

KOMUNIKASI KOMUNITAS WARGA TEGALSARI DALAM HAL KESEHATAN, KEBERSIHAN, TEKNOLOGI DAN IDENTITAS KAMPUNG

Titi Nur Vidyarini¹⁾, Yustisia Ditya Sari²⁾

¹ Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra
email: vidya@petra.ac.id

² Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra
email: yustisia@petra.ac.id

Abstract

Corporate social responsibility has been deemed as the epitome of corporation's responsibility towards its society. In the realm of public relations, the practitioners performed the duty of creating and implementing CSR initiative. As an exercise for PR skills, the students of communication science Petra Christian University in cooperation with Habitat for Humanity, created CSR initiative. The location was Tegalsari District, Surabaya. They targeted the settlers there, especially school children, youth and the housewives of the neighborhood. The theme of the programs were health, clean environment, internet-based technology, and neighborhood identity. The programs spanned for 6 weeks, in which time the university students mingled with the people of the kampung and performed their each programs to different target.

Keywords: CSR, communication, public relations, community

1. PENDAHULUAN

Hubungan dengan komunitas merupakan salah satu elemen hubungan dalam bidang public relations. Komunitas adalah perwujudan *people* dalam konteks trihubungan antara *people*, *planet* dan *profit* yang digagas oleh Elkington (1997). Esensi dari hubungan tersebut yang mendasari terbentuknya konsep *corporate social responsibility* atau CSR. Di dalam bidang public relations, CSR dilakukan melalui pendekatan yang cukup intens kepada komunitas di sekitar perusahaan. Selain daripada itu, pendekatan dapat difasilitasi oleh NGO atau LSM yang telah memiliki daerah pengembangan di masyarakat tersebut.

CSR di Indonesia diatur oleh undang-undang pemerintah, untuk memastikan bahwa seluruh perusahaan yang wajib melaksanakannya dapat diawasi pelaksanaannya. Untuk komunitas, pelaksanaan CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *people* atau masyarakat di sekelilingnya. Perusahaan pun membutuhkan masyarakat untuk menegaskan legitimasi keberadaannya untuk beroperasi di wilayah tersebut, hal ini untuk memastikan keberlangsungan organisasi di wilayah tersebut (Meyer & Rowan dalam Nor Hadi, 2011).

Public Relations adalah fungsi manajemen komunikasi yang mengatur berjalannya komunikasi antara perusahaan dan stakeholdernya (Broom, 2009). Di dalam organisasi, PR memiliki beberapa tugas untuk memfasilitasi berjalannya CSR perusahaan, diantaranya adalah bertanggung jawab melakukan *action* dan *communication* untuk CSR, berkomunikasi dengan warga sekitar, bekerjasama dengan lembaga kolaborasi dan melakukan evaluasi terhadap berjalannya dan ketercapaian CSR.

1.1. Analisis Situasi

Karena itu penting bagi mahasiswa peminatan public relations untuk dapat memahami bagaimana PR melakukan CSR. Untuk *service learning* kali ini, mahasiswa melakukan CSR di Kecamatan Tegalsari Surabaya. Area yang dilayani adalah area pengembangan NGO Habitat for Humanity. NGO ini memiliki fokus operasi pembangunan rumah atau perbaikan rumah warga. Dana yang diperoleh mayoritas dari sponsor. Karena fokusnya adalah pembangunan fisik, mereka mulai tertarik untuk mengembangkan fokus pada pengembangan masyarakat secara sosial. Di sini, program studi Ilmu Komunikasi masuk sebagai mitra untuk implementasi ilmu terkait sosial masyarakat, melalui bidang ilmu public relations.

Kawasan Tegalsari adalah kawasan menengah di pusat kota Surabaya. Penduduk yang tinggal didalamnya memiliki latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang bervariasi. Secara sosial budaya, mereka terdiri dari Suku Jawa dan Suku Madura, pekerjaan buruh hingga karyawan

swasta dan secara lingkungan menang di perlombaan Surabaya Green and Clean. Warganya guyub dan erat. Di luar dari semua hal positif tersebut, masih ada hal-hal yang perlu menjadi perhatian, khususnya pada keterlibatan warga terhadap mempertahankan kebersihan dan kesehatan lingkungan, pengembangan karang taruna di wilayah tersebut dan penggunaan teknologi oleh anak dan remaja.

