



**PENGARUH *MEDIA EXPOSURE*, *CONSUMER PROXIMITY*,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE***

SKRIPSI

WA ODE ARHAMNA NUR ADINDA

1910112136

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2023



**PENGARUH MEDIA EXPOSURE, CONSUMER PROXIMITY,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi**

WA ODE ARHAMNA NUR ADINDA

1910112136

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Wa Ode Arhaman Nur Adinda

NIM : 1910112136

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan disproses sesuai dega ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan,



(Wa Ode Arhamna Nur Adinda)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wa Ode Arhamna Nur Adinda
NIM : 1910112136
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas pembangunan Nasional veteran jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh *Media Exposure*, *Consumer Proximity*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan nasional Veteran jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 September 2023

Yang menyatakan,

The image shows an official stamp of Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. The stamp is rectangular and contains the university's name in Indonesian, the acronym 'UPN VETERAN JAKARTA', and a unique identification number '943AKX462941577'. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

(Wa Ode Arhamna Nur Adinda)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *MEDIA EXPOSURE*, *CONSUMER PROXIMITY*,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

WA ODE ARHAMNA NUR ADINDA 1910112136

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 13 September 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Drs. Munasiron Miftah, M.M, CRP
Ketua Penguji

Agus Maulana, S.Pd., M.S.Ak
Penguji I

Akhmad Saebani S.E., M.Si, CMA, CBV
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Andy Setiawan, S.Pd., M.Ak.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : Oktober 2023

The Effect Of Media Exposure, Consumer Proximity, And Growth On Corporate Social Responsibility Disclosure

By Wa Ode Arhamna Nur Adinda

Abstract

This research is a quantitative study using secondary data in the form of annual reports and corporate sustainability reports which aims to determine and analyze the effect of media exposure, consumer proximity, and company growth on corporate social responsibility disclosure. The sample in this study was selected through purposive sampling method, which amounted to 30 companies from the mining, manufacturing, and infrastructure sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2018 to 2021 which is balance data. Random Effect Model (REM) with panel data regression with a significance level of 5% is used in this study. Hypothesis testing and statistical analysis using STATA version 17. Corporate social responsibility disclosure in this study is measured using CSRI_{ij} with GRI Standards indicators, media exposure is measured using the Janis-Fadner Coefficients model, while consumer proximity is measured using dummy variables, and company growth is measured using Assets Ratio Growth. Based on the test results and analysis of this study, the results show that media exposure, consumer proximity, and company growth have no significant effect with a positive direction on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *Media Exposure, Consumer Proximity, Growth, Corporate Social Responsibility Disclosure.*

Pengaruh *Media Exposure*, *Consumer Proximity*, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Oleh Wa Ode Arhamna Nur Adinda

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *media exposure*, *consumer proximity*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sampel pada penelitian ini dipilih melalui metode *purposive sampling* yaitu berjumlah 30 perusahaan dari sektor pertambangan, manufaktur, dan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018 hingga 2021 yang merupakan *balance data*. *Random Effect Model (REM)* dengan regresi data panel dengan level signifikansi 5% digunakan pada penelitian ini. Pengujian hipotesis dan analisis statistik menggunakan STATA versi 17. *Corporate social responsibility disclosure* pada penelitian ini diukur menggunakan CSRIj dengan indikator GRI *Standards*, *media exposure* diukur dengan menggunakan model *Janis-Fadner Coefficients*, sedangkan *consumer proximity* diukur dengan menggunakan *variabel dummy*, serta pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan *Assets Ratio Growth*. Berdasarkan hasil uji dan analisis dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa *media exposure*, *consumer proximity*, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Kata Kunci: *Media Exposure*, *Consumer Proximity*, Pertumbuhan Perusahaan, *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id, e-mail: febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Hari ini Rabu, tanggal 13 September 2023, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa:

Nama : Wa Ode Arhamna Nur Adinda
NIM : 1910112136
Program Studi : S1 Akuntansi

Dengan Judul Skripsi sebagai berikut:
"Pengaruh Media Exposure, Consumer Proximity, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure"

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus***

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Munasiron Miftah, M.M, CRP	Ketua Penguji	1.
2	Agus Maulana, S.Pd., M.S.Ak	Penguji I	2.
3	Akhmad Saebani S.E., M.Si, CMA, CBV	Penguji II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, Oktober 2023
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprodik Akuntansi S1

Andy Setiawan, S.Pd., M.Ak

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *MediaExposure*, *Consumer Proximity*, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*”**. Selama penyusunan skripsi ini peneliti menyadari betul bahwa banyak mendapatkan hambatan dari berbagai aspek. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Akhmad Saebani S.E., M.Si, CMA, CBV selaku Dosen Pembimbing yang tiada henti memberikan bimbingan, masukan, arahan dan dukungan serta motivasi dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih pula kepada seluruh dosen UPN “Veteran” Jakarta, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan kepada penulis dalam menempuh pendidikan.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih yang luar biasa kepada orang terutama kepada papah, ibu, mama, bapak, bibi, dan paman yang senantiasa tiada hentinya memberikan dukungan dan do’a kepada penulis hingga studi ini terselesaikan. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada seluruh sahabat yaitu Sekar, Nadhifa, Rika, Zahrah, Febi, Manda, Gita, Kokoy serta teman satu bimbingan skripsi Tasya dan Alya yang tiada hentinya memberikan motivasi, dukungan, serta semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi yang cukup panjang dan selalu berbagi canda, tawa, dan keluh kesah selama proses perkuliahan. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 26 Juni 2023

Wa Ode Arhamnana Nur Adinda

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACTS	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Legitimasi	7
2.1.2 Teori Signaling	8
2.1.3 Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)	8
2.1.4 Media Exposure	11
2.1.5 Consumer Proximity	12
2.1.6 Pertumbuhan Perusahaan (<i>Growth</i>)	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	14
2.3 Model Penelitian	24
2.4 Hipotesis	24
2.4.1 Pengaruh Media Exposure terhadap CSR	24
2.4.2 Pengaruh Consumer Proximity terhadap CSR	26
2.4.3 Pengaruh <i>Growth</i> terhadap CSR	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Variabel Dependen (Y)	28
3.1.2 Variabel Independen (X)	29
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31

3.2.2	Sampel	32
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4	Teknik Analisis Data	33
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	33
3.4.2	Uji Model Data Panel	33
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.4.4	Uji Hipotesis	37
3.4.5	Model Regresi Data Panel	38
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		39
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2	Deskripsi Data Penelitian	40
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	44
4.3.1	Regresi Data Panel	44
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	46
4.3.3	Uji Hipotesis	50
4.3.4	Model Regresi Data Panel	52
4.4	Pembahasan	53
4.5	Keterbatasan Penelitian	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
RIWAYAT HIDUP		68
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perhitungan Pengungkapan CSR	11
Tabel 2.2 Matriks Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
Tabel 4.1 Kriteria Sampel Penelitian	40
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Chow	45
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Hausman	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Skewness Kurtosis (Sebelum winsor2)	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Skewness Kurtosis (Setelah winsor2)	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Generalized Least Square (GLS)	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi dengan Wooldrige	50
Tabel 4.12 Hasil Uji koefisien determinasi (R Square)	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikansi t	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Pengungkapan Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial	2
Gambar 1.2 Tingkat Pengungkapan CSR Perusahaan	3
Gambar 4.1 Grafik P-P PLOT untuk Normalitas Data	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perusahaan Sampel

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data dengan STATA 17