

## Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Media Exposure* dan *Gender Diversity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Radhika Ramadhani<sup>1\*</sup>, Salma Taqwa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

\*Korespondensi: [ramadhaniradhika@gmail.com](mailto:ramadhaniradhika@gmail.com)

### Abstract

*The more a company develops, the more it has an impact on the social side of society and environmental damage, therefore the existence of Corporate Social Responsibility shows how companies pay attention to environmental and social issues. This is manifested in the company's practices and policies towards its social environment in the form of ethical behavior and transparency of activities and information related to Corporate Social Responsibility. This study was conducted to determine the effect of institutional ownership, media exposure, and gender diversity on corporate social responsibility disclosure in manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange in 2017-2021. With a population of 72 manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange in 2017-2021 which were selected using purposive sampling method, a sample of 360 was obtained. Multiple regression analysis was used as a data analysis technique until the results obtained that institutional ownership and gender diversity have no effect on corporate social responsibility disclosure but media exposure can affect corporate social responsibility disclosure.*

**Keywords:** *corporate social responsibility disclosure; gender diversity; institutional ownership; media exposure*

### How to cite

Ramadhani, R., & Taqwa, S. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Media Exposure* dan *Gender Diversity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Nuansa Karya Akuntansi*, 2(1), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.24036/jnka.v2i1.20>



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Perusahaan yang berada di puncak keberhasilan tidak lagi hanya diukur pada saat perusahaan sudah mencapai laba maksimum (Tamara & Budiasih, 2020). Sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh John Elkington (1994) yaitu *Triple Bottom Line* atau biasa disebut dengan 3P yaitu *profit*, *people*, dan *planet*, perusahaan tidak lagi bertumpu pada keuntungan saja tetapi juga dapat turut menyejahterakan masyarakat dan lingkungannya. Dengan adanya *corporate social responsibility* menunjukkan bagaimana perusahaan memperhatikan masalah lingkungan dan sosialnya. *Corporate social responsibility* tersebut merupakan sarana untuk meningkatkan kesadaran dalam suatu perusahaan tentang nilai

tanggung jawab perusahaan dalam meminimalkan dampak buruk dari praktik dan kebijakan perusahaan (Arikarsita & Wirakusuma, 2020).

Tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 2 yang menjelaskan bahwa setiap badan usaha yang menjalankan aktivitas usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut dikarenakan tuntutan akan informasi dan transparansi atas laporan keuangan dibutuhkan oleh pihak yang berkepentingan diantaranya adalah pemilik, investor, kreditor, manajemen, pemerintah, masyarakat hingga pihak-pihak lainnya (Herawaty, 2020).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berlandaskan teori *stakeholder*, dapat mengurangi perbedaan kepentingan dan preferensi yang terjadi pada perusahaan (Wang *et al.*, 2022). Perusahaan harus diselenggarakan demi kepentingan seluruh *stakeholder* nya, sehingga tindakan perusahaan memiliki dampak yang beragam pada perspektif dan ekspektasi dari setiap *stakeholder* nya (Sabrina, *et al.*, 2022:5).

*Riset Centre For Governance, Institutions and Organizations (CGIO) National University of Singapore (NUS) Business School* pada tahun 2016 melakukan riset terhadap kemampuan pemahaman perusahaan tentang praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada empat Negara yaitu Thailand, Malaysia, Singapura, dan Indonesia dengan penggunaan item pengungkapan berdasarkan kerangka GRI. Indonesia berada di peringkat ketiga dengan perolehan nilai 48,4 sedangkan Thailand dengan nilai tertinggi sebesar 56,8 diiringi oleh Singapura sebesar 48,8 dan Malaysia di posisi keempat dengan perolehan nilai 47,7. Hasil riset ini menandakan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia tergolong masih rendah dalam tingkat pemahaman dan praktik pengungkapan CSR dengan penggunaan item pengungkapan berdasarkan kerangka GRI (Suastha; CNN Indonesia, 2016). *Global Reporting Initiative (GRI) Standard* digunakan sebagai panduan untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan yang mengikuti prinsip-prinsip pelaporan dan mengutamakan hal-hal yang relevan secara signifikan. GRI menyediakan kerangka kerja yang komprehensif dan diakui secara internasional (Sabrina *et al.*, 2022:113).