1.2. Tinjauan Pustaka

Corporate Social Responsibility adalah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada tiga dasar yakni *people*, *profit* dan *planet* (Elkington, 1997). Menurut Prince of Wales International Business Forum (dalam Wibisono, 2007) terdapat 5 pilar CSR yakni, *building human capital* (Kemampuan perusahaan memiliki sumber daya yang handal), *strengthening economics* (Perusahaan memberdayakan perekonomian sekitarnya), *assessing social cohesion* (Menjaga keharmonisan dengan lingkungan sekitar), *Encouraging good governance* (Tata kelola perusahaan yang baik), *protecting the environment* (Perusahaan menjaga kelestarian lingkungan). Karena demikian besarnya tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* disekitarnya maka dalam hal ini perusahaan juga dianggap memiliki kontrak sosial dengan *stakeholder*.

Di dalam proses *public relations*, terdapat 4 tahap yang harus diikuti yakni *research*, *planning*, *action and communication* dan *evaluation*. CSR yang diorganisir oleh Public Relations juga mengaplikasikan 4 langkah tersebut dengan beberapa penyesuaian. Cutlip, Center and Broom (dalam Ardianto & Machfudz, 2011) mengungkapkan bahwa perencanaan dan pemrograman kegiatan CSR meliputi mendefinisikan peran dan misi (menentukan sifat dan cakupan kerja yang akan dilakukan, menentukan area hasil utama (menentukan di mana tempat investasi waktu, energi dan bakat), mengidentifikasi dan menspesifikasi indikator efektivitas atau menentukan faktor yang dapat diukur sebagai dasar penentuan sasaran, memilih dan menentukan sasaran atau menentukan hasil yang akan dicapai, menyiapkan aksi, menetapkan kontrol, berkomunikasi dan implementasi. Lebih lanjut lagi Cutlip, Center dan Broom (dalam Ardianto & Machfudz, 2011) juga menekankan adanya pembimbingan pesan dalam proses aksi dan komunikasi, kemudian juga evaluasi dilakukan untuk memperoleh masukan untuk perbaikan program, mengetahui hambatan program, dan mengetahui efektivitas program.

2. METODE PELAKSANAAN

Di dalam pelaksanaan *service learning* ini, ada beberapa tahap yang diikuti mahasiswa.

1. mahasiswa mengikuti perkuliahan di kelas selama 4 kali pertemuan. Mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai konsep CSR dalam dunia komunikasi dan PR, contoh-contoh nyata bagaimana perusahaan melakukan berbagai jenis CSR dan tahap-tahap pelaksanaan CSR.
2. NGO yang menjadi mitra CSR dipertemukan dengan mahasiswa untuk menjelaskan daerah pengembangan mereka yang disponsori oleh perusahaan lain.
3. Mahasiswa, didampingi oleh dosen pengampu, melakukan pemetaan sosial pada komunitas yang tersedia. Mahasiswa turun lapangan, bertemu dengan warga masyarakat, melakukan percakapan untuk mengetahui persoalan apa yang ada di lapangan. Hasil pemetaan sosial tersebut kemudian dirumuskan ke dalam beberapa bentuk rencana kegiatan.



Foto 1. Mahasiswa berbincang dengan Ketua RT

4. Mahasiswa melakukan perencanaan kegiatan di kelas, yang juga dikonsultasikan kepada dosen dan NGO dan dikomunikasikan kepada warga masyarakat untuk memperoleh umpan balik sebelum pelaksanaan.
5. Setelah masa UTS, mahasiswa turun ke RT yang menjadi wilayah CSR dan melaksanakan rencana kegiatan mereka. Kegiatan mahasiswa dilakukan 4-6 kali pelaksanaan. Dampak yang diharapkan dari kegiatan tersebut adalah peningkatan ilmu pengetahuan dan ketrampilan warga masyarakat dalam hal kebersihan, kesehatan, teknologi dan identitas kampung.

