

Analysis of PT Meratus Line's Corporate Social Responsibility (CSR) on the @meratusgroup instagram account to improve company's brand image [Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) PT Meratus Line di Akun Instagram @meratusgroup untuk meningkatkan brand image perusahaan]

Dinda Novanti Putri¹⁾, Ainur Rochmaniah^{*2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
ainur@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to determine and analyze the CSR of PT Meratus Line which is published through Instagram to increase the company's brand image. The theory of CSR in this study is the triple bottom line: profit, people and planet. However, there are five dimensions that are important factors in brand image, namely: Brand Identity, Brand Personality, Brand Association, Brand Attitude and Behavior, Brand Benefit and Competence. The research method uses descriptive qualitative. The informant of this research is the head of corporate communication from PT Meratus Line. Data collection techniques by means of observation and interviews, were then analyzed using an interactive analysis model from Miles and Huberman which would result in data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that PT Meratus Line's CSR was published through features that on Instagram, namely feeds, stories and reels.*

Keywords Instagram; Corporate Social Responsibility; Brand Image

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis CSR PT Meratus Line yang dipublikasikan melalui Instagram untuk meningkatkan brand image perusahaan. Teori CSR dalam penelitian ini adalah triple bottom line: profit, people dan planet. Namun, terdapat lima dimensi yang menjadi faktor penting dalam citra merek, yaitu: Identitas Merek, Kepribadian Merek, Asosiasi Merek, Sikap dan Perilaku Merek, Manfaat Merek dan Kompetensi. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah kepala komunikasi korporat dari PT Meratus Line. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang akan menghasilkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR PT Meratus Line dipublikasikan melalui fitur-fitur yang ada di Instagram yaitu feed, story dan reel.*

Kata Kunci Instagram, Corporate Social Responsibility, Citra Merek

I. Pendahuluan

Perusahaan saat ini membutuhkan tempat untuk publikasi, baik aktivitas di dalam perusahaan tersebut maupun menunjukkan bisnis apa yang ada di perusahaan tersebut. Sehingga tidak jarang perusahaan jaman sekarang lebih menggunakan media sosial dibandingkan melakukan terjun langsung ke lapangan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak fitur sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga perusahaan. Sejak tahun 2010 hingga saat ini, instagram sudah memiliki jutaan pengguna yang dimana media sosial ini sudah mengalami banyak pembaharuan terhadap fitur-fitur di dalamnya. Dengan adanya instagram, semakin mudah suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Salah satu kelebihan ketika menggunakan instagram yaitu bisa menjangkau banyak orang. Dan instagram dapat membantu suatu perusahaan untuk membangun atau meningkatkan *brand image* suatu perusahaan. Dikarenakan melalui media sosial instagram dapat menampilkan seluruh *value* serta aktifitas di dalam perusahaan. Yang dapat melihat postingan tersebut bukan hanya sekedar *stakeholder* perusahaan, namun seluruh pengguna yang menggunakan instagram.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini salah satu kegiatan yang selalu dipublikasikan oleh perusahaan yang melaksanakannya. Selain ditujukan ke *stakeholder*, *customer* atau *target market*, bahkan masyarakat umum. Dikarenakan CSR ini merupakan tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar tempat operasional perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki manfaat bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. CSR tidak sekedar tanggung jawab sosial melainkan bentuk timbal balik yang

dibutuhkan perusahaan dari lingkungan sekitar tempat operasional. Dan dapat memberikan dampak positif serta meningkatkan *brand image* di hadapan stakeholder. (Oktina dkk., 2020)

Namun banyak perusahaan yang tidak melakukan kegiatan wajib ini. Faktanya CSR sudah diatur di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, yaitu tertera pada Undang Undang Nomor 40 tahun 2007. Maksud dari “Undang-Undang tersebut adalah masyarakat di sekitar tempat beroperasi dari suatu perusahaan tidak perlu meminta karena itu sudah menjadi hak masyarakat”. (Fahham, 2011)

Seperti halnya kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT Meratus Line. Meratus merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman melalui maritim yang tersebar di pelosok-pelosok Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1957, dan saat ini semakin berkembang.

