

PROGRAM CORPORAT SOCIAL RESPONSIBILITY PT CARGILL DALAM PENGEMBANGAN KAPASITAS ANAK DAN MENINGKATKAN MINAT BACA MELALUI “BOOKS FOR KIDS”

Siti Qona'ah

Akademi Komunikasi BSI Jakarta

Jl. Kayu Jati 5 No 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

Email: siti.sqa@bsi.ac.id

Abstract

“Books For Kids” program in Capacity building and improving children’s in reading is a part of corporat social responsibility conducted by PT Cargill since 2011. Corporat social responsibility program in the field of education, in 2016 carried out by giving the 1100 books at SDN 1 Godong Grobogan, central Java. This research is to find out the corporat social responsibility program PT Cargill in developing the capacity of children and improve the students reading interest through books for kids SDN 1 Godong Grobogan, Central Java.

In this study researchers used a qualitative approach and case studies, as method of research that suggest that through books for kids are part of corporat social responsibility program in the field of education. Thus the corporate Social responsibility program through books for kids can develop the capacity of children and improve the students reading interest SDN 1 Godong Grobogan District, Central Java

Keywords: Corporate Social Responsibility, Capacity Building, Interest in reading

ABSTRAKSI

Program Books For Kids dalam pengembangan kapasitas anak dan meningkatkan minat baca merupakan bagian dari corporate social responsibility yang dilaksanakan oleh PT Cargill sejak tahun 2011. Program Corporate Social Responsibility dalam bidang pendidikan ini, pada tahun 2016 dilaksanakan dengan memberikan 1100 buku pada SDN 1 Godong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Penelitian ini untuk mengetahui program Corporat Social Responsibility PT Cargill dalam pengembangan kapasitas anak dan meningkatkan minat baca siswa melalui books for kids SDN 1 Godong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan study kasus, sebagai metode penelitian yang memberikan gambaran bahwa melalui books for kids merupakan bagian Program corporate social responsibility dalam bidang pendidikan. Dengan demikian program corporate social responsibility melalui books for kids dapat mengembangkan kapasitas anak dan meningkatkan minat baca siswa SDN 1 ong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Pengembangan kapasitas, Minat baca

I. PENDAHULUAN

Saat ini Perkembangan teknologi terutama internet semakin berkembang, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan hasil survei Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2016 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan penggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan

sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016).

Dengan meningkatnya penggunaan internet dan gadget dikalangan anak anak selain berdampak positif juga menimbulkan dampak negatif. Anak anak sekolah lebih senang bermain games atau mengakses situs media sosial daripada membaca buku, hal ini mengakibatkan menurunkan kapasitas anak dan minat baca terhadap buku bacaan.

Salah satunya cara untuk meningkatkan kapasitas anak dan minat baca dapat melalui program corporate social responsibility.

Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74

Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koprasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial kualitas hidup masyarakat.

Bentuk kepedulian melalui program CSR yang dimaksudkan sebagai proses komunikasi orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya, dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005)

Maraknya penggunaan teknologi internet dan gadget juga berdampak pada masyarakat Godong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, terutama anak-anak sekolah, mereka lebih suka menggunakan games dan media sosial sehingga menurunkan minat membaca buku.

Cargill Feed and Nutrition (CFN) -unit bisnis Cargill di bidang pakan ternak yang memberikan solusi gizi untuk hewan- terus menyatakan komitmennya dalam meningkatkan pendidikan pada masyarakat di Kecamatan Godong, Kabupaten Grobogan Jawa tengah, sebagai warga Korporasi di Indonesia yang bertanggung jawab dan turut mendukung upaya meningkatkan komunitas di sekitarnya melaksanakan kegiatan Corporate social Responsibility berupa penyediaan buku untuk anak atau Book For Kids, renovasi perpustakaan dan memberikan paket makanan dalam rangka kampanye gizi berimbang. Kegiatan yang dilakukan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Godong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Cargill memberikan lebih dari 1100 buku untuk turut mendukung peningkatan minat baca, sekaligus menambah pengetahuan siswa.

II. KAJIAN LITERATUR

2.1. Corporate Social Responsibility

Kotler & Nancy (2005:4) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah: komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebgai sumber daya perusahaan.