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Pelaksanaan *service learning* dilaksanakan dalam beberapa tahap yakni, perencanaan kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

Analisis Situasi dan Perencanaan Kegiatan

Mengikuti teori mengenai proses PR yang digagas oleh Cutlip, Center dan Broom (2008), maka pada tahap ini dosen dan mahasiswa melakukan pengamatan lapangan. Setelah dibekali konsep dan contoh praktis CSR, mahasiswa menemui masyarakat untuk mengetahui lebih dalam persoalan yang ada di masyarakat. Mahasiswa melakukan analisis SWOT mengenai sisi ekonomi, politik, sosial, dan budaya masyarakat di masing-masing RT. Pada pertemuan pertama, kelompok mahasiswa turun ke RT 1, RT 5, RT 10 dan RT 12. Masing-masing kelompok berjalan ke sekeliling kampung, mengamati dan mewawancarai warga yang ada di sana. Mereka juga mengamati bangunan fisik dan alami yang dikembangkan oleh warga. Pada saat kunjungan ini, mahasiswa didampingi oleh NGO (*nongovernmental organization*) Habitat for Humanity. NGO ini yang membantu mahasiswa untuk menentukan area binaan mereka.

Pasca kunjungan dan analisis SWOT, mahasiswa kemudian melakukan *brainstorming* terkait kegiatan yang sesuai. Selama proses perencanaan tersebut mereka juga menemui kembali wakil masyarakat yakni Ketua RT untuk membahas rencana kegiatan. Pada saat perencanaan tersebut, mahasiswa menemukan bahwa ada RT yang fokus pada kebersihan lingkungan, ada RT yang memiliki kelebihan dalam hal penggunaan internet, dan ada RT yang perlu pembenahan pada karang taruna mereka. Kelebihan dan kekurangan dari setiap RT digunakan sebagai inti dari program CSR mahasiswa.

Pelaksanaan Kegiatan

1. RT 01 RW 05 (*Be The Internet Heroes*)

Mahasiswa memberikan edukasi kepada anak-anak kelas 3-6 SD di kampung Tegalsari RT 01 RW 05 mengenai penggunaan internet secara bijak serta manfaat-manfaat dari internet yang berguna bagi anak seusia mereka. Karena berdasarkan observasi yang telah dilakukam, anak pada kampung Tegalsari RT 01 RW 05 sudah akrab dengan *gadget* dan mereka menggunakan *gadget* itu untuk bermain *game online*.

Pertemuan dilakukan 6 kali dengan berbagai tema yang terkait yakni

- **Internet Safety:** Kegiatan yang menyenangkan bagi anak-anak SD kelas 3-6 yang dapat mengedukasi anak dengan menggunakan gambar dan tulisan yang menarik, serta games & kuis yang interaktif.
- **Cyber Bullying:** membuat *games* dan poster terkait perundungan dalam dunia *cyber*.



- **Hoax:** anak-anak diberikan materi melalui games mengenai apa itu hoax, bentuknya dan cara mengatasinya.
- **Internet for Learning:** mempelajari bahasa Inggris melalui aplikasi dalam *smartphone* yang dimiliki anak-anak.
- **Pelajari Hobimu melalui Internet:** mahasiswa mengajarkan *public speaking* dan cara memanfaatkan internet untuk meningkatkan hobi yang mereka miliki.
- **Cyber Pornography:** memberikan pengetahuan mengenai deskripsi *cyber pornography*, dampaknya dan bagaimana menghindarinya. Materi diberikan dalam bentuk games, diskusi dan poster.