Meskipun Undang-Undang telah mewajibkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tanggung jawab sosialnya, tetapi masih terdapat *gap* yang timbul karena aturan pelaksanaan CSR dan penerapannya yang tidak didefinisikan dengan jelas (Setiawan *et al.*, 2018) serta rendahnya praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia (Asrori *et al.*, 2019). Lalu pada kenyataannya, CSR masih belum sepenuhnya dilegitimasi di sebagian besar negara berkembang (Alkayed & Omar, 2022). Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah Kepemilikan Institusional, *Media Exposure*, dan *Gender Diversity*. Penelitian ini melakukan pengembangan terhadap variabel *Media Exposure* yang kini memegang peranan penting di masyarakat akibat perkembangan teknologi dan internet. Masyarakat sebagai *stakeholder* dan pihak yang awam terhadap laporan tahunan perusahaan dapat terlibat dalam keterbukaan dan akuntabilitas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan melalui paparan media di *website* perusahaan.

Jumlah kepemilikan yang cukup signifikan mampu melakukan *monitoring* terhadap manajemen (Machmud & Djakman, 2008), sehingga semakin banyak kepemilikan institusional, semakin berdaya guna aset digunakan, dan berkesempatan untuk mencegah tindak kecurangan oleh manajemen (Krisnauli & Basuki, 2014). Hal ini mengindikasikan bahwa kepemilikan institusional hendaknya dapat memotivasi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka. Riset yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti tentang kepemilikan institusional oleh Yani & Suputra (2020) dan Alkayed & Omar (2022) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan riset oleh Md Shahid Ullah, *et al* (2019) dan Ulfa,

*et al* (2021) menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Mayoritas perusahaan di Indonesia sudah memiliki *website* yang berfungsi sebagai salah satu sarana komunikasi utama. Hal ini berarti bahwa *Media Exposure* berperan dalam Pengungkapan CSR. Segala hal tersebut memungkinkan pengungkapan dilakukan dengan cara yang lebih transparan yang nantinya akan mengarah pada peningkatan akuntabilitas, transparansi, dan keterkaitan antara perusahaan dan pemangku kepentingan (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Perusahaan berharap dengan adanya berita positif yang diberitakan di media, nilai perusahaan akan meningkat, begitupun dengan nama baik perusahaan (Aulia & Setyorini, 2021). Sejalan dengan penelitian yang telah diteliti peneliti terdahulu oleh Respati & Hadiprajitno (2014) dan Palupi (2019) *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan oleh Aulia, *et al* (2021) dan Septianingsih & Muslih (2019) mengatakan bahwa *Media Exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Perempuan memiliki karakteristik yang berhubungan dengan empati terhadap orang lain dan juga lebih demokratis, komunikatif, dan partisipatif. Sehingga perempuan dianggap menunjukkan perilaku yang lebih etis dan hal ini mendorong perusahaan untuk mengadopsi pendekatan CSR (Ariza *et al.*, 2017). Perusahaan diperkirakan dapat memotivasi keterbukaan informasi yang lebih universal dan terbuka sebagai dampak dari keberadaan perempuan di jajaran dewan direksi dan dewan komisaris. Menurut Giannarakis (2014), tidak terdapat korelasi antara proporsi perempuan di dewan dengan pengungkapan CSR. Bertentangan dengan penelitian Uyar, *et al* (2015) dan Ullah, *et al* (2019) yang menemukan bahwa jumlah perempuan pada jajaran dewan merupakan determinan yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Indonesia menempati tempat keempat dari 15 negara di mana sektor manufaktur dapat memberikan kontribusi lebih dari 10% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menurut data *United Nations Statistics Division* yang diterbitkan pada tahun 2016. Namun, dari perspektif risiko lingkungan sektor manufaktur memiliki tingkat produksi yang tinggi dan tentu saja memiliki limbah produksi dalam jumlah yang signifikan. Akibatnya, pengungkapan CSR memainkan peran penting dalam memastikan bahwa masyarakat menyadari sejauh mana perusahaan menjunjung tinggi tanggung jawab sosialnya (Arikarsita & Wirakusuma, 2020). Maka dari itu pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021.

## REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

### *Stakeholder Theory*

Pencetus teori pemangku kepentingan Freeman & David (1983) mengatakan bahwa pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh operasi perusahaan. Menurut Chariri dan Ghazali (2007), teori *stakeholders* merupakan teori yang mengutarakan bahwa perusahaan tidak hanya harus melaksanakan fungsi untuk keuntungannya sendiri tetapi juga menguntungkan semua pemangku kepentingannya, yaitu antara lain adalah pemegang saham, pemerintah, kreditur, supplier, masyarakat, konsumen dan pihak lainnya.