Dikarenakan Meratus sebagai *shipping company* terbesar di Indonesia pelaksanaan kegiatan CSR di PT Meratus Line bertujuan untuk mengurangi kerusakan lingkungan di tempat operasional perusahaan. Dengan cara menanam pohon mangrove, menanam terumbu karang, kegiatan bersih-bersih sampah di pesisir pantai. Semua aktivitas ini dilaksanakan karena adanya polusi udara dan air yang dihasilkan oleh bahan bakar kapal-kapal meratus sangat berpengaruh dengan lingkungan di laut dan tujuan dari kegiatan bersih-bersih di sekitaran pantai karena menurut Ibu Mustika di salah satu postingan *reels* di IG @meratusgroup menyatakan bahwa di Indonesia menduduki peringkat kedua produsen plastik terbesar setelah China. Maka dari itu meratus juga memperhatikan lingkungan di kota-kota pelosok di Indonesia.

Hal tersebut juga disampaikan oleh *Head of Corporate Communication* PT Meratus Line Bapak Purnama Aditya menyatakan bahwa kapal saat beroperasi juga memiliki polusi yang berasal dari bahan bakarnya. Sehingga, melaksanakan CSR ini bukan hanya sekedar tanggung jawab perusahaan namun agar tetap menjaga lingkungan sekitar terutama pantai dan laut. (Izmilla dkk., t.t.)

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai bahan acuan sekaligus perbandingan. Penelitian dari Fikri (2021) bahwa terdapat pengaruh yang positif dari publikasi konten CSR di media sosial instagram humas terhadap citra. Penelitian lain dari Dina (2018) bahwasanya salah satu perusahaan dapat meningkatkan *brand image* atau citra perusahaan dengan melalui penerapan kegiatan CSR serta dapat memenuhi komitmen mereka untuk menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar tempat operasional. Lalu penelitian dari Rosa (2017) menghasilkan bahwasanya aspek yang paling penting dalam meningkatkan brand image adalah bagaimana perusahaan bisa menjaga kepercayaan dari masyarakat serta tetap menjaga kesejahteraan masyarakat di sekitar.

Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kegiatan CSR dari PT Meratus Line yang dipublikasikan melalui media sosial instagram untuk meningkatkan *brand image* perusahaan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan (Rochmaniah & Jariyah, 2018) cara menganalisis dari Instagram PT Meratus Line. Dan juga melakukan wawancara dengan salah satu informan dari Head Of Corporate Communication Meratus. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara dengan komunitas peduli lingkungan sekaligus followers akun @meratusgroup serta observasi. Wawancara yang digunakan di dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam secara umum yaitu proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan informan. (Rochmaniah & Jariyah, 2018)

Wawancara ini dilaksanakan di Kantor Pusat PT Meratus Line. Alamat berada di Jalan Aloon-Aloon Priok No.27, Perak Bar., Kec. Krembangan, Kota SBY, Jawa Timur.

Observasi disini diartikan sebagai kegiatan menganalisis konten Instagram dari PT Meratus Line yang berhubungan dengan kegiatan CSR perusahaan tersebut. Data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara dan studi pustaka. Setelah itu data di analisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang akan menghasilkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Rochmaniah & Jariyah, 2018)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyediakan solusi transportasi melalui maritim yang sudah berdiri sejak 66 tahun lalu. PT Meratus Line berkomitmen untuk mengutamakan keselamatan, kualitas, dan fokus pada kebutuhan setiap customer. Namun, Meratus juga tetap menjaga kelestarian lingkungan sekitar tempat operasional perusahaan serta memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitar pelabuhan maupun diluar pelabuhan.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Meratus Line memiliki tujuan utama yaitu untuk mewujudkan peningkatan *brand image* perusahaan. Hal tersebut dapat dibuktikan, yaitu dengan cara PT Meratus Line mengunggah atau mempublikasikan seluruh kegiatan CSR nya melalui media sosial instagram.

Sejak tahun 2010 hingga saat ini, instagram sudah memiliki jutaan pengguna yang dimana media sosial ini sudah mengalami banyak pembaharuan terhadap fitur-fitur di dalamnya. Dengan adanya media sosial saat ini dapat membantu suatu perusahaan untuk membangun atau meningkatkan *brand image*. Dikarenakan melalui media sosial dapat menunjukkan seluruh *value* serta aktifitas di dalam perusahaan . Yang dapat melihat postingan tersebut bukan hanya sekedar *stakeholder* perusahaan, namun seluruh pengguna yang menggunakan Instagram.