Wibisono (2007:8) CSR di definisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple

botton line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan)

Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut : merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. (csr review: 2007)

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan Prinsip Triple Botton Line yang berpijak pada pemikiran bahwa selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet)

Wibisono (2007; 32) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P. yaitu :

Profit (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

People (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.

Planet (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Wibisono (2007;78) menyatakan, tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya antara lain :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkanr dukungan dari masyarakat

- c. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.

Lebih lanjut Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate social responsibility: yaitu:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
- b. Layak mendapatkan *social license to operate* masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
- d. Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
- e. Membentangkan akses menuju market
- f. Mereduksi biaya
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

a. Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate

Menurut Iriantara (2007:61) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengambilan keputusan
- c. Program penangan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

Lebih lanjut Iriantara (2007:61) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain :

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah

perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks

- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal arti penting kebersihan dan kesehatan .

2.3 Pengembangan Kapasitas

Menurut Enemark (2006), “Pengembangan kapasitas merupakan suatu konsep yang terkait erat dengan dengan pendidikan, pelatihan dan pengembangan sumberdaya manusia. Namun, pemahaman konvensional mengenai konsep pengembangan kapasitas telah berubah selama beberapa tahun terakhir, di mana pengembangan kapasitas dipahami secara lebih luas dan holistik, yang mencakup aspek sosial, organisasi dan pendidikan”.

Morrison (2001:23) mengatakan bahwa “*Learning is a process, which flows from the need to make sense out of experience, reduce the unknown and uncertain dimensions of life and build the competencies required to adapt to change*”. Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa tujuan dari Capacity Building (Pengembangan Kapasitas) adalah pembelajaran, berawal dari mengalirnya kebutuhan untuk mengalami suatu hal, mengurangi ketidaktahuan dan ketidakpastian dalam hidup, dan mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan untuk beradaptasi menghadapi perubahan.

Lebih lanjut Enemark, (2006) Pengembangan kapasitas menurut United Nation Program Development (UNDP) "sebagai kemampuan individu dan organisasi atau unit organisasi untuk menjalankan fungsi-fungsinya secara efektif, efisien dan berkelanjutan". Definisi ini memiliki tiga aspek penting, yakni: (1) kapasitas bukan merupakan suatu keadaan pasif, tetapi merupakan bagian dari suatu proses yang berkelanjutan; (2) menekankan pada SDM dan bagaimana SDM tersebut didayagunakan; dan (3) konteks keseluruhan di mana organisasi melakukan fungsi-fungsinya merupakan pertimbangan kunci dalam strategi pengembangan kapasitas.

Dari uraian tersebut yang dimaksud pengembangan kapasitas adalah kemampuan yang dapat dilaksanakan oleh individu atau organisasi dalam mewujudkan tujuannya.

2.4 Minat Baca

Menurut Nirmala (2003:269),”minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu”.. Menurut pendapat ini minat diartikan sebagai kecenderungan atau hasrat yang tinggi terhadap sesuatu, baik itu benda atau suatu kegiatan. “baca” adalah melihat serta memahami

isi dari apayang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam hati)”

Menurut cahyono (2006) minat baca adalah merupakan hasrat seseorang atau siswa terhadap bacaan, yang mendorong munculnya keinginan dan kemampuan untuk membaca, diikuti oleh kegiatan nyata membaca bacaan yang diminatinya. Minat baca bersifat pribadi dan merupakan produk belajar

lebih lanjut cahyono (2006) menjelaskann Secara umum, terdapat dua faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya minat baca yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seperti pembawaan, kebiasaan dan ekspresi diri. Faktor internal meliputi intelegensi, usia, jenis kelamin, kemampuan membaca, sikap, serta kebutuhan psikologis. Intelegensi merupakan kemampuan keseluruhan atau global individu untuk bertindak sesuai dengan tujuan, berpikir logis atau rasional, dan berbuat secara efektif terhadap keadaan. Sementara faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar atau faktor lingkungan, baik dari lingkungan keluarga, tentangga maupun lingkungan. Faktor eksternal ini mempengaruhi adanya motivasi, kemauan, dan kecenderungan untuk selalu membaca.

