

ABSTRAK

Akhir-akhir ini, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama berkaitan dengan fungsi pemasaran, public relation, dan pengambilan kebijakan investasi. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan atau laba, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Dari segi ekonomi, perusahaan mengharapkan mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi dari segi sosial. Perusahaan juga harus memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi panel. Sampel diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dari hasil *purposive sampling* didapatkan 31 data perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Sehingga total observasi pada penelitian ini adalah 124 data panel.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara parsial, *board size*, *board independent*, *women on board*, dan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mampu melakukan penelitian kembali pada sektor yang berbeda, menambahkan jumlah periode penelitian, dan menggunakan variabel lain di luar penelitian ini. Bagi perusahaan, disarankan untuk tetap melakukan pengungkapan CSR pada *sustainability report* dan agar lebih konsisten. Bagi investor, agar bisa lebih mempertimbangkan perusahaan mana sebagai tempat untuk menanamkan investasinya.

Kata Kunci: *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Growth, Media Exposure*