Perusahaan dapat menunjukkan tanggung jawab terhadap kebutuhan pemangku kepentingan melalui pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam laporan tahunan atau *website* perusahaan. Informasi ini dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka, memenuhi kebutuhan *stakeholder* dan kemudian akan menghasilkan korelasi yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder* nya. Untuk memastikan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, hubungan yang kuat akan memberikan manfaat (Rachman *et al.*, 2011).

### ***Corporate Social Responsibility***

Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 angka 3 tentang perseroan terbatas mendefinisikan Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup perusahaan, lingkungan, dan masyarakat serta mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Menurut *International Organization for Standardization (ISO) 26000* mengenai *Guidance on Social Responsibility* (draft 3, 2007), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen suatu perusahaan terhadap akibat dari keputusan dan tindakan yang diambil terhadap masyarakat dan lingkungan hidup yang dilakukan melalui pendekatan yang transparan dan beretika, sesuai dengan upaya pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dan dengan mempertimbangkan keinginan para pemangku kepentingan, serta selaras dengan hukum dan norma perilaku internasional yang telah ditetapkan dan diintegrasikan dalam seluruh aspek operasional perusahaan.

### ***Pengungkapan Corporate Social Responsibility***

Menurut Chariri dan Ghazali (2007) pengungkapan adalah penyerahan informasi kepada pihak yang berkepentingan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Guthrie & Parker (1990) adalah informasi yang diberikan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap semua *stakeholder* dalam segala hal yang mencakup aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, dicantumkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial khusus lainnya. Dalam hal mengungkapkan upaya tanggung jawab sosialnya, perusahaan mematuhi serangkaian patokan yang digunakan sebagai tolak ukur informasi apa yang harus diungkapkan. Salah satu pedoman dalam pengungkapan CSR yaitu GRI (*Global Reporting Index*).

### ***Kepemilikan Institusional***

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang berada dalam kepemilikan oleh lembaga atau institusi seperti Bank, pihak asuransi, perusahaan yang berinvestasi, manajemen aset dan kepemilikan institusional lainnya (Yani & Suputra, 2020). Berinvestasi pada bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan mempertahankan peringkat CSR perusahaan merupakan salah satu cara bagi investor institusional untuk memberi sinyal kepada calon kliennya bahwa investor institusional tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab (Oh *et al.*, 2011). Menurut Singal & Putra (2019), dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dengan mekanisme pasar modal yang pada akhirnya memengaruhi harga saham perusahaan, investor institusi berhak meminta manajemen perusahaan mengungkapkan laporan tahunan secara transparan melalui pengungkapan informasi sosial sebagai bentuk tanggung jawab baik bagi pemegang saham dan publik.

### ***Media Exposure***

Menurut Palupi (2019) Paparan Media/ *Media Exposure* mengacu pada upaya perusahaan untuk menginformasikan para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta masyarakat umum, tentang tanggung jawab sosial dan pesan lainnya. Menurut Islam & Deegan, (2010), masyarakat umum mungkin tidak selalu memperoleh informasi tentang suatu isu tertentu melalui isyarat yang ada dalam kehidupan sehari-hari dan dengan demikian, mereka mengandalkan media untuk mengungkapkan seberapa pentingnya isu tersebut. Dengan kondisi ini, media membantu bisnis berkembang sambil menetapkan standar yang dapat diterima dan sah untuk praktik CSR. Karena bisnis harus mendapatkan citra publik yang baik dengan tingkat keterpaparan media yang tinggi, *media exposure* seringkali berdampak pada reputasi perusahaan (Reverte, 2009).

## **Gender Diversity**

Gender merupakan konsep yang mendorong adanya perbedaan antara peran yang dibawakan laki-laki dan perempuan dalam menjalankan berbagai pekerjaan dan bertindak dengan cara tertentu (Hoominfar, 2019). Berbeda dengan dewan laki-laki yang cenderung lebih peduli pada pemegang saham, dewan perempuan lebih cenderung memiliki karakteristik terbuka yang membuat mereka peduli terhadap kesejahteraan pemangku kepentingannya (Issa & Fang, 2019). Oleh karena itu, tingkat aktifitas anggota dewan perempuan dalam menyuarakan kepedulian mereka terhadap CSR dan sejauh mana keterlibatan mereka dalam pemantauan dan kepatuhan terkait kegiatan CSR mempengaruhi efektifitas CSR, meningkatkan reputasi perusahaan dan reputasi yang lebih baik tersebut berdampak pada pertumbuhan bisnis yang lebih luas (Hyun *et al.*, 2016).

