbagi informasi tentang kegiatan perusahaannya dengan memanfaatkan berbagai media yang ada, salah satu kegiatan yang dapat dikomunikasikan yaitu CSR. Ada tiga jenis media yang dapat digunakan oleh perusahaan seperti media televisi, surat kabar, dan internet (Arikarsita 2020). Penggunaan internet sebagai media dalam pengungkapan CSR, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.

Menurut Hasnia dan Siti Rofingatun (2017) menyatakan bahwa:

“Penggunaan media *website* akan menjadi media yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena berperan aktif dalam menggambarkan nilai perusahaan dengan memberikan riwayat penyusunan laporan keuangannya, salah satunya terkait dengan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan hasil bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.”

Menurut Alfariz (2020) Menyatakan bahwa:

“Media exposure is defined as reports by mass media that highlight companies. With companies being highlighted by the media, companies will be more careful in making decisions. The more frequent companies are reported by the mass media, the public will grow more aware that it puts companies as an object of public attention which finally leads to public supervision.”

Menurut Arikarsita (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

“Media exposure memiliki pengaruh positif pada corporate social responsibility disclosure. Perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih luas ketika aktivitas CSRnya dipublikasikan pada website resmi perusahaan. Paparan media berperan penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dan mampu menggiring pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Media exposure melalui website resmi perusahaan akan memberikan kesempatan kepada para pemangku kepentingan untuk berdialog secara langsung dengan perusahaan sehingga perusahaan akan meningkatkan transparansi melalui pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan. Media juga berperan penting bagi stakeholder khususnya bagi investor dan kreditor dalam hal pengambilan keputusan, sehingga secara tidak langsung media turut mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.”

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada media *website* perusahaan dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien. Hal ini didorong oleh perkembangan zaman, yang semakin canggih sehingga para investor dan *stakeholder* maupun masyarakat akan lebih mudah memperoleh informasi mengenai suatu perusahaan melalui website perusahaan. Peningkatan *media exposure* akan diimbangi dengan kenaikan pengungkapan CSR.

2.2.2 Pengaruh *Environmental Sensitivity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Keberadaan sebuah perusahaan tidak terlepas dari sorotan masyarakat yang berada disekitar lingkungan kegiatan operasi bisnis yang dilakukan. Setiap perusahaan memiliki karakter yang berbeda sesuai dengan jenis kegiatan yang dilakukan perusahaan. Kegiatan operasi perusahaan yang dilakukan tersebut akan menimbulkan dampak yang berbeda terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akibat kegiatan operasi perusahaan cenderung akan memperoleh sorotan dari masyarakat.

Menurut Prasethiyo (2017) secara umum perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas industri yang tinggi merupakan perusahaan yang bersinggungan langsung dengan konsumen dan kepentingan luas lainnya. Perusahaan yang berada pada industri yang tinggi akan memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasi perusahaan yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. perusahaan yang termasuk kategori sensitivitas industri merupakan perusahaan tipe *high profile*. Perusahaan *high profile* memiliki karakteristik seperti jumlah tenaga kerja yang banyak serta dalam proses produksinya menghasilkan residu seperti limbah dan polusi. Maka perusahaan dengan tipe *high profile* cenderung akan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan karena perusahaan menjadi sorotan masyarakat. Pengungkapan CSR ini bertujuan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan.

Hal ini juga didukung dengan penelitian Pirmayanthi (2021) yang menjelaskan bahwa:

“Environmental Sensitivity berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki resiko lebih besar akan mengungkapkan kinerja lingkungan dengan lebih berkualitas karena disorot dalam masalah CSR dibandingkan perusahaan yang berada pada industri lainnya”

Perusahaan dengan dampak lingkungan yang lebih besar akan tunduk pada tekanan yang lebih besar terhadap masalah lingkungan daripada perusahaan lain sehingga perusahaan tersebut cenderung mengungkapkan segala kegiatan yang ada di perusahaan.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dias (2018) yang menyatakan bahwa:

“Companies whose activities have greater environmental impact are especially concerned about environmental matters These companies are pressured by specific stakeholders to provide them with information about the magnitude of these impacts. The management of environmental aspects (including by SMEs) offers the possibility of reducing costs, developing innovation and enhancing competitive advantages”

Yuliskayani dan Damayanthi (2018) menyatakan bahwa:

“Perusahaan dengan tingkat kepekaan yang tinggi akan mengungkapkan kinerja lingkungannya lebih baik dan lebih luas untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari aktivitas dari para aktivitas sosial dan masyarakat. Sehingga environmental sensitivity berpengaruh positif terhadap CSRD dalam membedakan suatu perusahaan dalam industri”

Menurut Iffat Hanifah (2018) menyatakan bahwa:

“Perusahaan dengan dampak lingkungan lebih besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi lingkungan daripada perusahaan yang lain. Semakin tinggi risiko kerusakan lingkungan yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.”

Menurut Kustina (2020) menyatakan bahwa:

“Sensitivitas Industri berpengaruh terhadap CSR. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat sensitivitas industri maka semakin tinggi legitimasi yang diberikan masyarakat terhadap perusahaan karena perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang luas.”

Pada dasarnya pengungkapan *corporate social responsibility* ini bertujuan sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan terhadap dampak yang dihasilkan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Sehingga, semakin tinggi sensitivitas industri perusahaan maka akan mempengaruhi peningkatan pengungkapan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga atau institusi seperti yayasan, bank, perseroan terbatas, perusahaan asuransi dan institusi lainnya.

Menurut Nurleni et al (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

“Institutional ownership variable has a positive and significant effect on the corporate social responsibility disclosure. A company which has more dominant stockholding by other institutions or is usually called as

institutional ownership will have higher supervision and control on the management.”

Singal dan Putra (2019) yang menyatakan bahwa:

“Kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela. Sehingga kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.”

Menurut Sihombing (2020) yang menyatakan bahwa:

“Kepemilikan institusional penting dalam memonitoring kinerja suatu perusahaan. Kepemilikan institusional sama dengan halnya dengan kepemilikan suatu perusahaan. Bertambah banyak saham yang ada dalam perusahaan tersebut, menjadikan bertambah tinggi pula pengaruh kepemilikan institusional dalam pengembangan perusahaan termasuk CSR. Tinggi nya kepemilikan oleh institusi akan menaikkan pengawasan kinerja perusahaan.”

Hal ini sejalan dengan penelitian Yani dan Suputra (2020) yang menyatakan bahwa:

“Semakin tinggi tingkat kepemilikan pada perusahaan, maka upaya pengungkapan CSR akan cenderung semakin meningkat. Hal tersebut dikarenakan tingginya tingkat kepemilikan institusional akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional, sehingga pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).”

2.2.4 Pengaruh Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan

Corporate Social Responsibility

Dewan komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dan tidak memiliki hubungan dengan perusahaan yang

berfungsi untuk melakukan pengawasan, memberikan masukan serta bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan.

Menurut Garaika (2019) menyatakan bahwa:

“Existence an independent of commissioners in companies Indonesia regulated by BAPEPAM provisions and Indonesian Stock Exchange Regulation No. 1-A dated July 14, 2004. Based on the regulation, the minimum number of Independent Commissioners is 30%. This provision influences the control and supervision of management in the company’s operations, including disclosure of corporate social responsibility. Application of control and supervision of management by an independent commissioner is when management does not carry out activities that are following predetermined achievements and other activities that can have a positive impact on the company’s sustainability in the future. The activity in question is the implementation and disclosure of CSR activities. Independent Commissioners can conduct supervisory and control activities towards CSR disclosure. It means the existence independent of commissioners influence the decision making regarding the CSR disclosure.”

Sedangkan menurut Vivian, dkk (2020) menyatakan bahwa:

“Dengan kekuasaan dewan komisaris yang luas dalam mengawasi dan mengendalikan manajemen perusahaan agar pengelolaan perusahaan semakin efektif, maka dengan kekuasaan dewan komisaris tersebut dapat digunakan untuk memberikan pengaruh yang besar dalam pelaksanaan CSR.”

Menurut Purwanto (2020) menyatakan bahwa:

“Semakin banyak komisaris independen perusahaan dapat mempengaruhi aktivitas csr karena prinsip keseimbangan berbagai pihak akan selalu dimaksimalkan oleh komisaris independen termasuk pemaksimalan CSR. Dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan CSR pada perusahaan dapat dipengaruhi dengan baik oleh besaran jumlah anggota dewan komisaris independen dikarenakan ketika asa GCG dapat diterapkan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya maka dengan kapasitasnya akan mampu mengontrol kegiatan perusahaan serta berperan positif dalam alur informasi sehingga terhindarnya asimetri informasi yang berujung pada peningkatan kualitas pengungkapan informasi termasuk kegiatan CSR”

Menurut Azzahra (2021) menyatakan bahwa:

