

**ABSTRAK**

**PENGARUH *MEDIA EXPOSURE* DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR)**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang *Listing* di Bursa  
Efek Indonesia Periode 2022-2024)

Katharina Amalia Triwahyuni

NIM : 222114004

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *media exposure* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024. Perusahaan yang baru *listing* dipilih karena cenderung memiliki kebutuhan yang tinggi untuk membangun legitimasi dan memperoleh kepercayaan investor dan masyarakat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perhatian masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan makanan dan minuman terkait keamanan dan kualitas produk, serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan media daring. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengungkapan CSR diukur menggunakan indeks berdasarkan SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang disebabkan karena pengukuran *media exposure* tidak membedakan pemberitaan positif atau negatif, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci : *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Pengungkapan CSR.

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF MEDIA EXPOSURE AND COMPANY SIZE ON  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE**

*(Empirical Study of Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock  
Exchange, 2022-2024)*

Katharina Amalia Triwahyuni

NIM : 222114004

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2026

*This study aims to determine the effect of media exposure and company size on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2022-2024 period. Newly listed companies were selected because they tend to have a greater need to build legitimacy and gain the trust of investors. This research is motivated by increasing public attention to the social responsibility of food and beverage companies related to product safety and quality, as well as inconsistencies in previous research findings regarding factors influencing CSR disclosure.*

*This study used quantitative methods with secondary data obtained from annual reports, sustainability reports, and online media. The sampling technique used was purposive sampling. CSR disclosure was measured using an index based on SEOJK Number 16/SEOJK.04/2021. The data analysis technique used was multiple linear regression with the assistance of SPSS 27.*

*The results showed that media exposure had no effect on CSR disclosure, as the measurement of media exposure does not differentiate between positive and negative news coverage. While company size had a positive effect on CSR disclosure.*

*Keywords : Media Exposure, Company Size, Corporate Social Responsibility, CSR Disclosure.*