## **Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Meningkatnya aktivitas kepemilikan institusional dalam melaksanakan monitoring dikarenakan realitas bahwa adanya kepemilikan saham yang signifikan (Anggono & Handoko, 2009). Kepemilikan institusional yang besar dalam perusahaan akan mengakibatkan pengawasan manajemen yang lebih efektif dan peningkatan kepemilikan institusional dalam tugas memonitoring manajemen akan memastikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik dan meningkat. Kepemilikan institusional yang signifikan dapat meningkatkan pengawasan terhadap kinerja manajemen, khususnya terkait praktik dan pengungkapan CSR. Hal ini memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan mereka sendiri dan kepentingan para pemegang saham saja, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan lainnya. Kondisi ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Nugroho & Yulianto (2015), Palupi (2019), dan Oh *et al.*, (2011) yang menyebutkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut:

**H1:** Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

## **Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Penilaian keberlanjutan perusahaan dapat dipengaruhi secara lebih luas oleh paparan media karena media menjadi fokus perhatian publik ketika mengevaluasi bisnis yang terlibat dalam kegiatan sosial di komunitas lokal mereka (Hotria & Afriyenti, 2018). Masyarakat selaku pelanggan yang memiliki kesadaran sosial tetap berhati-hati dan waspada terhadap produk perusahaan yang mereka beli. Mereka memperhatikan detail seperti apakah pedoman kebijakan perusahaan-perusahaan ini sesuai dengan CSR atau sebaliknya. Karena, maksimalisasi keuntungan bukan lagi satu-satunya tujuan perusahaan, namun perusahaan juga bertanggung jawab terhadap sosial, lingkungan (Khan & Sukhotu, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Pakpahan & Rajagukguk, (2018), Arikarsita & Wirakusuma (2020) dan Mashuri & Ermaya (2019) membuktikan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Diharapkan dengan pengungkapan CSR perusahaan menggunakan media internet, masyarakat dapat mengetahui kegiatan sosial yang dijalankan perusahaan dan mengakui perusahaan memegang nilai dan norma yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat. Berdasarkan pernyataan tersebut, didapatkan hipotesis adalah sebagai berikut:

**H2:** *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

### **Pengaruh *Gender Diversity* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan dapat mengurangi perbedaan kepentingan dan preferensi melalui pengungkapan kegiatan CSR (Wang *et al.*, 2022). Teori pemangku kepentingan menekankan bagaimana saling ketergantungan pemangku kepentingan didalam perusahaan. Tingginya kepedulian perempuan terhadap isu sosial dan lingkungan di kalangan perempuan di jajaran direksi dan komisaris memungkinkan mereka mendorong perusahaan untuk mengembangkan hubungan positif dengan para pemangku kepentingan (Anggraeni, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Uyar *et al.*, (2015) dan Ullah *et al.*, (2019) menemukan bahwa *Gender Diversity* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak perempuan di direksi maka pengungkapan terhadap informasi CSR akan semakin luas. Berdasarkan pernyataan tersebut, didapatkan hipotesis adalah sebagai berikut:

**H3:** *Gender Diversity* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas karena bertujuan untuk menyelidiki pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder. Oleh karena itu, penelitian ini digunakan untuk menganalisis kepemilikan institusional, *media exposure*, dan *gender diversity* sebagai variabel independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependennya.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Kriteria-kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian**

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021	145
2	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara konsisten tahun 2017-2021	(23)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak menyediakan informasi terkait aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> pada <i>website</i> perusahaan	(29)
4	Perusahaan yang laporannya tidak dinyatakan dalam mata uang rupiah secara berturut-turut selama tahun 2017-2021	(21)
5	Perusahaan yang terpilih menjadi sampel	72
6	Jumlah tahun sampel	5
<b>Jumlah Sampel Penelitian</b>		<b>360</b>

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari *Annual Report* dan *Sustainability Report* perusahaan yang beroperasi di industri Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021, yang dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan situs resmi perusahaan bersangkutan.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis induktif yang dilakukan dengan analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis yang diolah menggunakan *software* SPSS 25.

## Variabel Penelitian

### Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Variabel dependen pada penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah informasi yang diberikan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap semua *stakeholder* dalam segala hal yang mencakup aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, dicantumkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial khusus lainnya (Guthrie & Parker, 1990).

