



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

JURNAL TA (Naufal Rafi Zhadad) (3)

Author(s) Coordinator

Jurnal UmsidaNaufal

Organizational unit

Jurnal

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



25
The phrase length for the SC 2

6296
Length in words

47256
Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		25
Micro spaces		0
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		15

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2904/20577/22927	53 0.84 %
2	Service Quality And Brand Image On Customer Loyalty At Grab-Bike Companies In Bandung City Christia Daniel Exaudi, Hapsari Ayuningtyas Yuli;	20 0.32 %
3	The Effect of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image of Emina Products H Herliani,Faiza Dwi Rahmadhani, Adi Setiawan, Tiara Muthiarsih;	18 0.29 %
4	http://repository.unmuhsember.ac.id/21221/3/C %20BAB%201.pdf	14 0.22 %

5	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20604/1/Implementasi%20Corporate%20Social%20Responsibility%20%28CSR%29.pdf	13 0.21 %
6	Inovasi Digital Branding untuk Penguatan Citra Produk Digital Branding Innovation to Strengthen Product Image Muhammad Anwar,Mazaya Nur Lathifah;	13 0.21 %
7	Inovasi Digital Branding untuk Penguatan Citra Produk Digital Branding Innovation to Strengthen Product Image Muhammad Anwar,Mazaya Nur Lathifah;	13 0.21 %
8	http://repo.poltekkesdepkes-sby.ac.id/8783/5/5.%20Kata%20Pengantar.pdf	12 0.19 %
9	https://cilacap.pikiran-rakyat.com/cilacap/pr-2398849716/kebakaran-hanguskan-pondok-pesantren-as-saidiyah-di-majenang-cilacap-kerugian-capai-rp30-juta	11 0.17 %
10	Pengaruh Hustle Culture terhadap Psychological Distress Karyawan Perbankan dengan Self Compassion sebagai Variabel Moderasi Indara Irmansyah, Niar Astaginy, Ismanto Ismanto;	10 0.16 %

from RefBooks database (1.40 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	Inovasi Digital Branding untuk Penguatan Citra Produk Digital Branding Innovation to Strengthen Product Image Muhammad Anwar,Mazaya Nur Lathifah;	26 (2) 0.41 %
2	Service Quality And Brand Image On Customer Loyalty At Grab-Bike Companies In Bandung City Christia Daniel Exaudi, Hapsari Ayuningtyas Yuli;	20 (1) 0.32 %
3	The Effect of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image of Emina Products H Herliani,Faiza Dwi Rahmadhani, Adi Setiawan, Tiara Muthiarsih;	18 (1) 0.29 %
4	Pengaruh Hustle Culture terhadap Psychological Distress Karyawan Perbankan dengan Self Compassion sebagai Variabel Moderasi Indara Irmansyah, Niar Astaginy, Ismanto Ismanto;	17 (2) 0.27 %
5	MEMAHAMI PROSES FASE BULAN SETENGAH (FIRST QUARTER) DAN PENGARUH INTENSITASNYA PADA MALAM HARI Agustin Beta Puji Tria, Ika Fachrina,Fauziah An Nuril Maulida, Imamy Halwa Shofa;	7 (1) 0.11 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Internet (1.91 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2904/20577/22927	53 (1) 0.84 %
2	http://repository.unmuhammadiyah.ac.id/21221/3/C.%20BAB%201.pdf	19 (2) 0.30 %
3	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20604/1/Implementasi%20Corporate%20Social%20Responsibility%20%28CSR%29.pdf	13 (1) 0.21 %

4	http://repo.poltekkesdepkes-sby.ac.id/8783/5/5.%20Kata%20Pengantar.pdf	12 (1) 0.19 %
5	https://cilacap.pikiran-rakyat.com/cilacap/pr-2398849716/kebakaran-hanguskan-pondok-pesantren-as-saidiyah-di-majenang-cilacap-kerugian-capai-rp30-juta	11 (1) 0.17 %
6	https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/1726/1186	7 (1) 0.11 %
7	https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/65136/1/20102030044_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf	5 (1) 0.08 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

P a g e → 1

Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) PUSPENERBAL melalui akun instagram dalam meningkatkan brand image
Naufal Rafi Zhadad1), Didik Hariyanto2) didikhariyanto@umsida.ac.id, rafizhadad00@gmail.com
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo1,2

Abstract. Instagram, with its diverse features, makes it easier for companies to reach a wider audience and enhance brand image. One of the important activities that is frequently published is Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives for the community and its surroundings. This study aims to analyze PUSPENERBAL's CSR activities through its Instagram account in enhancing its brand image. The study applies the Triple Bottom Line concept: People (community), Planet (environment), and Profit (economic sustainability). This research is a qualitative descriptive study by observing PUSPENERBAL's Instagram content from July to December 2024. Data analysis was conducted using an interactive technique (reduction, presentation, and drawing conclusions). The results indicate that these CSR activities adopt the Triple Bottom Line concept: People, Profit, and Planet. The People aspect is reflected in posts related to health, education, and social activities. The Planet aspect is showcased through posts about wildfire suppression, mango tree planting, and the cultivation of vegetables and fruits. Meanwhile, the Profit aspect is evident in positive comments on Instagram posts, which contribute to a favorable image of PUSPENERBAL's CSR activities. PUSPENERBAL posts CSR activities that impact brand image, including brand personality, brand identity, competence and benefit, as well as attitude and behavior.

Keywords - csr, instagram, brand image, puspenerbal

Abstrak. Instagram, dengan fitur-fiturnya yang beragam, memudahkan perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan citra merek (brand image). Salah satu aktivitas penting yang sering dipublikasikan adalah kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) bagi masyarakat dan sekitarnya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kegiatan CSR PUSPENERBAL melalui akun instagram dalam meningkatkan brand image PUSPENERBAL. Penelitian menggunakan konsep Triple Bottom Line : Prople (masyarakat), Planet (lingkungan) dan Profit (keberlanjutan ekonomi). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan mengamati konten Instagram PUSPENERBAL dari Bulan Juli hingga Desember 2024. Analisis data dilakukan melalui teknik interaktif (reduksi, presentasi, dan menyimpulkan kesimpulan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas CSR ini menggunakan konsep triple bottom line yaitu people, profit dan planet. People ditunjukkan postingan berkaitan dengan kegiatan kesehatan, pendidikan, dan sosial. Sedangkan aspek planet melalui postingan yang berhubungan dengan pemadaman kebakaran lahan, penanaman bibit pohon mangga dan penanaman sayur dan buah. Adapun profit juga ditunjukkan dengan adanya komentar positif di postingan instagram yang memberikan image baik terhadap kegiatan CSR Puspenerbal. Puspenerbal memposting kegiatan CSR yang memberikan dampak terhadap brand image yaitu, brand ipersonality, brand identity, competence and benefit dan attitude and behavior.

Kata Kunci - csr, instagram, brand image, puspenerbal

1. PENDAHULUAN

Perusahaan saat sekarang ini membutuhkan tempat di dalam perusahaan untuk mempublikasikan kedua kegiatan, dan perusahaan menunjukkan konten perusahaan. Oleh karena itu, tidak jarang bagi bisnis saat ini untuk menggunakan media sosial dari pada secara langsung terlibat dengan wilayah itu. Ada satu Instagram Media sosial dengan banyak fitur untuk digunakan oleh komunitas dan perusahaan. Sampai saat ini, instagram memiliki jutaan user dan media sosial telah mengalami banyak pengguna. Terdapat beberapa fitur menarik di dalamnya. Dengan adanya Instagram, memudahkan suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Salah satu kelebihan saat pengguna 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 velue serta aktifitas di dalam perusahaan yang dapat melihat kontribusi ini bukan hanya pemangku kepentingan atau sekedar stakeholder perusahaan, tetapi juga semua seluruh pengguna yang menggunakan instagram.

Salah satu kegiatan perusahaan yang perlu memerlukan publikasi adalah tanggung jawab Corporate Social Responsibility (CSR → Terlepas dari faktanya bahwa ia menargetkan para pemangku kepentingan atau stake holder,

<http://doi.org/10.21070/ijcccd.v4i1.843>

pelanggan, serta target pasar. Ini karena CSR terletak pada tanggung jawab atau kewajiban sosial perusahaan untuk wilayah di kawasan lokasi operasi perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) memiliki keunggulan yang mendalam di komunitas dan lingkungan perusahaan, dan CSR bukan hanya tanggung jawab sosial, tetapi bentuk timbal balik yang saling relevan yang dibutuhkan perusahaan dari lingkungan di lokasi operasionalnya dan itu dapat memiliki efek positif dan meningkatkan citra merek Anda di depan pemangku kepentingan [1]. Akan tetapi, sejumlah perusahaan tidak menjalankan kegiatan penting ini. Faktanya, CSR diatur oleh undang - undang dan peraturan Indonesia dan ditentukan oleh undang - undang nomor 40 pada tahun

2007. Tujuan hukum adalah bahwa pemerintah daerah telah menjadi hak bagi masyarakat dan tidak perlu mencari operasi bisnis sebagai kegiatan CSR yang dilakukan oleh Naval Aviation Center, sebuah agen yang berurusan dengan operasi angkatan laut, operasi SAR dan bantuan kemanusiaan. PUSPENERBAL sebagai pangkalan Angkatan Laut terbesar di jawa timur melaksanakan kegiatan CSR di Pusat Penerangan TNI Angkatan Laut (PUSPENERBAL) Tujuannya adalah untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. CSR ini Tidak hanya menyoroti manfaat finansial, namun demikian juga memperhitungkan dampak sosial serta ekologis yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Apabila perusahaan menjalankan tanggung jawab ini, maka akan menciptakan nilai positif bagi masyarakat sekitar, sekaligus tetap menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi instansi. CSR adalah strategi yang bertujuan mempertahankan keberlanjutan kita. Sifat ini mempengaruhi kegiatan perusahaan yang dilakukan terhadap pemangku kepentingan dan Masyarakat. Perkembangan ini kemudian mengarah pada konsep -konsep baru, salah satunya adalah kesimpulan dari kesimpulan triple John Elkington melalui bukunya tahun 1998. “ **Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business**” [2]

John Elkington mengembangkan triple bottom line pada aspek, people atau masyarakat, profit atau keuntungan dan planet atau lingkungan [2]. Aspek profit yaitu sebagai investasi jangka panjang untuk menyusun program kerja dan strategi pelaksanaannya. Kondisi ini membutuhkan kegiatan CSR yang di lakukan berkelanjutan oleh perusahaan serta kesinambungan dan keberlanjutan seperti yang disadari oleh masyarakat atau pemangku kepentingan dan citra yang baik dari kegiatan ini, dan juga pendapat yang positif. Aspek People Perusahaan lebih memperhatikan masyarakat karena merupakan salah satu pihak yang terkena dampak kegiatan perusahaan. contohnya seperti dalam kegiatan, khususnya yang ada di sekitar perusahaan. Aspek Planet adalah sumber daya alam yang di lestarikan terlepas dari kegiatan produksi. Perusahaan melakukan kegiatan ini. Kemudian perusahaan harus bertanggung jawab atas lingkungan, seperti air, tanah, dan udara untuk kehidupan berkelanjutan. Lingkungan harus lebih berhati-hati karena dapat menjadi investasi jangka panjang yang akan menguntungkan perusahaan.

Selain CSR sebagai kegiatan yang di lakukan instansi untuk peminat atau pengenalan kemasyarakatan luas. PUSPENERBAL juga melakukan yang sebutannya biasa di sebut sebagai brand image. Suhaily dan darmoyo menyatakan bahwa brand image atau citra merupakan yang dimana sebuah brand dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian. Maka, semakin baik instagram PUSPENERBAL dibentuk maka semakin banyak pula Konsumen atau publik melaksanakan proses pembelian dan mendapatkan kepercayaan. Ada lima dimensi yang merupakan faktor utama dan dapat dibentuk dengan mempengaruhi dan mempengaruhi citra kelembagaan:

1. Brand Identity (Identitas Merek)

Komponen atau karakteristik tersebut terkait menggunakan logo produk, identitas perusahaan, kombinasi warna, bentuk, label atau slogan. Identitas merek membantu pelanggan dan konsumen memahami merek dan membedakannya dari merek lain.

2. Brand Personality (Merek Individu)

Atribut atau fitur khusus yang digunakan oleh merek digunakan untuk memudahkan konsumen untuk membedakan diri dari merek lain. Ciri Kepribadian Merek ini memiliki sikap abadi, senyum jujur, kehangatan, rasa sayang, jiwa sosial, mandiri, dinasis dan kreatif.

3. Brand Association (Merek Asosiasi)

Merupakan simbol yang sangat kuat, dan berbagai urusan yang berhubungan dengan brand.

4. Behavior and Brand Attitude (Perilaku Merek dan Sikap)

Dalam kaitannya dengan pengaturan komunikasi dan perilaku pelanggan dalam hubungan merek memberikan nilai dan manfaat suatu produk. Kategori ini mencakup persepsi dan perilaku konsumen, dan perusahaan dengan merek sehingga mendapat like atau komentar positif.

5. Competence and Brand Benefit (Keunggulan dan Manfaat)

adalah keterampilan unik yang ditawarkan merek untuk menyelesaikan masalah bagi konsumen. Nilai -nilai ini kemudian memungkinkan konsumen, kebutuhan, keinginan, mimpi dan obsesi untuk digunakan. Ini dicapai melalui apa yang ditawarkan.

Setelah dilakukan pengamatan pada media sosial Instagram Puspenerbal yang mempunyai jumlah pengikut di sebanyak 11,7 ribu, tetapi setiap postingan informasi kegiatan maupun CSR yang dilakukan hanya mendapatkan sedikit like, bahkan tidak mencapai 300 likes pada tiap postingannya. Hal ini menunjukkan bahwa publikasi media sosial yang dilakukan oleh Puspenerbal belum efektif sehingga dibutuhkan upaya untuk mengenalkan media sosial Instagram sehingga dapat meningkatkan viewers, likes, followers, dan subscribers.

Studi sebelumnya telah ditujukan untuk bahan referensi dan perbandingan. Penelitian oleh Fikri [1] Ada dampak positif pada fakta bahwa hubungan masyarakat konten CSR diposting dalam gambar di media sosial Hubungan Masyarakat Instagram. Studi lain oleh Dina (2018) menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan kegiatan CSR untuk meningkatkan citra atau citra perusahaan mereka dengan menggunakan pemeliharaan keberlanjutan ekologis dan pemeliharaan sumur masyarakat operasional. Lalu penelitian dari Rosa [1] menunjukkan bahwa aspek terpenting dari peningkatan citra merek adalah bagaimana bisnis dapat pertahankan kepercayaan masyarakat dan pertahankan kejahteraan di komunitas sekitarnya. Penelitian lain dari Eunike Viedy Virginia (2022) [3] Ada dampak citra merek konsumen, kepercayaan merek, dan pemasaran digital pada kasus yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil, citra merek (X1), Trust Brand (X2), dan Digital Marketing (X3) juga memiliki dampak besar pada keputusan pembelian Universitas Samraturinggi (Y) untuk produk Emina. Ada juga penelitian dari Didik Hariyanto (2022) [4] Corporate Social Responsibility Program (CSR) Ada juga penelitian tentang pengembangan masyarakat oleh Petrochemical Gresik Limited Company (LTD) yang memunculkan hasil bahwa pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan petrokimia gresik (LTD) bidang desa sehat belum menunjukkan wujud kemasyarakatan. Programnya masih terpusat dimana pelaksana kegiatannya dilakukan oleh (humas) perusahaan mulai dari penentuan kebutuhan masyarakat, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi. Penelitian lain lagi dari Ainur Rochmaniah yang meneliti tentang persepsi masyarakat terhadap Brand Image dan pelaksanaan Corporate Social Responsibility. (2023) [5] yang menunjukkan hasil penelitian bahwa persepsi masyarakat terhadap brand image perusahaan dan pelaksanaan CSR Dalam kategori yang baik dengan rata -rata 80,5%.

Penggunaan teknologi berbasis digital sekarang menjadi sebuah peristiwa. Tujuannya adalah untuk mengunggah media sosial bahwa berbagai kegiatan masyarakat dapat dilihat dari berbagai daerah. Ada keuntungan dari area nyata dan akses tanpa batas ke media sosial [6]. Dari latar belakang di atas terdapat rumusan pertanyaan tentang bagaimana kegiatan CSR dari Puspenerbal itu diterbitkan oleh media sosial Instagram dan meningkatkan citra merek agensi. Tujuan dari kajian ini adalah menganalisis kegiatan CSR dari Puspenerbal, itu dipublikasikan oleh platform digital Instagram untuk meningkatkan brand image.

2. Metode

Studi ini menerapkan metode deskriptif kualitatif yang dijelaskan dalam penelitian ini. Ini berarti penelitian yang mendeskripsikan suatu objek spesifik serta Mendeskripsikan fakta maupun kelompok tertentu secara teratur atau atau dengan fakta dari bidang tertentu. Studi ini jelas karena umumnya menghadirkan hanya objek untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, para peneliti menggambarkan objek penelitian pada sebuah akun Instagram Pusat Penerangan TNI Angkatan Laut (PUSPENERBAL).

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi yaitu kegiatan mengamati konten dari Instagram PUSPENERBAL yang berhubungan dengan kegiatan CSR dan di dalamnya terdapat Triple Bottom Line (TBL) yaitu profit, people dan planet. Penulis mengamati konten yang dipublikasikan dari bulan Juli sampai bulan Desember 2024. Data kemudian dianalisis menggunakan analisa Miles dan Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data adalah salah satu tahap awal pada pengelolahan data kualitatif, dimana data di saring sehingga dapat menyederhanakan data agar lebih fokus dan relevan, hal ini tentu membantu penulis untuk menyajikan data yang lebih jelas dan bermakna.

Penyajian data adalah langkah kedua dalam pengolahan data kualitatif setelah reduksi data. Penampilan data atau pemaparan data merupakan cara menampilkan informasi yang telah di sederhanakan dalam bentuk yang terorganisasi, sehingga memudahkan peneliti untuk memahami, menganalisis dan mengambil keputusan serta langkah penting untuk menampilkan informasi yang telah direduksi secara terstruktur dan terorganisasi. Seperti pada hasil triple bottom line yang sudah dituliskan, penulis menyajikan contoh dengan menyatakan dan memisah aspek triple bottom line yang ada pada hasil dan pembahasan. Memberikan kesimpulan atau validasi adalah langkah akhir dalam evaluasi data kualitatif setelah reduksi dan penyajian data. Di tahap ini melibatkan interpretasi data untuk menemukan makna, pola, hubungan atau tema yang dapat dijadikan kesimpulan yang valid dan relevan. Dimana penulis menyajikan data jadi satu dan memilah data dengan berbentuk tabel, setelah itu data yang sudah disajikan dan dipilih dalam tabel dianalisi sehingga penulis dapat menjadikan kesimpulan yang valid dan relevan [1].

II. Hasil dan Pembahasan

Sebagai salah satu lembaga yang menangani dan memelihara sumur orang melalui keselamatan elemen udara yang ditetapkan 68 tahun yang lalu, Puspenerbal berkomitmen untuk fokus pada kesejahteraan, keselamatan, keamanan dan kebutuhan masing -masing anggota. Namun, Puspenerbal juga berkomitmen untuk melestarikan lingkungan dari perspektif area operasi dan memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitar instansi dan di luar area bisnis. Sebagai suatu instansi yang bergerak di bidang yang mendukung operasi laut, seperti operasi tempur, operasi SAR dan bantuan kemanusiaan, adapun tugas dan fungsi PUSPENERBAL (Pusat Penerbangan TNI Angkatan Laut) memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung kekuatan TNI Angkatan Laut, dengan melaksanakan beberapa tugas dan fungsi utama yang saling terkait [7].

Pertama, operasi penerbangan, termasuk patroli, pengawasan dan misi untuk pencarian dan penyelamatan sangat penting untuk mempertahankan kedaulatan dan keamanan di wilayah Laut Indonesia. Kedua, pemeliharaan pesawat adalah untuk memastikan bahwa pesawat adalah persiapan operasional untuk berbagai tugas yang dilakukan dengan pemeliharaan dan perbaikan rutin. Ketiga, pelatihan SDM adalah kunci untuk memastikan bahwa setiap anggota Puspenerbal, termasuk pilot dan teknisi, memiliki kemampuan dan wawasan yang memadai untuk menjalankan misi secara efektif dan profesional. Terakhir, pengembangan kekuatan udara yang terus diperkuat melalui peningkatan kualitas pesawat, teknologi, dan taktik operasi, memungkinkan PUSPENERBAL untuk beradaptasi dengan kebutuhan pertahanan yang semakin kompleks. Dengan melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, PUSPENERBAL tidak hanya mendukung operasi militer TNI AL, tetapi juga berperan dalam menjaga ketahanan maritim Indonesia secara keseluruhan [7].

Untuk mempublish semua kegiatan, puspenerbal menggunakan media sosial yaitu youtube dan instagram sehingga masyarakat mengetahui kegiatan yang dilakukan. PUSPENERBAL mempunyai akun Instagram yakni @puspenerbalofficial memiliki banyak pengikut sekitar 12.100, dengan menggunakan fitur yang tersedia di Instagram dimana akun tersebut mengunggah 7.057 postingan yang terdiri dari feed dan reels. Salah satu informasi yang di publis adalah aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR). Media sosial sekarang menjadi tempat di mana semua kegiatan diungkapkan di dalam perusahaan yang menargetkan tentara dan pemerintah daerah di sekitar dalam maupun di luar. Oleh karena itu, Puspenerbal ini adalah salah satu penerbangan angkatan laut terbesar di Indonesia. Ini karena lokasi dasar adalah lokasi strategis di tengah jalan antara Kota Surabaya dan kembalinya Sidoarjo. Oleh karena itu, penggunaan media sosial Instagram di sini memainkan peran penting dalam meningkatkan citra merek perusahaan. Dengan kata lain, Puspenerbal sangat loyal dan terbukti sangat peduli tentang tentara dan komunitas internal atau eksternal. Dengan demikian, ini adalah cara untuk menjaga kesejahteraan di Indonesia, serta komunitas sekitarnya yang memiliki efek positif pada tanggung jawab sosial saat ini.

Dengan rutin akun itu membagikan postingan di Instagram melalui feeds, selanjutnya konten tersebut akan diunggah ke instagram. Postingannya juga beragam, mulai dari kegiatan CSR hingga update terbaru tentang program atau layanan dari Perusahaan, penghargaan anggota dan juga keluarga, termasuk berbagai aktivitas internal Perusahaan yang dapat diakses melalui akun @puspenerbalofficial. Akun menunjukkan pertumbuhan untuk semua unggahan. oleh karena itu, dari 2016 hingga 2023 ini isi. Jenis konten semakin beragam, termasuk mengunggah (CSR) dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Bisa diketahui kegiatan PUSPENERBAL diunggah melalui media sosial Instagram pada akun 2016. Tetapi PUSPENERBAL baru saja melakukan post ig yang terkait dengan CSR itu di tahun 2018, dimana unggahan tersebut adalah postingan program CSR yang pertama kali dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2018 yaitu dengan kegiatan Menggelar bazar murah untuk semua tentara atau prajurit penerbangan TNI AL dan masyarakat yang tinggal di sekitar Juanda, bazar murah ini diadakan sebagai bagian dari HUT Penerbangan TNI AL ke-62 dan di tujuhkan kepada prajurit dan masyarakat untuk memudahkan kebutuhan bahan pangan dengan harga terjangkau. Kegiatan - kegiatan tersebut karna TNI menyadari pentingnya membangun hubungan baik dengan masyarakat sehingga dapat meningkatkan keamanan dan kepentingan masyarakat [7].

Ketika penulis menggali hasil dan juga pembahasan disini penulis juga mewawancara salah satu anggota Dinas Penerangan Puspenerbal yang dimana anggota tersebut memiliki pekerjaan seperti wartawan yang dimana semua kegiatan PUSPENERBAL selalu diunggah melalui akun Instagram @puspenerbalofficial. Sehingga dari wawancara tersebut penulis mendapatkan sebuah informasi tentang hasil dan juga pembahasan melalui akun Instagram resmi PUSPENERBAL. Sehingga informasi ini diambil setengahnya dari mulai Bulan juli 2024 hingga Bulan Desember 2024 Terdapat 50 unggahan mengenai kegiatan (CSR) Corporate Social Responsibility yang telah dijalankan oleh PUSPENERBAL beserta jajarannya, dengan tujuan untuk mempertahankan lingkungan dan keberlanjutan di berbagai kota di Indonesia serta menjaga keberlanjutannya nama baik, serta penulis juga mengambil beberapa contoh CSR yang sudah di lakukan PUSPENERBAL melalui akun Instagram @puspenerbalofficial. Namun peneliti fokus melakukan observasi di 9 bahan yang menunjukkan aktivitas CSR.

Berdasarkan konsep CSR yaitu triple bottom line, maka hasil pengamatan dari konten bulan Juli sampai dengan bulan Desember 2024, adalah 1. People: dimana aspek people dari CSR tersebut adalah kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat. Aspek people telah dilakukan PUSPENERBAL dan dipublish di Instagram seperti contoh dibawah ini.

Gambar 2.1 Instagram PUSPENERBAL Juli 2024

Kolonel Laut (T) Johny Setyawan Sofiandi memimpin upacara pembukaan praktik kerja industri bagi 19 siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang Angkatan ke-55. Menyediakan praktik kerja industri/ Magang dimana Fasilitas Pemeliharaan dan Perbaikan Pesawat Udara (Kafasharkan Pesud) Puspenerbal menerima dan membuka Praktek Kerja Industri bagi 19 siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang Angkatan ke-55 di Aula Fasharkan Pesud Puspenerbal, Pelaksanaan Praktik Kerja Industri SMK Penerbangan Angkasa Malang Angkatan ke-55 ini, akan berlangsung selama 3 bulan dimulai pada hari Senin 1 Juli 2024 s/d Jumat 27 September 2024 mendatang. Dari 19 siswa tersebut, 15 siswa diantaranya dari kejuruan EA (Electrical Avionic) dan 4 siswa lainnya dengan kejuruan AP (Airframe Powerplan) [8]

- Selain mengadakan Praktek Kerja Industri pada tanggal 23 juli 2024 Puspenerbal juga Mengadakan lomba billiard open yang dimana Kolonel Laut (P) Dani Achnisundani selaku Komandan Lanudal Juanda, secara resmi membuka Billiard Open Tournament 2024 Komandan Lanudal Juanda Cup yang digelar di AZ Cafe dan Pool, Jl. Bandara Juanda No A1, Dusun Pager Sawotratap, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur, Selasa malam (23/7/2024). Komandan Lanudal Juanda menyampaikan bahwa "Billiard Tournament Komandan Lanudal Juanda Cup 2024 merupakan rangkaian dari kegiatan HUT ke-60 yang diprakarsai oleh Lanudal Juanda bekerja sama dengan AZ Cafe, POBSI Prov. Jatim dan KONI Sidoarjo serta Ketua POBSI Kabupaten Sidoarjo. Tournament yang akan diselenggarakan dari tanggal 24 sampai dengan 1 Agustus 2024 ini merupakan salah satu rangkaian memperingati HUT Ke-60 Lanudal Juanda Tahun 2024 serta guna menjaring bibit-bibit atlit pada cabang olahraga Billiard [9].

- Pada tanggal 22-24 juli PUSPENERBAL Mengadakan Building camp, Building camp ini membentuk Bentuk Karakter dan Kedisiplinan, Peserta didik baru SMPN 1 Sedati mengikuti Character Building Camp di Lanudal Juanda selama tiga hari, dengan total 395 siswa yang berpartisipasi. kegiatan Character Building Camp yang bertujuan untuk membentuk karakter dan kedisiplinan serta mempererat solidaritas siswa-siswi baru SMPN 1 Sedati yang dilaksanakan 22-24 Juli 2024 di Lanudal Juanda, dan juga ada beberapa program yang diselenggarakan diantaranya materi Baris-Berbaris (PBB), Survival, Hypnotherapy, Materi pengenalan Penerbangan TNI Angkatan Laut dan program terkait pembentukan karakter dan kedisiplinan serta pengembangan diri yang diberikan oleh Tim kepelatihan Lanudal Juanda. Para peserta disana di ajak untuk mengalihkan lebih dalam sistem perawatan kesehatan, berpartisipasi dalam gerakan disiplin (PBB), mereka menikmati makan bersama dan belajar tentang ruang pesawat komersial. Selain itu, peserta menerima informasi tentang fungsi Angkatan Laut Angkatan Laut dan berbagai jenis pesawat terbang [10].

- Pada hari kamis tanggal 5 bulan September 2024 Wing Udara 3 Puspenerbal mengadakan acara bantu sesama donor darah yang diikuti oleh personel dari Satuan TNI & Polri serta beberapa masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam berpartisipasi ke acara Donor darah. Selain mengadakan kegiatan donor darah, acara ini juga mencakup pelaksanaan pemeriksaan gula darah dan kolesterol gratis. Yang dimana program CSR tersebut di berikan judul "Bantu Sesama, Prajurit Wing Udara 3 Puspenerbal Donor Darah di Hari Pelanggan Nasional", Empati dan bantu sesama, Prajurit Wing Udara 3 Puspenerbal Biak melakukan aksi sosial dengan mendonorkan darahnya di Hari Pelanggan Nasional yang digelar PT. Garuda Indonesia Biak di Kantor Garuda Indonesia Cabang Biak Brambaken, Kec. Samofa, Kabupaten Biak Numfor, Kamis (5/9/2024). Selain prajurit Wing Udara 3 Puspenerbal Biak [11].

- Memberikan Jum'at Berkah Kepada Panti Asuhan Laksamana Moeljadi, dimana Program Berkah Jumat diadakan pada minggu pertama 6 September 2024, yaitu Laksamana TNI Bayu Alisyahbana hadir sebagai perwakilan Komandan Puspenerbal, Laksda TNI Sisyani Jaffar, kembali mendatangi kompleks Lanudal Juanda dengan Wadan Puspenerbal di Jl. Brantas.No. 3 dan para jajarannya. Di panti asuhan disambut bersama dengan karyawan dan anak -anak asuhnya, yang merupakan kepala Mayor Purn Hery Satrio Lelono, kepala Laksamana Moeljadi. Selama kunjungannya, Wadan Puspenerbal disertai oleh Kolonel (T) Bambang Yunianto dari Laut Iruspenerbal, Kasbudituppers Ditpas Puspenerbal Kolonel (KH) Muhammad Sulamet, PG -Jalasenastri -Puspenerbals, Ny. Tetty John Setiawan dan Pabinhar PG Jalasenstri Puspenerbal [12]

- Pada tanggal 16 desember Dengan Tni Laksda Sisyani Jaffar, Komandan Puspenerbal, dan Ketua Jalasenastri Puspenerbal, NY. Vivi Sisyani Jaffar menyerahkan Takziah kepada keluarga tentara atau prajurit yang berduka atas wafatnya anak mereka selama bekerja di Rumah Sakit Jemursari (RSI) di Surabaya. Pada kesempatan ini, Puspenerbal yang mewakili keluarga besar Angkatan Laut, dan komandan istrinya, menyatakan kesedihan yang mendalam atas wafatnya anak kedua Serda Mpu Andi Mardiana, menyerahkan belas kasih sebagai bentuk kekhawatiran. Pada saat itu, komandan itu ingin, Serda Mpu Andy Mardiana dan istrinya maupun keluarganya yang diperluas sabarnya, itu pasti sangat sulit, tetapi ini telah menjadi keputusan pemilik sejati, yakni Allah Subhnanahu Wata'ala [13].

2. Untuk planet : dimana aspek planet dari CSR tersebut adalah kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan. Aspek planet telah dilakukan PUSPENERBAL dan dipublis di Instagram seperti contoh dibawah ini yaitu

Gambar 2.2 Instagram PUSPENERBAL Agustus 2024

- Pada tanggal 15 juli 2024 lakukan Tentara di Pangkalan Angkatan Laut Kupang (Lanudal) telah dengan cepat untuk menghilangkan kebakaran ladang yang terjadi karena kebakaran yang menyebar kemarin (15 Juli 2024) dari bandara di Eltari. Api disebabkan oleh gesekan dari rumput kering, rumput kering terbakar karena cuaca panas dan angin kencang yang menghantam Daerah Kupang. angin tenggara bertiup mempercepat penyebaran api dari bandara Eltari ke wilayah Lanudal Kupang. Hasilnya adalah kebakaran yang membakar di beberapa bagian Tanaman Gaharu, Pohon Jati dan area keamanan gizi. Bahkan, api hampir mencapai daerah di sekitar gudang amunisi dan senjata. Dalam upaya ini tentara Lanudal Kupang didukung oleh penduduk pangkalan untuk mengendalikan api sehingga api tidak merambat [14].

- Adapun postingan ig puspenerbal 17, agustus 2024 (Lanudal Manado - Novotel Manado Laksanakan Penanaman Bersama Bibit Pohon Mangga dan Cabai Rawit) Komandan Lanudal Manado, Letkol Laut

(P) Candra Budiharjo dan disertai Ketua Cabang 7 PG Jalasenastri Puspenerbal bersama GM. Novotel Manado, Whisnu melaksanakan penanaman bibit pohon mangga dan cabai rawit secara simbolis di area kebun Novotel Manado pada Jumat kemarin 17 agustus 2024. Penanaman bibit pohon mangga dan cabai rawit kali ini, dilakukan seluruh personel Lanudal Manado dan Cabang 7 PG Jalasenastri Puspenerbal serta karyawan Novotel Manado lainnya dengan penuh semangat. Kegiatan penanaman ini dilakukan bersama dilahan milik Novotel Manado seluas setengah hektar ini, dalam rangka mendukung program pemerintah dibidang ketahanan pangan, dimana pengolahan lahan dan perawatan tanaman nantinya akan dibimbing oleh Personel Lanudal Manado yang mempunyai keahlian dibidang pertanian, yakni Letda Laut (E) Junaidi Eko Susilo [15].

- Pada Postingan ig @puspenerbalofficial tepatnya tanggal 30, agustus 2024 yaitu berjudul (Dukung Ketahanan Pangan, Lanudal Kupang Kembali

Tanam Bibit Sayur dan Buah). Untuk mendukung program ketahanan pangan, Lanudal Kupang Puspenerbal kembali melakukan penanaman bibit sayuran dan buah di lahan ketahanan pangan pada Jumat (30/8/2024). Mayor Laut (P) Arief Sukmono Akbar selaku Komandan Lanudal Kupang memimpin peraonel diajarannya melakukan penanaman bibit sayur dan buah bersama dilahan yang dipersiapkan. Danlanudal Kupang disela-sela kegiatan penanaman menyampaikan bahwa dengan pengolahan lahan yang optimal akan menghasilkan berbagai macam tanaman produktif sehingga berkelanjutan dan hasilnya dapat dinikmati oleh keluarga besar Lanudal Kupang [16].

3. Lalu untuk profit : mengharuskan aktivitas CSR yang di lakukan perusahaan berlangsung secara Terus menerus, masyarakat dan pemangku kepentingan membentuk persepsi yang baik dan reputasi yang baik dari kegiatan ini., dan juga opini yang positif → Masyarakat terlibat dalam kegiatan CSR yang sudah di selenggarakan PUSPENERBAL bertahun - tahun contoh nya terdapat di postingan ig @puspenerbalofficial

Gambar 2.3 Instagram PUSPENERBAL November 2024

- Pada tanggal 8 November 2024 ketika Komandan Lanudal Manado ikuti Olahraga Bersama Stakeholder Bandara Sam Ratulangi Manado, dan juga terdapat beberapa pesan dan kesan positif tentunya oleh beberapa stakeholder yang sudah bergabung di program dan terlaksanakan oleh PUSPENERBAL melalui konsep CSR "Momen ini mengingatkan kita betapa pentingnya olahraga dalam menjaga kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup dan juga Selamat kepada para penerima piagam penghargaan atas dedikasi dan prestasi yang telah dicapai. Ini adalah bukti kerja keras dan komitmen yang luar biasa" [17].

- Pada tanggal 1 juli 2024 saat Fasharkan Pesud Puspenerbal menyediakan Program Praktek Kerja Industri dan menerima sejumlah siswa dari SMK Penerbangan Angkasa Malang tentunya mendapat komen atau pesan yang positif terhadap Fasharkan Pesud Puspenerbal yang sudah menyelenggarakan program tersebut, adapun komen atau pesannya dari pihak SMK Penerbangan Angkasa Malang yang berisi "Langkah luar biasa diambil oleh Kafasharkan Pesud Puspenerbal dalam mendukung generasi muda melalui pembukaan Praktek Kerja Industri untuk 19 siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang Angkatan ke-55. Dipimpin oleh Letkol Laut (S) Budi Prasetyomadi yang mewakili Kolonel Laut (T) Johny Setyawan Sofiandi, Kontribusi Fasharkan Pesud Puspenerbal mendapatkan respon positif dari pihak Sekolah SMK Penerbangan Angkasa Malang yang ditunjukkan dengan komentar "program ini menjadi wujud nyata komitmen untuk mempersiapkan tenaga ahli di bidang aviasi" -ujarnya dan "Semangat terus untuk seluruh siswa, dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung program ini. Masa depan penerbangan Indonesia ada di tangan generasi muda seperti kalian!" -balasannya [8].

- Diambil kutipan positif dari postingan ig @puspenerbalofficial yang dikerjakan pada tanggal 15 juli 2024, dimana jajaran dari lanudal kupang bersama-sama memadamkan kebakaran lahan di dekat bandara El Tari Kupang, yang dimana salah satu dari masyarakat berkomentar positif dan apa yang dia rasakan "Salut untuk aksi sigap dan kerja sama yang luar biasa! Prajurit Pangkalan Udara TNI Angkatan Laut (Lanudal) Kupang menunjukkan dedikasi tinggi dengan gerak cepat memadamkan kebakaran lahan yang mengancam area strategis, termasuk lahan konservasi tanaman cendana, gaharu, pohon jati, dan ketahanan pangan. Kebakaran yang disebabkan oleh cuaca panas dan angin kencang ini berhasil dikendalikan berkat sinergi yang hebat antara Lanudal Kupang, warga masyarakat sekitar, dan dukungan kendaraan pemadam kebakaran Bandara El-Tari Kupang. **Kejadian ini menjadi pengingat pentingnya kewaspadaan terhadap potensi bahaya kebakaran, khususnya di musim panas seperti sekarang.** Kontribusi prajurit yang melakukan pemadaman kebakaran lahan mendapatkan respon positif dari masyarakat yang ditunjukkan dengan komentar "Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mencegah bencana yang lebih besar. Semoga semangat gotong royong ini terus menjadi inspirasi untuk melindungi lingkungan dan menjaga keselamatan bersama." [14]

- Pada postingan 17 agustus 2024 Lanudal Manado melaksanakan penanaman bibit pohon mangga dimana pengolahan lahan dan perawatan nantinya akan dibimbing langsung oleh personel Lanudal Manado itu sendiri. Adapun pesan positif untuk Lanudal Manado beserta anggotanya "pihak Novotel Manado mengatakan bahwa kegiatan penanaman bibit pohon mangga dan cabai rawit ini merupakan bentuk kerjasama dan sinergitas Lanudal Manado dengan Novotel Manado dalam mendukung program ketahanan pangan yang dicanangkan oleh pemerintah pusat maupun daerah, Lanudal Manado keren" [15].

- Adapun kutipan positif yang di ambil dari postingan ig @puspenerbalofficial yang dimana berita tersebut dilakukan pada tanggal 30 Agustus 2024 yang berjudul (dukung ketahanan pangan Lanudal Kupang kembali tanam sayur dan buah). Disitu anggota Lanudal Kupang mendapatkan tanggapan yang positif sehingga bisa mensupport atau memberikan semangat seluruh jajaran untuk mendukung ketahanan pangan "Ditengah cuaca kemarau yang saat ini melanda wilayah NTT khususnya di kota Kupang dan kontur tanah di lahan Lanudal Kupang yang berbatu karang, tentunya diperlukan ketelitian dan kesabaran. Pengelolaan lahan tanam lanjutnya, dengan metode penyiraman yang terencana dan teratur sangatlah penting, sehingga diharapkan hasil panen yang dicapai bisa maksimal dan juga produktif sehingga berkelanjutan "terangnya [16].

No	TAHUN	PEOPLE	PLANET	PROFIT
1	2017 - 2018	1	2	4
2	2019 - 2020	3	-	-
3	2021 - 2022	3	-	-
4	2023 - 2024	3	2	4
5	2024 - 2025	5	3	5

Dari tabel di atas, Puspenerbal tidak hanya memperhatikan kepentingan perusahaan, tetapi perusahaan juga memperhatikan ekonomi, kesejahteraan, dan komunitas tempat perusahaan beroperasi. Puspenerbal juga berkontribusi pada perlindungan lingkungan, yang berarti bahwa di Indonesia semakin dipertahankan.

Di dalam setiap kegiatan CSR, PUSPENERBAL berkolaborasi dengan masyarakat dan stakeholder yang dimana mereka ikut berperan mendukung kegiatan CSR. Ini membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat di sekitar wilayah operasional PUSPENERBAL. Adapun kolaborasi stake holder sebagai fasilitator antara PUSPENERBAL dan masyarakat, untuk melaksanakan berbagai kegiatan sosial, dan pengolahan lingkungan hidup yang berkelanjutan. sesuai dengan visi CSR PUSPENERBAL yang berfokus pada berkelanjutan dan pembentukan komunitas. Kerjasama ini mencerminkan komitmen PUSPENERBAL untuk membantu memperkuat masyarakat dalam tanggung jawab sosial. Ketika proses menganalisis, akun Instagram @puspenerbalofficial yang berhubungan dengan kegiatan CSR mendapatkan komentar positif dari pengguna Instagram yang mengetahui postingan tersebut.

Brand image yang meningkat dari PUSPENERBAL Tidak hanya pemangku kepentingan, tetapi juga pihak luar, termasuk komunitas tempat mereka bekerja, diterima, tetapi juga secara aktif berkontribusi pada semua kegiatan dari PUSPENERBAL. Oleh karena itu dinyatakan bahwa PUSPENERBAL berhasil meningkatkan brand image dengan 5 dimensi yaitu (Suhaily dan Darmoyo).

Ada lima dimensi faktor yang mempengaruhi citra Puspenerbal disini adalah :

Brand Identity (identitas merek) PUSPENERBAL bagaikan induk Pangkalan Udara TNI AL terbesar yang ada di Indonesia dan juga memiliki Identitas perusahaan terkenal. Misalnya, semua kontribusi di Instagram selalu digunakan background biru dan putih, disertai dengan logo, judul, brivet, Perusahaan tersebut juga mempunyai slogan atau tagar, yaitu #puspenerbal #RajawaliLaut dan memiliki semboyan Dharma Jalakaca Putra yang artinya "perjuangan tanpa lelah, pengabdian tanpa pamrih, dan perlawan tanpa rasa takut untuk menjaga keamanan dan kedaulatan maritim Indonesia [7].

Brand Personality (kepribadian merek) dari sekian ribu unggahan di feed Instagram @puspenerbalofficial bukan sekadar mengenai wawasan militer saja., PUSPENERBAL selalu mempunyai brand personality yang sangat kuat, yang dimana biasa digunakan PUSPENERBAL dalam melaksanakan sebuah kegiatan yaitu karakteristik personalitas, yang mempunyai kewibawaan, beratribut, Ekspresi tulus, kehangatan, kepedulian, jiwa sosial, penuh semangat, kreatif, dan independent. Dimana sikap-sikap tersebut adalah salah satu ciri khasus Jajaran PUSPENERBAL untuk membedakan sebuah identitas dengan Perusahaan lain. Salah satu yang paling menonjol Brand Personality yang identik dengan ciri khas nya yaitu berupa jiwa sosial, dimana jiwa sosial yang dijalin Jajaran PUSPENERBAL ini merupakan kepedulian atasatan terhadap anak buahnya, yang dimana Ketika ada anggota Jajaran PUSPENERBAL yang keluarganya sakit itu selalu dijenguk bahkan dari Pejabat dan Ibu Jalasenastri ikut serta dalam menjenguk anggota keluarga yang sedang sakit, dan selalu memakai atribut lengkap disertai dengan membawakan bingkisan. Seperti di postingan ig @puspenerbalofficial tanggal 16 Desember 2024, terlihat Laksda TNI Sisyani Jaffar, selaku Komandan Puspenerbal, beserta Ketua Gabungan Jalasenastri Puspenerbal, Ny. Vivi Sisyani Jaffar, melakukan takziah ke keluarga prajurit yang berduka dan juga ditinggalkan bersama anak -anak mereka ketika mereka dilahirkan di Rumah Sakit Islam Jemrusal (RSI) Surabaya [13].

Brand association (asosiasi merek) merupakan simbol yang sangat kuat, serta berbagai hal yang berhubungan dengan merek. Brand association ditunjukkan dengan postingan instagram @puspenerbalofficial pada tanggal 8 Novermber 2024 disini Jajaran PUSPENERBAL tepatnya di Lanudal Manado sedang mengadakan olahraga berserta dengan stakeholder yang di hadiri langsung oleh Letnan Kolonel Laut (P) Candra Budiharjo, selaku Komandan Lanudal Manado mengikuti olahraga berserta Stakeholder Bandara Sam Ratulangi Manado yang dilaksanakan di Kantor Balai Kekarantinaan Kesehatan Kelas I Manado pada Hari Jumat [17].

Behavior and Brand Attitude (perilaku merek dan sikap) berhubungan dengan pengaturan komunikasi dan tindakan dalam hubungan brand yang memiliki pelanggan juga memberikan makna dan manfaat dalam sebuah karya. Kategori ini mencakup atribut khusus untuk Pandangan serta tindakan konsumen, kebiasaan perusahaan terhadap brand, kepribadian merek, kegiatan, dan interaksi dengan pelanggan. Dimana penulis mengutip sebuah komen positif yang diantara kegiatan PUSPENERBAL yang sudah di laksanakan, yaitu terdapat dipostingan Instagram @puspenerbalofficial pada tanggal 15 juli 2024, dimana terdapat Jajaran PUSPENERBAL melaksanakan aksi sigap pemadam lahan yang terbakar di dekat badandara EL TARI KUPANG disitu dikutip komen positif yang berpesan Salut untuk aksi sigap dan kerja sama yang luar biasa! Anggota Pangkalan Udara TNI AL Lanudal Kupang menunjukkan dedikasi tinggi dengan gerak cepat memadamkan kebakaran lahan yang mengancam area strategis, termasuk lahan konservasi tanaman cendana, gaharu, pohon jati, dan ketahanan pangan [14].

Kompetensi brand dan pendapatan keuntungan (brand competence and benefit) adalah prinsip, Manfaat dan keterampilan Keunikan yang diberikan kepada pelanggan untuk mengatasi masalah. Prinsip -prinsip ini memungkinkan pelanggan untuk melakukannya mendapat keuntungan akibat apa yang ditawarkan merek menyadari kebutuhan, keinginan, mimpi, dan obsesi mereka. Nilai dan manfaat bekerja di sini di kutip oleh (Keller, 1993Manfaat, kelebihan, dan kapabilitas suatu merek berperan dalam membentuk citra merek atau produk, individu, institusi, dan perusahaan [18].

Brand ini ditunjukkan dengan adanya postingan puspenerbal tentang mendukung ketahanan pangan dengan menanam sayur, buah, dan menebar benih ikan tanggal 30, agustus 2024 dan kegiatan yang di ambil oleh penulis disini yaitu dilaksanakan oleh Lanudal Kupang beserta jajarannya, program mendukung ketahanan pangan dengan menanam sayur, buah dan menebar benih ikan tersebut berlanjut dengan kegiatan menikmati hasil panen, yaitu pada tanggal 6, November 2024 Pembagian hasil pangan tersebut, dilakukan langsung oleh pimpinan Lanudal Kupang Letkol Laut (P) Arief Sukmono Akbar beserta prajurithnya dan Ketua Cabang 9 Gabungan Jalasenastri Puspenerbal Ny. Anggi Arief S. Akbar serta anggotanya. Pada kesempatan ini, Komandan Lanudal Kupang menyampaikan bahwa Kebun dan kolam lele ini dikelola oleh prajurit Lanudal Kupang sebagai salah satu langkah mendukung kemandirian pangan bagi personel TNI Angkatan Laut dan keluarga besar Lanudal Kupang serta masyarakat sekitar. Selain itu Lanudal Kupang ingin membuktikan bahwa meskipun dimusim kemarau yang panas dan kering, keras keras prajurit Lanudal Kupang dapat membuat kebun sayuran dan budidaya ikan lele dengan hasil optimal dan pembagian makanan bergizi gratis hasil panen ketahanan pangan ini direspon masyarakat sera antusias dan terlihat sangat senang menerima sayur segar serta lele yang baru saja dipanen [16].

III. Kesimpulan

Kegiatan CSR ini menggunakan konsep triple bottom line yaitu planet, people dan profit. People ditunjukkan postingan bertujuan dengan kegiatan kesehatan, pendidikan, dan sosial. Sedangkan aspek planet melalui postingan yang berhubungan dengan pemadaman kebakaran lahan, penanaman bibit pohon mangga dan penanaman sayur dan buah. Adapun profit juga ditunjukan dengan adanya komentar positif di postingan instagram yang memberikan image baik terhadap kegiatan CSR Puspenerbal. Puspenerbal memposting kegiatan CSR yang memberikan dampak terhadap **brand image**, **brand identity**, **brand personality**, **attitude and behavior** dan **competence** and keuntungan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa publikasi CSR melalui instagram berkontribusi pada peningkatan brand image PUSPENERBAL melalui lima aspek utama : **Brand Identity**, **Brand Personality**, **Brand Association**, **Brand Attitude and Behavior**, **Brand Benefit and Competence**. Namun meskipun jumlah pengikut Instagram PUSPENERBAL cukup besar, tingkat interaksi seperti likes dan views masih rendah, sehingga diperlukan strategi lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan memaksimalkan media sosial, PUSPENERBAL dapat lebih efektif mempromosikan aktivitas CSR-nya, yang pada akhirnya membantu memperkuat citra positif dimata masyarakat dan stakeholder.

Ucapan Terima Kasih

Sepenuhnya bersyukur, Kami mempersembahkan **rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang mendukung dan**

berkontribusi pada persiapan jurnal ini. Kami juga berterima kasih kepada PUSPENERBAL dan karyawan kami untuk fasilitas dan sumber daya yang ditunjuk selama proses penelitian dan penulisan. Terima kasih kepada pihak kampus kami, Dr. Didik Hariyanto, M.Si, arahan, saran, kritik konstruktif yang akan membantu meningkatkan kualitas jurnal ini. Jangan lupa mengucapkan terima kasih kepada keluarga, kerabat, sistem pendukung, teman, dan semua orang yang membawa dukungan moral, doa, dan motivasi selama penyelesaian. Semoga jurnal ini akan berkontribusi pada pengembangan sains dan akan berguna dalam membaca.

REFERENSI

- [1] D. N. Putri, A. Rochmaniah, and I. Pendahuluan, "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," pp. 1-7.
- [2] A. Rochmaniah, **Buku Ajar Corporate Sosial Responsibility Dan Community Development. 2020. doi: 10.21070/2020/978-623-6833-77-3.**
- [3] V. V. Lombok and R. L. Samadi, "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 10, no. 3, p. 953, 2022, doi: [10.35794/embaj.v10i3.43524](https://doi.org/10.35794/embaj.v10i3.43524).
- [4] D. Hariyanto, "Corporate Social Responsibility Program (CSR) Petrokimia Gresik Limited Company (LTD) in Community Development," 2022.
- [5] A. Rochmaniah and B. Aqwam, Brand Image and CSR: Key Factors for Positive Public Perception of a Poultry Company. *Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-38476-052-7_31*.
- [6] H. Fitrianna and D. Aurinawati, "Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan," *INOBIS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 3, pp. 409-418, 2020.
- [7] wikipedia, "sejarah puspenerbal," 30 april. Accessed: Apr. 30, 2025. [Online]. Available: https://id.wikipedia.org/wiki/Pusat_Penerbangan_Angkatan_Laut#Referensi
- [8] D. P. P. P. A. Laut, "Membuka Praktek Kerja Industri," 1 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C834rhiyagg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [9] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Menggelar billiard open," 24 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9zB33GSta3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [10] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Materi pengenalan Penerbangan TNI Angkatan Laut dan program terkait pembentukan karakter dan kedisiplinan serta pengembangan diri yang diberikan oleh Tim kepelatihan Lanudal Juanda.," 22 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9ztrTMy5-o/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [11] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Bantu Sesama, Prajurit Wing Udara 3 Puspenerbal Donorkan Darah di Hari Pelanggan Nasional," 5 september. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_hL4XrSS-n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [12] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Jum'at Berkah, Wadan Puspenerbal Sambangi Panti Asuhan Laksamana Moeljadi," 6 september. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_kIV9cP5NM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [13] R. Zhadad, "Brand Personality PUSPENERBAL," 5 maret. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/DDo8n--vjjA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [14] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "melakukan aksi Gerak cepat pemadaman lahan kebakaran, el tari kupang," 15 juli. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C9bu91GvLW9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [15] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Lanudal Manado - Novotel Manado Laksanakan Penanaman Bersama Bibit Pohon Mangga dan Cabai Rawit," 17 agustus. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C-xqK69Pjz6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [16] L. Kupang, "Dukung Ketahanan Pangan, Lanudal Kupang Kembali Tanam Bibit Sayur dan Buah," 30 agustus. [Online]. Available: https://www.instagram.com/p/C_R-DjlScgh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- [17] Dinas Penerangan Pusat Penerbangan Angkatan Laut, "Lanudal Kupang Olahraga Bersama," 8 november.
- [18] W. Frenedy and P. Dharmawan, "Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyalty," *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 4, p. 1005, 2020, doi: [10.24912/jmk.v2i4.9884](https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9884).