PT Meratus Line memiliki akun instagram yaitu @meratusgroup dengan jumlah followers atau pengikut 12 ribu dengan memanfaatkan fitur yang ada di dalam instagram yang dimana akun tersebut sudah mengunggah 450 postingan yang terdiri dari *feed* dan *reels*.

Dapat diketahui implementasi aktivitas CSR dari PT Meratus Line diwujudkan dalam beberapa program, salah satunya yaitu Penanaman 1000 coral di Pulau Sambangan, Karimun Jawa yang dimana Meratus berkolaborasi dengan komunitas peduli lingkungan bernama coral adopt karimun jawa. Selain itu tanggung jawab sosial yang lainnya sudah dilaksanakan oleh Meratus, sebagai berikut: Meratus berkolaborasi dengan tim World Clean Up melakukan aksi bersih-bersih di sekitar Pantai Pasir Kencana dan Sungai Loji, Pekalongan. Meratus juga ikut serta dalamantisipasi akibat dari perubahan iklim yaitu dengan menanam sebanyak 3000 pohon mangrove di Tanjung Pinang serta berkolaborasi dengan komunitas carbon etchis. Meratus juga mendukung sustainability Development Goals (SDGs) melalui pilar pembangunan sosial dengan berkunjung di Panti Asuhan Bhakti Luhur Kediri.

Menurut *Head Of Corporate Communication* dari PT Meratus Line, berpendapat bahwasanya pengelolaan akun instagram @meratusgroup sejak tahun 2020. Namun untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* sendiri dilaksanakan sejak di didirikanya perusahaan ini.

Secara regular akun tersebut juga memposting konten di instagram *feed*, setelah itu konten tersebut akan direpost di instagram *story*. Postingan di dalamnya pun sangat beragam seperti postingan tentang kegiatan CSR, lalu program atau layanan terbaru dari perusahaan, apresiasi untuk karyawan disana, hingga kegiatan internal dari perusahaan.

Jika dilihat melalui akun @meratusgroup, akun tersebut mengalami peningkatan tiap postingan. Maka dari itu, sejak tahun 2018 hingga tahun 2023 konten makin beragam. Salah satunya yang sering di unggah adalah kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Dapat diketahui aktivitas CSR PT Meratus Line di unggah melalui media sosial instagram pada tahun 2018, postingan tersebut merupakan CSR pertama kali, kegiatannya berupa PT Meratus Line membuka donasi untuk bencana gempa bumi di Lombok. Saat itu pelaksanaan kegiatan tanggal 10-17 Agustus 2018. Lalu, kedua pada tanggal 1-5 Oktober 2018 Meratus juga

membuka Donasi untuk korban bencana alam di Palu. Dan postingan CSR tersebut berlanjut hingga saat ini.

Dikarenakan media sosial sebagai tempat untuk mempublikasikan seluruh aktivitas di dalam perusahaan yang ditujukan kepada audiens yaitu target market bahkan *stakeholder* dari perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu, PT Meratus Line merupakan salah satu *shipping company* terbesar di Indonesia memanfaatkan media sosial instagram selain meningkatkan brand image perusahaan yaitu ingin membuktikan bahwasanya Meratus sangat loyal dan sangat memperhatikan masyarakat serta lingkungan sekitar perusahaan. Dengan hal tersebut bukan hanya sekedar masyarakat sekitar yang mendapatkan dampak positif dari tanggung jawab sosial ini, melainkan ini salah satu cara PT Meratus untuk peduli terhadap kelestarian lingkungan di Indonesia.

Mulai tahun 2018 hingga saat ini ada sekitar 43 postingan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang sudah dilaksanakan oleh PT Meratus Line yang bertujuan agar tetap melestarikan lingkungan di seluruh kota di Indonesia serta tetap menjaga kegiatan operasional perusahaan berjalan dengan baik.