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan *content analysis*. Pengukuran yang digunakan adalah penilaian berdasarkan poin (*scoring*) yang diukur dengan proksi CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*) berdasarkan indikator GRI *Standards* yang memuat 81 item yang terdiri dari indikator ekonomi, lingkungan, dan indikator sosial. Pemberian skor yaitu 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan skor 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$CSDI_i = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan:

CSDI<sub>i</sub> : *Corporate Social Disclosure Index* perusahaan i

$\sum X_{ij}$  : Jumlah item yang diungkapkan

n : Item Pengungkapan CSR

### Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh lembaga dan institusi finansial. Kepemilikan institusional diukur dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dengan seluruh modal saham yang beredar (Singal & Putra, 2019). Dihitung dengan rumus:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham oleh Pihak Institusional}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

### Media Exposure

*Media exposure* adalah cara komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan atau mengomunikasikan segala informasi mengenai kegiatan tertentu, misalnya program CSR pada perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel *dummy* untuk menilai *media exposure*. Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di situs web perusahaannya menerima nilai 1, sedangkan untuk perusahaan yang tidak melakukannya menerima nilai 0. (Respati & Hadiprajitno, 2014) dan (Arikarsita & Wirakusuma, 2020).

### Gender Diversity

*Gender diversity* adalah perbedaan gender yang dimiliki manusia atau identitas diri yang mengklasifikasikan status individu di dalam masyarakat. Keberagaman gender pada dewan direksi dan dewan komisaris merupakan banyaknya perempuan dan laki-laki dalam jajaran anggota dewan. Dalam penelitian ini, *gender diversity* dilihat dari persentase perempuan dalam jajaran dewan direksi dan dewan komisaris pada perusahaan (Anggraeni, 2020), diukur dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$GD = \frac{\text{jumlah dewan komisaris dan dewan direksi perempuan}}{\text{keseluruhan anggota dewan direksi dan dewan komisaris}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Analisis Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KI	360	.00	1.00	.5766	.22488
ME	360	.00	1.00	.5472	.49846
GD	360	.00	.77	.2638	.23055
CSRD	360	.10	.95	.4405	.14212
Valid N (listwise)	360				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 2 diatas, diperoleh hasil sebagai berikut bahwa nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen pada penelitian ini sebesar 0,4405 dengan standar deviasi 0.14212, nilai maksimum dan minimum adalah 0,95 dan 0,10. Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional yang memiliki rata-rata sebesar 0,5766 dengan standar deviasi 0,22488, nilai minimum kepemilikan institusional adalah 0 dan nilai maksimumnya adalah 1. Pada variabel *Media Exposure* rata-rata sebesar 0,5472 dan standar deviasi 0.49846, nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1. Variabel *gender diversity* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,2638 dengan standar deviasi sebesar 0,23055, dimana nilai maksimum pada variabel ini senilai 0,77 dan nilai minimum 0.

### Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		360
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.13060810
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.027
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menyatakan bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,175. Jadi, hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $0,175 > 0,05$  hasil ini menandakan data yang digunakan telah terdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KI	.905	1.105
	ME	.998	1.002
	GD	.903	1.107

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepemilikan institusional, *media exposure*, dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak terjadi gejala multikolinearitas karena Nilai VIF semua variabel memenuhi syarat multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* > 0,01 atau nilai VIF < 10.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Park**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.094	.590		-6.937	.000
	KI	.608	.360	.119	1.687	.093
	GD	.949	.497	.133	1.907	.058
	ME	.471	.257	.125	1.832	.068

a. Dependent Variable: LN\_U2

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Berdasarkan hasil uji *park* pada tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kepemilikan institusional  $0,093 > 0,05$ , *media exposure*  $0,058 > 0,05$ , *gender diversity*  $0,068 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa, untuk uji heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.394 <sup>a</sup>	.155	.148	.13116	1.215

a. Predictors: (Constant), KI, ME, GD

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Hasil uji autokorelasi berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,215 dimana nilai tersebut berada di antara -2 sampai +2 yang berarti bahwa tidak terdapat autokorelasi antar data berdasarkan urutan waktu dan model regresi (Sunnyoto, 2016).

## Analisis Regresi Berganda

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.354	.025		14.250	.000
	KI	.052	.032	.082	1.598	.111
	ME	.110	.014	.387	7.927	.000
	GD	-.013	.032	-.022	-.427	.670

a. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Dari hasil pengolahan data SPSS pada tabel 7 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$CSRDI_i = 0,354 + 0,052KI_{i,t} + 0,110 ME_{i,t} - 0,013GD_{i,t} + e_{i,t}$$

## Uji Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 <sup>a</sup>	.155	.148	.13116

a. Predictors: (Constant), KI, ME, GD

b. Dependent Variable: CSRD

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjust R Square* yang diperoleh sebesar 0,148 atau 14,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan institusional, media exposure, dan gender diversity berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 14,8%, sedangkan 85,2% dipengaruhi oleh variabel bebas lain diluar variabel yang ada didalam penelitian ini.

## Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.127	3	.376	21.843	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.124	356	.017		
	Total	7.251	359			

a. Dependent Variable: CSRD

b. Predictors: (Constant), KI, ME, GD

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 tahun 2023.

Dari tabel 9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah  $0,000 < 0,05$ , sedangkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $21,843 > 3,021012$ . Hal ini berarti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dimana semakin besar kepemilikan institusional suatu perusahaan maka keadaan tersebut dapat membuat pemantauan yang lebih efektif yang dilakukan oleh investor institusi untuk memonitor manajemen sehingga kinerja perusahaan terhadap praktik dan pengungkapan CSR semakin baik. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi 0.111 dengan nilai koefisien 0,052, nilai signifikansi  $0,111 > 0,05$ . Hasil tersebut berarti bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) ditolak. Hipotesis pertama ini ditolak karena kepemilikan institusional kurang efektif dalam memonitor dan mempengaruhi keputusan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alkayed & Omar (2022) Ulfa *et al.*, (2021), Ersyafdi *et al.*, (2019), Krisna & Suhardianto (2016), serta Machmud & Djakman (2008) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tujuan kepemilikan institusional tidak dijelaskan secara eksplisit dalam laporan tahunan dan ada kemungkinan beberapa investor institusi hanya fokus pada tujuan investasi jangka pendek, serta pemegang saham institusional seringkali lebih berfokus pada kinerja keuangan perusahaan, seperti laba dan dividen. Hal ini dapat menjadi salah satu penyebab kinerja pengungkapan tanggung jawab sosial tidak banyak berpengaruh meskipun terdapat investor institusional (Krisna & Suhardianto, 2016). Oleh karena itu, tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial belum tentu akan semakin luas dengan meningkatnya kepemilikan institusional. Sebaliknya, perusahaan tanpa kepemilikan institusional atau dengan tingkat kepemilikan institusional yang rendah mungkin masih mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya (Ersyafdi *et al.*, 2019). Walaupun data menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki kepemilikan saham institusional rata-rata 61,72% namun pemilik saham institusi belum memperhitungkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam berinvestasi, maka dari itu investor tidak menekankan perusahaan untuk mengungkapkan komponen CSR secara rinci dan tidak menjadikan pengungkapan sebagai suatu kewajiban dalam perusahaan. Oleh karena itu, tidak ada tuntutan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait pengungkapan CSR dalam laporan perusahaan (Ulfa *et al.*, 2021).

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

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dimana dengan mengungkapkan CSR perusahaan menggunakan media *website*, masyarakat dapat mengetahui kegiatan sosial yang dijalankan perusahaan dan mengakui bahwa perusahaan memegang nilai dan norma yang sesuai dengan apa yang kehendaki oleh masyarakat. *Corporate Social Responsibility* menggunakan media akan mengoptimalkan reputasi perusahaan pada pandangan masyarakat sehingga informasi yang baik akan memberikan keyakinan dan pengakuan baik dari para *stakeholder*. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien positif sebesar 0,110. Hasil tersebut berarti bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Hotria & Afriyenti (2018), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Arikarsita & Wirakusuma (2020), Reverte

(2009), dan Respati & Hadiprajitno (2014) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selain mempromosikan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui media, situs web perusahaan secara aktif menyediakan informasi tentang perusahaan, termasuk informasi tentang operasi dan keuangan. Perusahaan dapat meningkatkan kesadaran publik akan kegiatan sosial mereka, yang dapat membantu membangun kepercayaan dan legitimasi dengan publik (Hotria & Afriyenti, 2018). Oleh karena itu, masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan memegang peranan penting dalam kegiatan CSR. Semakin tinggi *media exposure* perusahaan terbukti meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga kian meningkat (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). *Media exposure* melalui situs web resmi perusahaan akan memberi pemangku kepentingan kesempatan untuk berdialog secara langsung dengan perusahaan dan meningkatkan transparansinya dengan mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya (Islam & Deegan, 2010).

### **Pengaruh *Gender Diversity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah *gender diversity* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dimana semakin banyak perempuan di jajaran dewan maka pengungkapan terhadap informasi CSR akan semakin luas. Diversitas gender dalam penelitian ini dilihat dari eksistensi perempuan dalam jajaran dewan direksi dan dewan komisaris. Namun berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi 0,670 dengan nilai koefisien negatif -0,013, nilai signifikansi  $0,670 > 0,05$ . Hasil tersebut berarti bahwa *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak. Hasil penelitian ini memperoleh hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Septianingsih & Muslih (2019), (Alkayed & Omar, 2022) dan Majeed *et al.*, (2015).