2. RT 05 RW 05 (Meningkatkan Eksistensi Identitas Kampung)

Berdasarkan tinjauan mahasiswa, warga di RT ini sedang sibuk mempersiapkan lingkungan kampung untuk ikut berkontribusi dalam acara lomba *Surabaya Green and Clean 2017*, dengan mengusung tema “*Eco Friendly Living*” yang diadakan oleh pemerintah kota Surabaya. Namun, masih kurang adanya sarana dan prasarana yang dapat membantu mereka untuk memperoleh pengetahuan serta *soft-skill* dalam bidang tersebut. Hal ini, dikarenakan ibu-ibu masih membutuhkan bantuan untuk dapat meningkatkan atau mengasah kreativitas mereka terutama dalam mengelola lingkungan di RT 5/RW 5. Tujuan kegiatan di kampung ini adalah Ibu-ibu PKK di RT 5/ RW 5 Tegalsari Surabaya dapat memiliki pengetahuan dan kreativitas yang lebih luas mengenai pengelolaan barang bekas, terutama untuk menunjukkan identitas kampung RT 5/RW 5.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk praktik, dimana mahasiswa mengajarkan ibu-ibu PKK di RT ini cara membuat prakarya yang sesuai untuk identitas kampung mereka. Di setiap praktik dikomunikasikan tujuan pembuatan karya yang semuanya mengacu pada proses pembuatan identitas kampung. Jadwal pertemuan sebagai berikut:

- Pertemuan 1 : Membuat pot bunga dari botol bekas berbentuk lebah
- Pertemuan 2 : Menanam bibit tanaman dan memberikan penyuluhan
- Pertemuan 3 : Membuat Maskot Lebah Tahap 1
- Pertemuan 4 : Membuat Maskot Lebah Tahap 2
- Pertemuan 5 : Membuat prakarya *lantern* dari botol bekas
- Pertemuan 6 : Evaluasi kegiatan dalam bentuk Focus Group Discussion



3. RT 10 RW 06 (Keep Our Earth Smile)

Pada acara CSR ini ditentukan jumlah komunitas yang dilayani 1 komunitas dengan jumlah di dalam nya sekitar 20 orang, dengan jumlah 20 orang memungkinkan untuk lebih mudah dijangkau dan lebih memeberikan perhatian dengan merata. Tim memilih sasaran komunitas anak – anak yang berumur 8 – 12 tahun atau pada kisaran kelas 3 SD sampai kels 6 SD. Sasaran komunitas ini berlokasi di RT 10 RW 6 Kecamatan Tegalsari, surabaya. Lokasi yang ada sangat strategis yang berada di pusat kota Surabaya dan sangat mudah dijangkau semua orang .



- Pertemuan pertama, adalah materi mengenai global warming, definisi global warming, mengapa bisa terjadi global warming, apa penyebabnya, dan lain-lain. Pada awal pertemuan tersebut dilakukan perkenalan dan ice breaking dengan tujuan untuk lebih mengenalkan siapa tim mahasiswa sehingga pada pertemuan-pertemuan selanjutnya dapat lebih leluasa dalam menyampaikan materi pada target sasaran. Materi juga dibawa dalam bentuk roleplay.
- Pertemuan kedua yaitu materi tentang R2 atau Reuse, diawali dengan pemutaran video tentang reuse dan pembuatan karya yang dapat digunakan untuk menghias kampung mereka.
- Pertemuan ke 3 yaitu materi tentang R3 atau Recycle, setelah pemutaran video tentang recycle, dilakukan aktivitas recycle atau mini game yang berhubungan dengan recycle. Pertemuan ini di akhiri dengan pembagian snack dan sedikit memberikan info kepada mereka bahwa di pertemuan selanjutnya yang ke 5 akan mengadakan rally games agar mereka semua kembali hadir.
- Pertemuan selanjutnya yaitu pertemuan yang ke 4, tim memberikan materi tentang R1 atau Reduce. Tim juga memberikan materi mengenai sampah, mengajarkan anak-anak bagaimana cara mengurangi sampah dan memilah sampah.
- Pertemuan yang ke 5 adalah Rally Games. Kelompok menjelaskan beberapa aturan permainan dan bagaimana permainan yang akan anak-anak mainkan. Permainan dilakukan di sekitar kampung RT 10 RW 06 agar anak-anak dapat lebih mengetahui kondisi kampung yang ada disekitarnya.
- Pertemuan ke 6 atau Closing Ceremony, mahasiswa meminta salah satu dari anak-anak untuk memberikan testimony setelah mengikuti acara yang diadakan. Tim juga mengadakan evaluasi kegiatan.