Dari 43 postingan tersebut Meratus sudah memenuhi teori CSR yaitu *triple bottom line, people* : seperti konten yang diunggah di feed instagram @meratusgroup yaitu memberikan donasi kepada korban bencana alam yang melanda di beberapa daerah di Indonesia, membantu untuk mengurangi Covid-19 dengan memberikan vaksin gratis kepada masyarakat umum serta memberikan alat APD untuk tenaga kesehatan di rumah sakit, serta mendatangi di beberapa panti asuhan di pelosok kota agar anak-anak di dalam panti asuhan dengan merawat tempat tersebut agar tetap nyaman untuk anak-anak yang tinggal disana,

Untuk kegiatan CSR *planet* : konten yang diunggah di dalam instagram @meratusgroup yaitu melakukan kegiatan bersih-bersih di sekitaran pantai yang dimana konten ini diunggah melalui *reels instagram*, menanam 1000 pohon mangrove di pesisir pantai di Indonesia, menanam terumbu karang untuk mengurangi polusi yang dihasilkan dari bahan bakar kapal Meratus, mengurangi pemakaian plastik di dalam perusahaan.

Lalu untuk *profit* sendiri, PT Meratus Line ketika melakukan kegiatan CSR selalu berkolaborasi dengan beberapa komunitas. Seperti Jejak In, Carbon Ethics, tim World Clean Up, dan Jaga Laut. Dengan adanya kolaborasi tersebut maka akan semakin banyak orang yang suka melakukan aktivitas sosial ini dan mereka melakukan dengan sukarelawan. Berikut hasil analisis penulis mulai tahun 2018 hingga tahun 2023 kegiatan CSR yang diunggah di media sosial instagram dari PT Meratus Line.

No	TAHUN	PEOPLE	PLANE	PROFIT
1	2018 - 2019	6	0	6
2	2020 - 2021	10	0	0
3	2022 - 2023	1	10	10

Dapat diketahui dari tabel diatas, PT Meratus Line selain memperhatikan *profit* yang di dapat perusahaan namun perusahaan juga memperhatikan perekonomian, kesejahteraan, dan juga sangat peduli terhadap masyarakat di tempat operasional perusahaan. Meratus juga peduli terhadap menjaga lingkungan sekitar, agar bumi di Indonesia ini tetap terjaga.

Di dalam setiap kegiatan CSR, PT Meratus Line berkolaborasi dengan komunitas peduli lingkungan. Komunitas tersebut yaitu sebagai berikut Coral Adopt, World Clean Up, Carbon Ethics. Yang dimana mereka ikut berperan dalam melestarikan lingkungan di sekitar pesisir pantai dan juga laut. Mereka berpendapat bahwasanya dengan adanya aktivitas CSR dari Meratus ini membantu dalam menjaga lingkungan di Indonesia. Karena Meratus sendiri salah satu perusahaan yang aktivitas operasionalnya langsung berhubungan dengan laut atau perairan. Sehingga perusahaan mengajak untuk kolaborasi dengan komunitas carbon ethics dengan cara menanam sebanyak 3000 pohon mangrove di Tanjung Pinang guna mengurangi polusi di udara dan mengantisipasi terhadap perubahan iklim di Indonesia. Kolaborasi antara Meratus dengan tim World Clean Up yang melaksanakan bersih bersih dengan mengambil sampah plastik di pinggir sungai Loji, Kota Pekalongan. Beberapa tanggapan beserta harapan yang disampaikan oleh masyarakat yang diwakilkan oleh komunitas peduli lingkungan. Tanggapan positif disampaikan langsung oleh salah satu komunitas coral adopt, ia menyatakan bahwasanya dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Meratus Line dengan menanam 1000 coral atau terumbu karang ini salah satu upaya untuk menjaga ekosistem di laut dan mereka berharap aktivitas ini bisa menjadi percontohan di perusahaan lainya. Komunitas world clean up menyatakan bahwasanya sampah organik merupakan sampah yang terbanyak di lingkungan sekitar kita, namun dengan kegiatan CSR ini bisa membantu untuk menyadarkan masyarakat agar bisa memilah sampah serta tidak membuang sampah sembarangan. Komunitas carbon ethics juga antusias dalam ikut serta selama penanaman sebanyak 3000 pohon mangrove. Mereka juga menanggapi bahwasanya kegiatan CSR dari Meratus ini bukan hanya terhadap lingkungan, tetapi juga terhadap awareness seluruh mahasiswa yang ikut serta dalam kegiatan CSR tersebut terhadap krisis iklim di Indonesia.

Namun sejauh ini ketika proses menganalisis, akun instagram @meratusgroup menuai komentar positif dari masyarakat yang mengetahui postingan tentang kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Meratus Line. Peningkatan *brand image* dari PT Meratus Line bukan hanya didapatkan oleh *stakeholder* melainkan pihak eksternal seperti komunitas yang berkolaborasi pun ikut memberikan kesan positif terhadap seluruh kegiatan dari PT Meratus Line. Maka, dapat diartikan bahwa PT Meratus Line dapat meningkatkan *brand image* dengan 5 dimensi yang sesuai dengan teori dari Suhaily dan Darmoyo.

Perusahaan mempublikasikan seluruh *values* atau nilai yang dimiliki ketika melaksanakan aktivitas CSR dan diunggah melalui instagram. Yang dimana dapat diketahui mereka yang berpartisipasi menunjukkan kebahagiaan dalam melestarikan lingkungan di Indonesia, dan ketika kegiatan CSR lainya yang dilaksanakan oleh PT Meratus Line dan *values* yang lainya adalah PT Meratus Line juga memiliki banyak program yang belum banyak dimiliki oleh kompetitor. Sehingga *customer* di PT Meratus Line semakin percaya ketika menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Sesuai dengan teori dari Suhaily dan Darmoyo yang membahas tentang *brand image* suatu perusahaan. Yang dimana ada 5 dimensi menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi serta membentuk citra sebuah perusahaan, yaitu sebagai berikut :

Brand Identity (identitas merek) PT Meratus Line sebagai *shipping company* di Indonesia yang memiliki identitas perusahaan yang sangat khas. Sebagai contoh postingan instagram feed, Meratus selalu menggunakan background perpaduan warna putih dan biru dilengkapi dengan logo Meratus berwarna biru. Perusahaan tersebut juga memiliki tagline atau hastag yaitu #Gobeyond, artinya Meratus adalah sebuah perusahaan cargo dan logistik terbesar di Indonesia.

Brand Personality (*Personalitas Merek*) dari 300 postingan feed Instagram di akun @meratusgroup, bukan hanya sekedar tentang wawasan shipping saja. Meratus juga sharing

mengenai hari penting-penting di Indonesia, event internal seperti *fun run* untuk semua customer Meratus, seminar internal, pembukaan rute-rute baru, meluncurkan program baru yang bisa mempermudah customer. Jika dibandingkan dengan *shipping company* yang lain, meratus bisa dikatakan memiliki brand personality yang sangat kuat untuk meningkatkan citra di dalam perusahaan. Karena dengan adanya perbedaan di setiap postingan, maka customer atau bahkan masyarakat umum yang belum pernah tau dengan perusahaan ini akan lebih tertarik. Sehingga mendapatkan hasil bisa meningkatkan jumlah follower di akun @meratusgroup tersebut.

Brand Association (*Asosiasi Merek*) Meratus, memiliki simbol atau tagline yang selalu dipakai ketika memposting di instagram yaitu Go Beyond. Itu sebagai tanda bahwa ini merupakan perusahaan logistik terbesar yang cabangnya tersebar di pelosok Indonesia. **Brand Attitude and Behavior** (*Sikap dan Perilaku Merek*) hasil dari analisis penulis melalui akun @meratusgroup dan juga hasil wawancara dari Head of Corporate Communication PT Meratus Line yaitu setiap perusahaan memiliki *brand values* dari setiap karyawannya. Begitupun dengan PT Meratus Line yang memiliki ribuan karyawan yang dimana setiap karyawannya harus patuh dan memiliki *brand values* yang sudah ada di perusahaan. Misalnya, karyawan Meratus harus paham betul dengan semua produk dan program yang dimiliki perusahaannya. Jadi mereka bisa menjelaskan secara detail ketika ada customer menanyakan semua produk dan programnya. Dikarenakan ini perusahaan pelayaran yang berhubungan langsung dengan berbagai customer yang memiliki value tinggi, maka meratus juga memiliki attitude internal yaitu *Customer Excellent*. Tujuannya adalah untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk customernya.

Selama tahun 2018 hingga tahun 2023 ini, jumlah *likes* atau suka dari setiap postingan dan juga jumlah *followers* atau pengikut mengalami peningkatan. Ini merupakan dimensi yang dapat dilihat bahwasanya PT Meratus Line dapat meningkatkan *brand identity*, *brand personality*, *brand association*, serta *brand attitude and behavior* melalui akun instagram @meratusgroup.

VII. SIMPULAN

Tanggung jawab sosial sangat penting bagi setiap perusahaan, sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan serta sumber daya manusia di sekitar tempat operasional perusahaan tersebut, disamping itu perusahaan juga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, dan dapat meningkatkan *brand image* di hadapan *stakeholder*.

Pelaksanaan CSR juga didukung oleh penggunaan media sosial instagram, sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan tersebut. PT Meratus Line mempublikasikan seluruh kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dan juga berbagai informasi tentang perusahaan melalui pemanfaatan fitur instagram reels, instagram story, dan juga instagram feed. Perusahaan ini dalam melakukan CSR berkolaborasi dengan beberapa komunitas peduli lingkungan yang berada di daerah tersebut. Unggahan di instagram tentang Corporate Social Responsibility berjalan dengan baik serta mendapatkan tanggapan positif dari komunitas yang ikut serta dalam kegiatan tersebut dan juga masyarakat yang berkomentar di kolom komentar postingan *instagram reels* di akun @meratusgroup.

Brand image dari PT Meratus Line dapat dilihat melalui unggahan instagram yaitu dengan adanya tagline #GoBeyond di caption serta menggunakan logo berwarna biru dengan latar belakang berwarna putih yang tertempel di setiap materi konten instagram. Postingan tersebut contohnya adalah kegiatan CSR PT Meratus Line seperti pembagian sembako juga memakai tas yang adanya logo meratus dan berwarna biru.

Lalu, postingan lainnya berupa pembukaan rute baru serta program baru yang mempermudah customer ketika menggunakan jasa dari Meratus. Meratus juga mengunggah

berbagai kegiatan internal seperti : fun run untuk seluruh internal dan juga customer, customer gathering, dan berolahraga untuk seluruh karyawan Meratus.

REFERENSI

- [1] Ardianto, E. (2011). *Handbook of public relations : pengantar komprehensif* .
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=211706>
- [2] Ayuning, Aminah, & Setiawati, T. W. (2016). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) oleh Perusahaan Jamu PT Sido Muncul Semarang. *Diponegoro Law Journal*, 5, 1–12.
- [3] Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business : From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23–34.
- [4] Lee, M. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility : Its evolutionary path and the road ahead. *Management Reviews*, 10(1), 53–73
- [5] Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Pekerjaan Sosial*, 2, 61–66.
- [6] Nugroho, D. R., Hubeis, A. V. S., Saleh, A., & Priatna, W. B. (2019). Model of Communication in Corporate Social Responsibility Program to Empower Communities. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 32(2), 254–266.
- [7] Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media SahabatCendekia.
- [8] Rasyid, A., Saleh, A., Cangara, H., & Priatna, W. B. (2019). Komunikasi dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 31(2), 507–518.
- [9] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- [10] Yohanes, R., Dwijayanti, A., & Subroto, S. (2021). Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Citra Batik untuk Generasi Muda. *Wartakatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1)1-10.
doi:<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.101>
- [11] Yuda, T. K. (2016). Memaknai Ulang Corporate Social Responsibility: Upaya Mewujudkan Fair Responsibility. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(3), 200.
- [12] Ricky Michael, Santoso Tri Raharjo (2019) . *PROGRAM CSR YAYASAN UNILEVER INDONESIA BERDASARKAN TEORI TRIPLE BOTTOM LINE*
- [13] *Instagram Handbook dari Bambang Dwi Atmoko*
- [14] Rochmaniah & Jariyah (2018) *Difusi Inovasi "Program Desa Melangkah" di Desa Kenongo Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo*
- [15] Porter, M. E., & Kramer, M. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harverd Business Review*, 1–13.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.