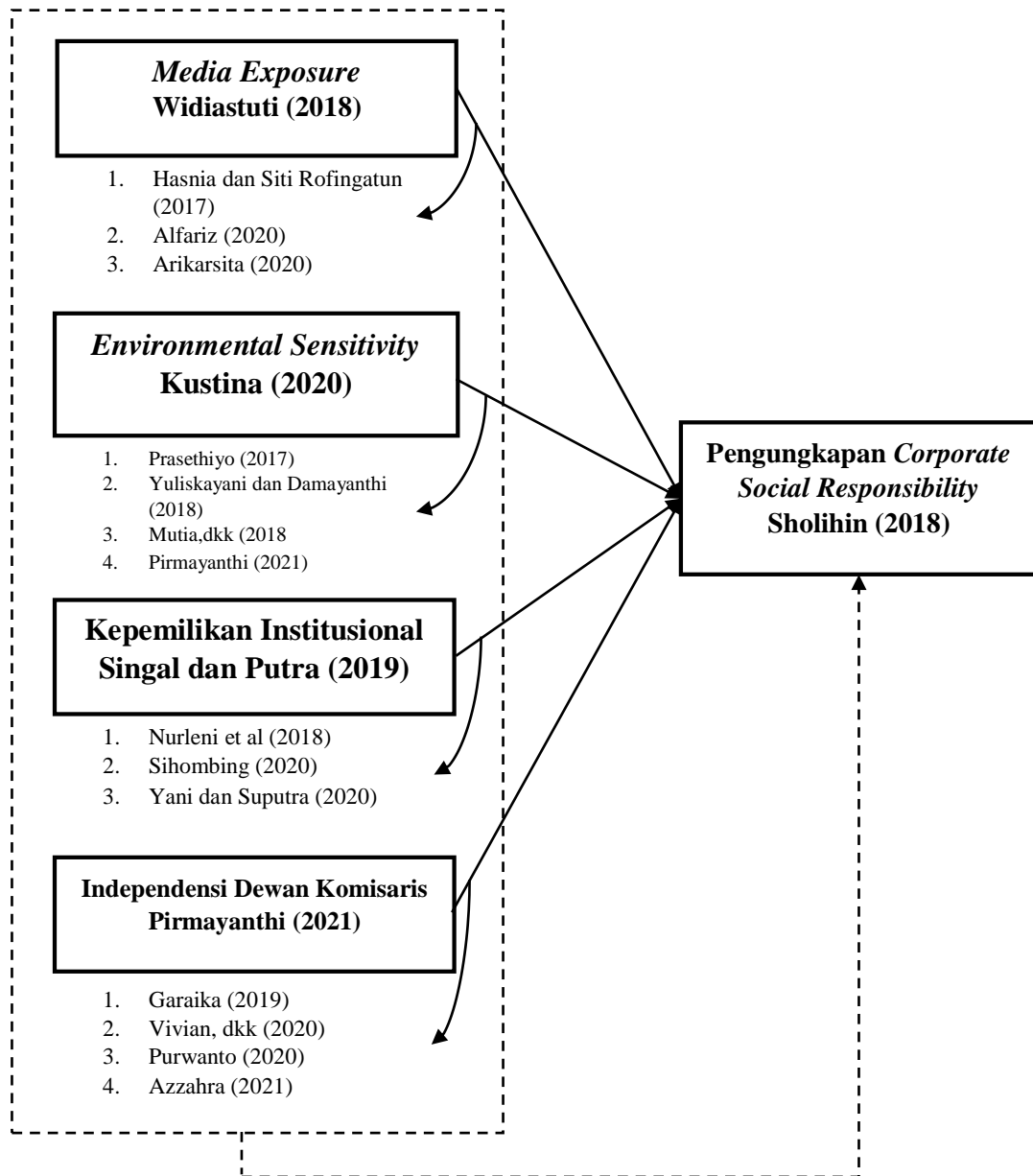
“Dengan adanya dewan komisaris independen akan sangat berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan, karena selain sebagai pengawas internal, dewan komisaris independen juga memberi nasihat pada direktur perusahaan sehingga direksi dan manajemen perusahaan akan menyiapkan strategi dan melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan lebih baik serta melaporkannya pada publik dalam laporan tahunannya.”

Menurut Pirmayanthi (2021) menyatakan bahwa:

“Independensi dewan komisaris melaksanakan proses pengawasan lebih responsive terhadap investor dan peran komisaris yang independen tersebut dapat meningkatkan kepatuhan perusahaan terhadap pengungkapan yang pada akhirnya meningkatkan kualitas dari pengungkapan CSR yang dilakukan. Independensi dewan komisaris yang netral dan tidak terpengaruh oleh intervensi manajemen akan melindungi kepentingan para stakeholder dengan dorongan kepada perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya.

Semakin besar dewan komisaris independen maka artinya perhatian pada manajemen akan lebih efektif. Besarnya jumlah dewan komisaris pada perusahaan akan mendorong manajemen lebih luas dalam melaporkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Sesuai dengan judul penelitian pengaruh *Media Exposure, Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 maka model kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan pembahasan diatas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Media Exposure*, *Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” yaitu:

Hipotesis 1. Terdapat pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis 2. Terdapat pengaruh *Environmental Sensitivity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis 3. Terdapat pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis 4. Terdapat pengaruh Independensi Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis 5. Terdapat pengaruh *Media Exposure Environmental Sensitivity*, Kepemilikan Institusional dan Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.