Adanya fenomena *glass ceiling* yang terjadi di Indonesia, dimana laki-laki cenderung mendominasi posisi top management sementara perempuan dianggap sebagai minoritas (Rahman & Cheisviyanny, 2020). Hubungan antara keragaman gender dewan dan pengungkapan CSR dapat bervariasi tergantung pada perbedaan budaya dan geografis (Peng *et al.*, 2022). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hubungan positif antara keragaman gender di dewan dan pengungkapan CSR lebih kuat di negara-negara dengan tingkat kesetaraan gender yang lebih tinggi (Naveed *et al.*, 2022). *Global Gender Gap Index Score*, sebuah indeks yang dikembangkan oleh *World Economic Forum* (WEF) menghasilkan rata-rata sebesar 0,685 pada tahun 2017-2021. Indeks ini diterbitkan setiap tahun dalam laporan *Global Gender Gap Report*, di mana skor 100 menunjukkan adanya kesetaraan gender yang sempurna dan skor 0 menunjukkan ketidaksetaraan gender. Hal ini terjadi akibat minimnya eksistensi perempuan dalam jajaran dewan komisaris dan dewan direksi di Indonesia, disebutkan juga bahwa Indonesia berada di peringkat 104 dari 160 negara dalam indeks ketidaksetaraan gender tahun 2017 dari *United Nations Development Programme's* (UNDP), yang mengukur kesenjangan gender di bidang pendidikan, kesehatan reproduksi, serta partisipasi ekonomi dan politik. Peringkat tersebut tidak banyak berubah dalam beberapa tahun terakhir dan berada di bawah sebagian besar negara tetangga di Asia (Diprose, 2019).

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai: (1) Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun

2017-2021. (2) Media Exposure berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. (3) *Gender diversity* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis pertama dan ketiga ditolak, sedangkan hipotesis kedua diterima.

### **Keterbatasan**

Pada penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan yaitu : (1) Pengumpulan data dilakukan pada *Annual Report* dan *Sustainability Report* dikarenakan belum terdapat keselarasan perusahaan manufaktur dalam menempatkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam pelaporannya, (2) Penelitian ini hanya menggunakan tahun penelitian pada 2017-2021, (3) Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang dihasilkan pada penelitian ini senilai 14,8% yang berarti pengungkapan *corporate social responsibility* lebih besar dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang digunakan pada penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menyempurnakan penelitian ini yaitu diantaranya: (1) Bagi perusahaan, perlu membuat laporan yang jelas dan transparan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif bagi pemangku kepentingan terkait pengungkapan CSR. (2) Bagi investor, sebaiknya dapat mempertimbangkan kemampuan CSR suatu perusahaan saat berinvestasi. (3) Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan faktor-faktor lain yang dianggap berpotensi mempengaruhi bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alkayed, H., & Omar, B. F. (2022). Determinants of The Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in The Industrial and Services Sectors: The Case of Jordan. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, (March). <https://doi.org/10.1108/JFRA-05-2021-0133>
- Anggono, R. I., & Handoko, J. (2009). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 1(2), 73–98.
- Anggraeni, N. (2020). Gender, Komisaris Independen, Ukuran Dewan, Komite Audit, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1827. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i07.p16>
- Arikarsita, N. W., & Wirakusuma, M. G. (2020). Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajemen, Media Exposure dan Corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3096. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p08>
- Ariza, L. R., Ballesteros, B. C., Ferrero, J. M., & Sanchez, I. M. G. (2017). The Role of Female Directors in Promoting CSR Practices: An International Comparison Between Family and Non-Family Businesses. *Business Ethics*, 26(2), 162–174. <https://doi.org/10.1111/beer.12140>
- Asrori, A., Amal, M. I., & Harjanto, A. P. (2019). Company Characteristics on The Reporting Index of Corporate Social And Environmental Disclosure in Indonesian Public Companies. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(5), 481–488. <https://doi.org/10.32479/ijeep.7990>