Dijelaskan lebih lanjut oleh Cahyono (2006) Ada beberapa jenis minat baca :

1. Minat baca spontan, yaitu kegiatan membaca yang dilakukan atas kemauan inisiatif pribadi, tanpa pengaruh dari pihak lain atau pihak luar.
2. Minat baca terpola yaitu kegiatan membaca yang dilakukan masyarakat sebagai hasil atau akibat pengaruh langsung dan disengaja melakukan serangkaian tindakan dan program yang terpola terutama kegiatan belajar mengajar di sekolah.

Dari uraian tersebut, yang di maksud minat baca adalah keinginan dari seseorang atau individu untuk membaca (buku) dalam melaksanakan kegiatan belajar.

III. METODE PENELITIAN

Metodelogi pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006 : 66) metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Mulyana (2001:201) study kasus periset bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki ciri :

1. *Partikularistik* : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
2. *Deskriptif*. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
3. *Heuristic* metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif* Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori.

Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

Pawito (2008:102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi-asi kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic

Moleong (2002:11) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data yang di ambil peneliti dalam penulisan ini dapat melalui study kepustakaan atau sumber tertulis (*library research*)

IV. PEMBAHASAN

PT Cargill didirikan pada tahun 1974 berdasarkan atas keyakinan bahwa “perkataan kita adalah janji kita.” Sekarang, sebagai perusahaan global yang terdiversifikasi dan

memegang teguh budaya saling mempercayai dan saling menghargai, keyakinan ini tetap menjadi standar dalam berbisnis. PT Cargill beroperasi dengan integritas dan akuntabilitas. PT Cargill berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pangan dunia secara bertanggung jawab, mengurangi dampak lingkungan, dan memajukan masyarakat di mana pun kita hidup dan bekerja. Tujuan PT Cargill yaitu menjadi pemimpin global dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan beroperasi secara bertanggung jawab di pasar pertanian, makanan, industri, dan pasar keuangan.

PT Cargill dalam melaksanakan program corporate social responsibility untuk program peningkatan gizi dan kesehatan, pendidikan, serta pengelolaan lingkungan menyumbangkan 2 persen dari pendapatan sebelum pajak, berdasarkan rata-rata selama tiga tahun terakhir, Sumbangan Cargill mencapai \$69,9 juta untuk 57 negara pada tahun fiskal 2012.

Salah satu program yang dilaksanakan secara berkesinambungan sejak tahun 2011 yaitu program books for kids. Selama periode 2011 – 2020 ada dua target utama yang ingin di capai yaitu menargetkan membangun memperbaiki 100 perpustakaan di sekolah sekolah dasar yang berlokasi dengan ke tujuh pabrik CFN dan mendonasikan 100.000 buku bacaan kepada perpustakaan sekolah.

Sugeng Boniran, Regional Operation Manager, Cargill Feed & Nutrition (CFN), mengatakan, "Cargill secara global termasuk Cargill di Indonesia memang telah menyusun program kegiatan Corporate Responsibility yang salah satu fokusnya adalah untuk turut meningkatkan kehidupan komunitas masyarakat di sekitar lokasi operasional Cargill. Tidak hanya dalam rangka kegiatan usaha tetapi juga berkeinginan untuk memberikan nilai bagi komunitas di sekitar kami, termasuk program "Book For Kids" yang dilakukan oleh CFN diseluruh wilayah operasi usaha di Indonesia".

Program Corporate Responsibility "Books for kids" yang dilaksanakan pada 12 April 2016 bagian dari pada bidang pendidikan dengan menyumbang lebih dari 1.100 unit buku pada SDN 1 Godong Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. yang Jenis buku yang disumbangkan antara lain buku-buku cerita rakyat, buku ilmu pengetahuan umum, buku cerita ke agamaan, buku bertema adat istiadat suku suku bangsa di Indonesia serta buku pengetahuan tentang flora dan fauna indonesia

Dalam program "Books for kids" PT Cargill selain menyediakan buku-buku edukatif di perpustakaan sekolah juga melaksanakan renovasi perpustakaan agar, siswa-siswa dapat dengan aman dan nyaman menyalurkan minat membaca dan menambah pengetahuan. Buku buku edukatif yang menarik di perpustakaan sekolah tidak hanya

di baca di sekolah tetapi dapat di pinjam untuk bacaan di rumah sehingga dapat meningkatkan minat membaca buku

Tujuan program ini adalah agar anak-anak memiliki sarana dan prasarana yang dapat mendorong generasi muda Indonesia agar belajar giat, ini penting karena mereka yang nantinya akan ikut membentuk masa depan Indonesia, karenanya sejak dini mereka perlu untuk di dukung agar memiliki pengetahuan yang baik serta tubuh dan jiwa yang sehat

Pada Program Books For kids buku buku yang diberikan langsung dan di terima oleh Kepala Sekolah SDN 1 Godong, CH Endang Warsiti. Tujuan Sumbangan buku-buku edukatif untuk mempermudah sekaligus untuk mengajak murid-murid untuk menumbuhkan kebiasaan membaca baik di sekolah maupun rumah. Selain itu buku-buku edukatif tersebut benar-benar membantu meningkatkan pengetahuan dan wawasan anak-anak dan tidak sekadar pengisi ruang kosong di perpustakaan sekolah.

V. PENUTUP

PT Cargill dalam melaksanakan Program Corporat Social Responsibility di bidang pendidikan secara berkesinambungan dimulai pada tahun 2011 sampai 2020 dengan dua target utama yang ingin di capai yaitu membangun serta memperbaiki 100 perpustakaan di sekolah sekolah dasar yang berlokasi berdekatan dengan ke tujuh pabrik CFN dan mendonasikan 100.000 buku bacaan kepada perpustakaan sekolah, hingga tahun 2016 telah disalurkan hampir 52.000 buku ke 56 perpustakaan.

PT Cargill telah menyumbang 1.100 unit buku kepada SDN 1 Godong Kabupaten Grobogan, Jawa tengah. Diharapkan dengan adanya kegiatan Books for kids akan menumbuhkan minat membaca yang terbentuk di usia dini, sehingga akan menjadi fondasi kuat yang akan mendukung generasi muda belajar lebih giat secara mandiri di tahap pendidikan berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

A.B. Susanto, CSR dalam Perspektif Ganda, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007

A.B. Susanto, Memberikan Gerakan Hijau, Majalah Ozon, 5 Februari 2003. Enemark, Stig. 2006. Capacity Building for Institutional Development in Surveying and Land Management, paper presented in the Promoting Land Administration and Good Governance, 5th FIG Regional Conference Accra, Ghana, March 8-11, 2006.

- Gibson CH. 1991 A concept analysis of empowerment. *J. Adv. Nurs.*
- Iriantara Yosol, 2007, *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya*, PT Remaja Rosdakarya, Offset Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, *Teknik Riset Komunikasi* PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Moleong, Lexy, J, 2002 *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung
- Nirmala, Pratama. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya : Prima Media
- Pawito, 2008, *Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS, pelangi*, Aksara, Yogyakarta.
- Proper alat ukur csr dikutip dari csr review, majalah bulanan vol 1. No 1, 2007, Jakarta)
- Rodwell CM. 1996, An analysis of the concept of empowerment. *J. Adv. Nurs.*
- Ruslan, Rosady, 2011, *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi cetakan ke 5 rajawali pers* Jakarta
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2001. Jakarta : Balai pustaka hal 83
- Wibisono, yusuf, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Fasco Publishing, Gresik
- Sumber lain :
<http://beritajateng.net/cfn-sumbang-1100-buku-untuk-sd-di-godong/>
<http://berita.suaramerdeka.com/cargill-sumbangkan-1-100-buku-untuk-siswa-sd/>
<http://library.um.ac.id/images/stories/pustakawan/pdfteguh/kemampuan%20dan%20minat%20baca.pdf>
<http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>
[http://repository.upi.edu/operator/upload/s_adp_053811_chapter2\(1\).pdf](http://repository.upi.edu/operator/upload/s_adp_053811_chapter2(1).pdf)
<https://www.cargill.co.id/id/news/NA31944865.jsp>

Riwayat Penulis

Siti Qona'ah S. Sos. MM lahir di Bandung 26 Maret 1973 adalah dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) selesai pada tahun 1997. Saat ini beliau sudah menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Magister Manajemen pada Universitas BSI Bandung pada tahun 2012. Sebelum aktif di dunia pendidikan beliau bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.