4. RT 12 RW 06 (*Learn to be a Good Organizer*)

Karang taruna adalah sebuah organisasi anak muda yang merupakan pusat penggerak lingkungan. Karang taruna mewadahi lingkungan RT 12 melalui kreativitas anak muda untuk menyalurkan ide, talenta dan program. Namun kinerja karang taruna RT ini belum maksimal karena kurangnya pemahaman tentang komunikasi organisasi. Karena itu tim menyasar karang taruna RT 12 ini sebagai sasaran kegiatan.

- Pertemuan 1 (*Character Building*): dalam pembentukan karakter, terdapat cara untuk memperkembangkan diri yaitu dengan rumus 4T. Rumus 4T ini terdiri dari *Temukan*, *Terima*, *Tumbuhkan*, dan *Terima kasih (syukur)*. Rumus ini digunakan untuk seorang individu dalam memaksimalkan perkembangan mental dan karakter diri sendiri, sehingga menjadi karakter yang lebih baik.
- Pertemuan 2 (*Goal Setting dan Job Description*): tim mengajarkan 6 langkah untuk membuat *action plan* dalam keorganisasian.
- Pertemuan 3 (*Peluang usaha dan Sponsorship*): tim memandang bahwa karang taruna memiliki semangat untuk mencari dana, khususnya untuk kegiatan-kegiatan kampung, namun belum memiliki cara yang tepat. Sehingga materi ini diberikan.
- Pertemuan 4 : tidak ada materi namun tim mengamati pelaksanaan perayaan hari Pahlawan 10 November, dimana karang taruna mengimplementasikan

materi dari tim.

- Pertemuan 5 (Komunikasi Organisasi dan Media Sosial): disini tim memberikan pemahaman mengenai pentingnya komunikasi dan memanfaatkan media sosial yang telah dimiliki untuk komunikasi organisasi.
- Pertemuan 6 : pada pertemuan ini dilakukan evaluasi kegiatan.



Evaluasi Kegiatan

Pada bagian ini para mahasiswa melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah mereka laksanakan. Evaluasi dilakukan dengan berbagai cara, seperti wawancara, pre-test dan post-test, dan focus group discussion. Pre-test dan post-test dilakukan pada setiap kali pertemuan dengan warga, sementara itu metode yang lain dilakukan setelah seluruh kegiatan berakhir. Evaluasi yang dilakukan memberikan hasil demikian:

- 1) RT 01 RW 05: Bertambahnya pengetahuan anak-anak mengenai penggunaan internet yang bijak. Misalnya seperti pengertian terhadap orang asing di dunia maya, hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh diberikan kepada orang asing/strangers. Tidak hanya itu, mereka juga mengetahui kejahatan di dunia internet yaitu, cyberbully. Mereka dapat mengetahui perbuatan-perbuatan yang tergolong dalam kejahatan cyberbully dan akibat yang dapat timbul. Mereka juga diberikan pengetahuan mengenai definisi HOAX dan juga cara membedakan suatu pemberitaan yang hoax dan bukan. Selain itu, mereka juga mengetahui bahaya pornografi yang ada di internet dan cara menghindarinya.
- 2) RT 05 RW 05: Semakin bersihnya kampung RT 5 RW 5; Semakin berpengalaman peserta dalam berhubungan dengan suatu komunitas; Warga RT 5 RW 5 mengenal konsep identitas; Warga RT 5 RW 5 semakin kreatif dalam melakukan daur ulang sampah; Peserta kegiatan dapat mempraktekan langsung teori – teori yang dipelajari di dalam kelas; Menaikan empati dan simpati peserta terhadap keadaan di sekitar peserta.
- 3) RT 10 RW 06: bahwa seluruh anak-anak RT 10 RW 6 yang berjumlah 21 anak, menyatakan bahwa peralatan yang disediakan oleh kelompok untuk melakukan kegiatan CSR telah memenuhi kebutuhan acara, sehingga acara dapat berjalan dengan lancar. Kemudian anak-anak juga menyatakan bahwa tempat kegiatan yang telah ditentukan untuk melakukan proses kegiatan CSR telah layak. Melalui Pre-test dan post-test ditemukan bahwa dari segi materi anak-anak RT 10 RW 6 yang berjumlah 21 anak mengalami peningkatan pengetahuan mengenai “*Global Warming*”. Hal ini diuji coba dengan melakukan kegiatan *pre test*, yang dilakukan pada pertemuan pertama, kemudian *post test* dilakukan saat pertemuan kedua. Pertanyaan yang dicantumkan pada *pre* dan *post test* sama, agar dapat menghitung peningkatan pengetahuan anak-anak tentang “*Global Warming*”. Peningkatan ini terjadi cukup signifikan yakni lebih dari 100%. Awalnya saat pre-test, rata-rata nilai mereka hanya 31.4, setelah mendapatkan materi yang diberikan pengetahuan mereka meningkat. Peningkatan tersebut dapat terlihat dari nilai rata-rata post test mereka sebesar 87.1.
- 4) RT 12 RW 06: setelah dilakukan evaluasi ditemukan bahwa karang taruna telah menerima materi dengan baik, terdapat peningkatan pengetahuan dan peningkatan ketrampilan dalam berorganisasi.