- Aulia, P. R. N., & Setyorini, D. (2021). The Influence of Leverage, Media Exposure, and Liquidity on CSR Disclosure (Empirical Study on ASR Award-Winning Companies in 2012-2020). *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 9(2), 209–221. <https://doi.org/10.17509/jpak.v9i2.37514>
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dharmawan Krisna, A., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 119–127. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119-128>
- Diprose, R. (2019). Reducing Barriers to Gender Equality in Indonesia. Retrieved September 20, 2023, from East Asia Forum website: <https://www.eastasiaforum.org/2019/03/25/reducing-barriers-to-gender-inequality-in-indonesia/>
- Ersyafdi, I. R., Widya, P., Irianti, D., Sosial, F., Nahdtaul, U., & Indonesia, U. (2019). Pengaruh Faktor Keuangan, Tata Kelola Perusahaan, Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting and Business*, 57–72.
- Freeman, R. E., & David, L. R. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 88–106. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Guthrie, J., & Parker, L. (1990). Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159–175.
- Herawaty, V. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 15(2), 151–168.
- Hoominfar, E. (2019). *Gender Socialization*. pp.1-10. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-70060-1\\_13-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-70060-1_13-1)
- Hotria, H., & Afriyenti, M. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017). *Wahana Riset Akuntansi*, 6(2), 1311. <https://doi.org/10.24036/wra.v6i2.102514>
- Hyun, E., Yang, D., Jung, H., & Hong, K. (2016). Women on boards and corporate social responsibility. *Sustainability (Switzerland)*, 8(4), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su8040300>
- Islam, M. A., & Deegan, C. (2010). Media Pressures and Corporate Disclosure of Social Responsibility Performance Information: A Study of Two Global Clothing and Sports Retail Companies. *Accounting and Business Research*, 40(2), 131–148. <https://doi.org/10.1080/00014788.2010.9663388>
- Issa, A., & Fang, H. X. (2019). The Impact of Board Gender Diversity on Corporate Social Responsibility in The Arab Gulf States. *Gender in Management*, 34(7), 577–605. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2018-0087>
- Khan, H., & Sukhotu, V. (2020). Influence of Media Exposure and Corporate Social Responsibility Compliance on Customer Perception: The Moderating Role of Firm's Reputation Risk. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2107–2121. <https://doi.org/10.1002/csr.1951>
- Krisnauli, K., & P. Basuki, H. (2014). Pengaruh Mekanisme Tata Kelola Perusahaan Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agency Cost. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–13.

- Machmud, N., & Djakman, C. (2008). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan. *Conference Paper : Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI*.
- Naveed, K., Voinea, C. L., & Roijackers, N. (2022). Board Gender Diversity, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Firm's Green Innovation Performance: Evidence From China. *Frontiers in Psychology, 13*(June), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.892551>
- Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Martynov, A. (2011). The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics, 104*(2), 283–297. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0912-z>
- Pakpahan, Y., & Rajagukguk, L. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi, 18*(2), 197–218. Retrieved from <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/Akun/article/view/1631>
- Palupi, A. (2019). The Relationship among Media Exposure, Taxes Aggressiveness, and Corporate Governance on CSR Disclosure. *GATR Accounting and Finance Review, 4*(4), 96–105. [https://doi.org/10.35609/afr.2019.4.4\(1\)](https://doi.org/10.35609/afr.2019.4.4(1))
- Peng, X., Qi, T., & Wang, G. (2022). Board Gender Diversity, Corporate Social Disclosures, and National Culture. *SAGE Open, 12*(4), 1–19. <https://doi.org/10.1177/21582440221130946>
- Rachman, et al. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/14177/panduan-lengkap-perencanaan-csr.html>
- Rahman, B., & Cheisviyanny, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Dewan Direksi Wanita Dan Dewan Komisaris Wanita Terhadap Tax Aggressive (Studi Empiris Perusahaan Yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan Dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 2*(3), 2942–2955. Retrieved from <http://jea.pppj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/25>
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics, 88*(2), 351–366. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9968-9>
- Sabrina, N., Taqwa, S., & Afriyenti, M. (2022). *Laporan Berkelanjutan : Menakar Kualitas Laporan Berkelanjutan Dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. SUKABINA Press.
- Setiawan, D., Hapsari, R. T., & Wibawa, A. (2018). Dampak Karakteristik Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8*(1), 1. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.001>
- Singal, P. A., & Putra, I. N. W. A. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi, 29*(1), 468. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i01.p30>
- Suastha, R. D. (2016). Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah. Retrieved March 19, 2023, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>
- Tamara, I. G. A. A. T. I., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi, 30*(5), 1221–1232. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p12>

- Wang, Y., Yekini, K., Babajide, B., & Kessy, M. (2022). Antecedents of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence From The UK Extractive and Retail Sector. *International Journal of Accounting and Information Management*, 30(2), 161–188. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-08-2021-0158>
- Yani, N. P. T. P., & Suputra, I. D. G. D. (2020). Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1196. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p10>