4. REKOMENDASI

Setelah melakukan kegiatan service learning, ada beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya. Rekomendasi pertama adalah perlunya melibatkan organisasi profit, tidak hanya non –profit, sebagai bentuk pelaksanaan CSR yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Kedua, mahasiswa perlu membuat program CSR yang fokus pada pengembangan tidak hanya ketrampilan warga, namun juga pengembangan ekonomi warga. Ketiga, evaluasi dapat dilakukan dengan lebih sistematis untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas mengenai kondisi warga sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

6. SIMPULAN

Simpulan untuk keseluruhan aktivitas program CSR yang telah selesai adalah sebagai berikut:

- a. Pada mata kuliah CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ini, teori tetap diajarkan untuk memberikan pemahaman dasar kepada mahasiswa mengenai CSR.
- b. Selain teori, proses pengamatan awal dimana mahasiswa melakukan pemetaan sosial mutlak dilakukan. Mahasiswa tidak hanya bergantung pada informasi awal yang diberikan oleh LSM yang menjadi mitra, tapi turun langsung dan melihat sendiri kondisi lingkungan yang akan dilayani.
- c. Aplikasi teori PR dilakukan melalui tahapan analisis situasi, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program.
- d. Pada proses ini, mahasiswa melakukan pendekatan dengan warga dan dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh untuk kerja nyata di masyarakat.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Di dalam dunia Public Relations, hubungan dan komunikasi adalah terutama. Karena itu kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu kami mewujudkan kegiatan SL ini.

- NGO Habitat for Humanity Surabaya, melalui NGO ini kami diijinkan untuk memberikan kontribusi dan aplikasi ilmu mahasiswa kepada warga masyarakat. Sejak awal komunikasi dengan warga, perwakilan NGO telah membuka jalan bagi kami untuk mengimplementasikan program CSR.
- Ketua RT 01 RW 05, RT 05 RW 05, RT 10 RW 06 dan Ketua RT 12, RW 06. Dengan izin dan keterbukaan dengan dari ketua RT, kami dapat masuk ke masyarakat.
- Seluruh warga RT sasaran dari mulai anak-anak, karang taruna, hingga ibu-ibu PKK, yang bersedia untuk belajar bersama kami dan memberikan respon yang positif.
- LPPM UK Petra yang membuka jalan untuk dapat berkomunikasi dan bekerjasama dengan NGO Habitat for Humanity.

REFERENSI

- Ardianto, E., & Machfudz, D. M. (2011). *Efek kedermawanan pebisnis dan CSR*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Broom, G. M. (2009). *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Elkington, J. (1997). *Cannibal with forks*. Oxford: Capstone
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility: from charity to sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wibisono, Y (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing