



Peran Corporate Social Responsibility Program Indofood Riset Nugraha Dalam Membentuk Brand Differentiation

Alfareji Febrian Hanom¹, Muhamad Firzan Akbar², Putri Vania Iftatunnisa³, Bintang
Awal Ramadhan⁴, Winda Dwi Astuti Zebua⁵

¹⁻⁵Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: alfarejifebrian@gmail.com¹, m.firzan.akbar@gmail.com², putrivaniaiftatunnisa@gmail.com³,
bntngarz@gmail.com⁴, winda.dwiastuti@umj.ac.id⁵

Korespondensi penulis: alfarejifebrian@gmail.com

Abstract: *This research discusses the role of PT. Indofood Tbk and PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in shaping brand differentiation through Corporate Social Responsibility (CSR) programs, with a focus on the Indofood Research Nugraha (IRN) initiative. The IRN program provides research funding to students to support research in the field of food, while the companies use various media to communicate their CSR initiatives. The research method employed is qualitative with descriptive analysis. Findings highlight the contributions of CSR programs in strengthening the company's image as an entity that cares about society and the environment, and creating brand differentiation that integrates social responsibility. By making CSR an integral part of the company's vision and mission, CSR becomes the foundation for all company activities, playing a crucial role in building a positive brand image and enhancing community engagement.*

Keyword: *Corporate Social Responsibility, Brand Differentiation, and Indofood*

Abstrak: Penelitian ini membahas peran PT. Indofood Tbk dan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dalam membentuk brand differentiation melalui program-program Corporate Social Responsibility (CSR), dengan fokus pada Indofood Riset Nugraha (IRN). Program IRN memberikan dana penelitian kepada mahasiswa untuk mendukung penelitian di bidang pangan, sementara perusahaan menggunakan berbagai media untuk mengkomunikasikan inisiatif CSR mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Temuan menyoroti kontribusi program-program CSR dalam memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masyarakat dan lingkungan, serta menciptakan brand differentiation yang mengintegrasikan tanggung jawab sosial Dengan menjadikan CSR sebagai bagian dari visi dan misi perusahaan, maka CSR akan menjadi landasan bagi semua aktivitas perusahaan berperan penting dalam membangun citra merek yang positif dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Brand Differentiation, dan Indofood*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang diwajibkan berdasarkan undang-undang negara. Berdasarkan UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 3 yang berbunyi, "Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan". Hal ini menjelaskan bahwa setiap perusahaan yang menjalankan kegiatannya di Negara Indonesia, wajib untuk melakukan perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam melakukan perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan perlu berafiliasi dengan pemerintahan setempat untuk menentukan perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) apa yang sesuai dengan Perusahaan itu berada. Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri harus jelas dalam menentukan rencana, tujuan, dan sasaran dari perencanaan yang akan dibuat oleh perusahaan kepada publik mereka. Program *Corporate*

Received Oktober 30, 2023; Revised November 10, 2023; Accepted Desember 04, 2023

* Alfareji Febrian Hanom, alfarejifebrian@gmail.com

Social Responsibility (CSR) sendiri direncanakan melalui berbagai tahapan oleh *public relations* yaitu *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*. Setelah perencanaan dibuat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pun dilakukan secara berkelanjutan dengan dikomunikasikan melalui *public relations* melalui media untuk meningkatkan citra perusahaan (Saptarini & Novita, 2022).

Dilansir dari artikel berita bisnis.com pada 15 Agustus 2023 yang bertajuk, "BISRA 2023: Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) jadi Solusi Pendanaan Pembangunan Sosial". Menyatakan bahwa telah diadakan *event* Bisnis Indonesia *Corporate Social Responsibility* 2023 (BISRA 2023) di Hotel Aryaduta, Jakarta pada Selasa, 15 Agustus 2023. Dalam acara tersebut telah hadir Direktur Jasa Keuangan dan BUMN yaitu Bapak Onny Noyorono. Ia mengatakan bahwa, "Tanpa dukungan dari Bapak/Ibu, sulit pemerintah untuk melaksanakan pembangunan dan mencapai target seperti ini. Kami apresiasi, kepada Bapak/Ibu baik swasta dan BUMN yang sudah menyisihkan sebagian dari pendapatan Bapak/Ibu untuk menunjang program pemerintah dalam rangka mencapai sasaran pembangunan jangka, pendek, menengah, dan panjang". Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berperan besar dalam pendanaan menuju kesuksesan pembangunan Indonesia. (Kamalina, 2023)

Kemudian dikutip dari penelitian kualitatif terdahulu yang bertajuk, "Peran Public Relations terhadap Citra Perusahaan pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk". Menjelaskan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Triastuti et al., 2019). Kemudian PT. Indofood telah menjalankan program atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik. Hal ini diperjelas dengan media-media yang tidak pernah memberitakan pemberitaan negatif kepada PT. Indofood. Hal ini disebabkan public relations PT. Indofood konsisten dalam menjalankan perannya. Seperti melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa *building human capital* dan lainnya (Triastuti et al., 2019).

Berikutnya berdasarkan jurnal berjudul, "Strategi Corporate Social Responsibility Dompot Dhuafa dalam Membangun Brand Differentiation Lembaga" yang ditulis oleh Iswahyu Pranawukir dan Agus Hitopa Sukma mereka menyatakan strategi tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Yayasan Dompot Dhuafa dalam membangun diferensiasi merek melalui pendirian sekolah Smart Ekselensia Republika, yayasan ini mengimplementasikan strategi *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang bertujuan untuk menciptakan dampak positif pada masyarakat dan membangun reputasi merek yang kuat. Mereka fokus pada membangun identitas lembaga yang modern-Islam, berkomitmen pada tanggung jawab etis, serta menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, dengan tujuan mencapai brand differentiation yang kuat (Pranawukir & Sukma, 2021)

Dalam upaya membangun brand differentiation yang kuat, Dompot Dhuafa Foundation menggabungkan aspek-aspek intelektual, emosional, dan spiritual dalam strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka. Mereka menekankan pentingnya diferensiasi dan karakter dalam bisnis, serta menciptakan identitas lembaga yang modern-Islam yang membedakan mereka dari organisasi lain. Tahap branding, positioning, dan differentiation dalam strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka melibatkan pengembangan tanggung jawab etis, pelaksanaan program filantropis, serta pembangunan etika bisnis dan sumber daya manusia yang berfokus pada nilai-nilai keadilan dan kepedulian. Dengan pendekatan ini, Dompot Dhuafa berusaha mencapai brand differentiation yang kokoh, didasari oleh kesadaran sosial, ekonomi, dan hukum, serta berfokus pada keberlanjutan dalam menjalankan misi mereka.

Setelah itu berdasarkan berita yang dirilis oleh www.inews.id, perusahaan makanan dan minuman ternama di Indonesia tersebut telah melakukan langkah berarti dengan menyumbangkan hewan kurban kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam semangat berbagi dan kepedulian sosial, perusahaan ini telah merespons panggilan hati untuk memberikan bantuan kepada mereka yang kurang beruntung selama perayaan Idul Adha. bahwa Indofood Jajaran Direksi dan Karyawan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Grup Indofood) menyalurkan bantuan hewan kurban berupa 65 ekor sapi, 20 ekor domba dan 146 kambing. Hewan kurban diberikan kepada masyarakat yang berada di sekitar kantor, pabrik dan perkebunan Grup Indofood yang ada di seluruh Indonesia. Pemberian ini merupakan perwujudan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Indofood yang diharapkan dapat memupuk dan mempertebal kepekaan sosial antar sesama manusia. (Pranoto, 2023)

Lalu berdasarkan berita yang dimuat oleh gatra.com yang dibagikan pada bulan juni tahun 2023. Dapat dilihat bahwa Indofood telah menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan membuka program Indofood Riset Nugraha (IRN) pada periode 2023/2024, sebelumnya program IRN ini telah dimulai sejak tahun 2006. Hingga sekarang, program Indofood Riset Nugraha (IRN) sudah mendanai lebih dari 1000 proposal penelitian. Pada periode 2023/2024, ketua program Indofood Riset Nugraha (IRN) sekaligus direktur PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yaitu Suaimi Suriady mengungkapkan bahwa program

Indofood Riset Nugraha (IRN) mengundang mahasiswa dari berbagai jurusan dan perguruan tinggi untuk menyampaikan dan menghasilkan penelitian-penelitian baru tentang penganeekaragaman pangan yang berbasis kearifan lokal. Alasan diadakan program Indofood Riset Nugraha (IRN) dilandasi dari prediksi menyusutnya sumber daya dan sulitnya tantangan untuk menyediakan pangan yang aman dan bergizi cukup pada tahun 2023. (Birdieni, 2023)



Gambar 1. Rekap Penerima Hibah Program IRN

Program Indofood Riset Nugraha (IRN) telah dibuka setiap tahunnya oleh PT. Indofood Tbk. Berdasarkan data pada gambar, menyatakan bahwa terjadi peningkatan penerima dana dari 2020-2021 yaitu mencapai 62 proposal. Tentu dalam peningkatan partisipasi peneliti, PT Indofood mudah mengakses untuk berdialog dengan dunia pendidikan tinggi dan mendorong dihasilkannya visi dan teknologi yang terbaru di bidang pengolahan pangan melalui para peneliti muda di berbagai disiplin ilmu. Muara dari bantuan dana penelitian ini adalah juga mendukung program Pemerintah Republik Indonesia dalam hal ketahanan pangan nasional melalui diversifikasi pangan berbasis komoditas lokal. Kemudian dari program ini terdapat pembeda antara PT. Indofood Tbk dengan perusahaan lainnya disebabkan Indofood merupakan salah satu perusahaan yang memberikan hibah penelitian kepada mahasiswa dengan program pengolahan pangan seperti agroteknologi, teknik pangan, dan lainnya. Tentu hal tersebut sesuai dengan *branding* PT. Indofood Tbk yang memproduksi barang di bidang makanan dan minuman. (Indofood Riset Nugraha, n.d.)

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, artikel jurnal ini mengeksplorasi serta menganalisa pembentukan *brand differentiation* oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu Indofood Riset Nugraha (IRN) yang telah dilakukan perusahaan tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Artikel jurnal ini menggunakan penelitian kualitatif, pendekatan kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara

purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), Analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (A. Anggito & Setiawan, 2018). Metode penelitian ini menggunakan sistematika *literature review* yang mengumpulkan beberapa referensi dari buku, jurnal serta penelitian sebelumnya guna melengkapi artikel ini. *Literature review* merupakan teknik mengumpulkan serta menganalisis beberapa referensi dari buku, jurnal serta penelitian sebelumnya, tujuannya adalah untuk mendapatkan landasan teori yang bisa mendukung argumen pada saat pemecahan masalah yang sedang diteliti. (Fadilla Annisa Rizky dan Wulandari Putri Ayu, 2023). Kemudian berbagai data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. penelitian analisis deskriptif merupakan jenis penelitian yang dilakukan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran karakteristik data melalui hasil analisis data yang bersifat apa adanya tanpa membuat kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2017).

Sumber data pada artikel penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen seperti jurnal penelitian terdahulu (Sugiyono, 2022). Penggunaan data sekunder ini sebagai dasar informasi yang relevan untuk mendukung hasil penelitian terkini. Dengan menggunakan data penelitian terdahulu, penelitian ini dapat menambah pemahaman terkait pembentukan *brand differentiation* melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indofood Riset Nugraha atau IRN adalah inisiatif istimewa dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood) yang dimulai sejak tahun 2006. Program ini didedikasikan untuk memberikan bantuan dana penelitian kepada mahasiswa tingkat Sarjana (S-1) dengan tujuan membantu mereka menyelesaikan tugas akhir atau skripsi mereka. Konsep utama Program IRN adalah memberikan dana penelitian kepada mahasiswa S-1 di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk mendukung mereka dalam menyelesaikan tugas akhir mereka, yang merupakan langkah penting dalam perjalanan akademik mereka. Selain itu, program ini juga mendukung penelitian khusus dengan tema yang ditawarkan oleh para Lembaga Penelitian dan Pakar yang sesuai dengan kebutuhan dan usulan dari Indofood.

Dalam upaya mewujudkan Indofood sebagai penyedia solusi pangan terkemuka, IRN memiliki misi yang sangat berarti. Misi tersebut mencakup yaitu menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari PT Indofood dalam membangun sumber daya manusia yang jujur, mandiri, unggul, cerdas, dan cermat. Hal ini menciptakan generasi muda yang memiliki

karakteristik unggul dan etika kerja yang kuat. Memberikan dukungan bagi kreasi dan inovasi dalam bidang pangan, khususnya melalui penelitian di berbagai aspek, seperti teknologi pertanian, teknologi hasil pertanian, teknologi budidaya, teknologi produksi, pemasaran, kesehatan, gizi, serta aspek sosial-ekonomi dan budaya. Hal ini memajukan industri pangan dengan solusi yang relevan. Membantu mahasiswa S-1 di seluruh Indonesia dalam menyelesaikan tugas akhir mereka, memberikan mereka peluang untuk menghasilkan penelitian yang berkualitas dan bermanfaat bagi perkembangan pangan di Indonesia. Membangun jaringan korporatif yang kuat antara Indofood dan lembaga-lembaga pendidikan tinggi, menciptakan sinergi dan kolaborasi yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Komunikasi CSR PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

Peran komunikasi CSR PT. Indofood Tbk pada pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program dan event seperti Indofood Riset Nugraha (IRN) merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan. Komunikasi yang dilakukan melalui proses penyebaran pesan berupa ekonomi, kegiatan sosial, maupun lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat atau stakeholder sekitarnya. Penyebaran informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dilakukan memanfaatkan berbagai media untuk menyebarkan pesan sehingga terwujudlah sustainability itu sendiri (Octaviani, et al 2022). Dalam hal ini, PT. Indofood telah melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Communication melalui media yang mereka gunakan. Hal ini ditujukan sebagai bentuk bahwa Indofood merupakan perusahaan yang konsisten dalam melakukan keberlanjutan dalam proses perkembangan perusahaannya.



Gambar 2. Sosialisasi penganugerahan peneliti terbaik IRN 2022-32

Website Resmi Indofood Riset Nugraha (IRN) PT. Indofood Tbk dalam mengkomunikasikan program Indofood Riset Nugraha (IRN), mereka memiliki website resmi yang bisa diakses oleh publiknya. Website tersebut diakses melalui www.indofoodrisetnugraha.com. Dalam website tersebut, indofood telah memberikan informasi-informasi terkait program Indofood Riset Nugraha (IRN). Dari sekilas tentang Indofood Riset Nugraha (IRN), sejarah IRN, visi dan misi, kata sambutan, serta tim panelis. Selain itu, dalam website tersebut terdapat fitur untuk melihat prosedur pendaftaran riset, yaitu

seperti tema penelitian, kirim proposal, koleksi jurnal, serta rekap penerima data. Berikut adalah hasil observasi yang dilakukan terhadap website indofood riset nugraha.



Gambar 3. Beranda website www.indofoodriset.com

Pada menu tentang Indofood Riset Nugraha (IRN), indofood mengkomunikasikan mengenai apa itu Indofood Riset Nugraha (IRN) secara singkat, padat, dan jelas. Intinya mereka menyampaikan bahwa IRN adalah Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mendukung bidang pendidikan dengan memberikan dana penelitian untuk mahasiswa sesuai bidangnya. Kemudian sejarah yang mereka ceritakan menyatakan bahwa semenjak tahun 2006, Indofood Riset Nugraha (IRN) telah melewati proses dalam mengangkat tema serta isu-isu pangan nasional sebagai bentuk keanekaragaman pangan yang berkelanjutan dan berorientasi pada nilai tambah berbasis komoditas lokal. Selain itu mereka juga mengangkat tema tentang pertanian, perikanan, dan lainnya yang sesuai dengan image perusahaan Indofood dibidang produksi makanan dan minuman. Kemudian hal ini sejalan dengan salah satu Visi dan Misi yang mereka cantumkan di website, yaitu "Mendukung adanya solusi mendapatkan kreasi dan inovasi bidang pangan, khususnya melalui bidang teknologi pertanian, agroteknologi, teknologi budidaya, teknologi produksi, pemasaran, kesehatan dan gizi, serta sosial ekonomi dan budaya.



Gambar 4. Program IRN 2022-2023 di Website Indofood Riset Nugraha

Selanjutnya pada menu "Riset Penelitian" terdapat beberapa fitur yang bisa diakses melalui website. Yaitu tema penelitian, kirim proposal, koleksi jurnal, dan rekap penerima dana. Pertama pada fitur tema penelitian, setiap tahunnya sejak 2006 Indofood rutin dalam mengkomunikasikan tema penelitian apa saja yang akan diangkat dalam Indofood Riset

Nugraha. Pada Tahun 2022-2023, Indofood Riset Nugraha (IRN) diadakan dengan tema, "Penelitian Pangan Fungsional Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal". Selain menyampaikan tema penelitian yang ditentukan, perusahaan juga memberi syarat dan ketentuan untuk peserta, cakupan penelitian, serta fokus komoditinya.

Berikutnya pada fitur koleksi jurnal yang mendaftarkan diri dalam menerima hibah dalam program Indofood Riset Nugraha (IRN). Terdaftar bahwa sejak 2006-2023, terdaftar 524 proposal yang sudah diterima oleh indofood. Koleksi jurnal ini menunjukkan bahwa indofood telah bekerjasama dengan 524 partisipan baik individu atau kelompok untuk menjalankan adanya pangan yang kreatif dan inovatif melalui bidang yang sudah ditetapkan oleh PT. Indofood Tbk. Akhirnya dinilai bahwa indofood selalu konsisten mengadakan program Indofood Riset Nugraha sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mereka lakukan. Sehingga dengan adanya Indofood Riset Nugraha (IRN) ini telah membantu SDGs nomor dua, empat, enam, tujuh, sembilan, dua belas, empat belas, serta lima belas.



Gambar 5. Fitur Koleksi Jurnal di Website Indofood Riset Nugraha

Setelah memberikan informasi Indofood Riset Nugraha, perusahaan telah melakukan sosialisasi melalui media sosial. Salah satu media sosial yang rutin digunakan untuk memberikan informasi terkini tentang Indofood Riset Nugraha (IRN) adalah Youtube. Melalui channel, "Rumah Indofood" perusahaan telah melakukan langkah baik untuk selalu mensosialisasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka kepada publik. Hal ini menghasilkan bahwa Indofood telah sering mengkomunikasikan program Indofood Riset Nugraha (IRN) untuk diikuti oleh para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian. Pada live streaming youtube yang berjudul, "Webinar IRN 2023/2024 Sosialisasi Program" terdapat beberapa pesan yang diinformasikan. Pertama adanya sambutan dari Direksi Utama PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, yaitu Bapak Suaimi Suriady. Ia menyatakan bahwa melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) telah menghasilkan ide-ide brilian dari mahasiswa yang bisa mempertahankan keanekaragaman pangan nasional dibidang pertanian,

perikanan, peternakan, serta lainnya. Selain itu Indofood Riset Nugraha (IRN) berkontribusi kepada pemerintah untuk mencari pasokan pangan terbarukan.



Gambar 6. Sambutan Penanggung Jawab Indofood Riset Nugraha

Berdasarkan sambutan para penanggung jawab program Indofood Riset Nugraha (IRN), terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui webinar yang diadakan secara langsung di media sosial youtube. Pertama terdapat sambutan dari Bapak Stefanus Indrayana yang menjabat sebagai Wakadiv Divisi Corporate Communication. Beliau mengungkapkan, “Program Indofood Riset Nugraha (IRN) adalah tindakan nyata dari perusahaan dalam mempertahankan pangan nasional serta mahasiswa yang mendaftar berperan dalam membantu mewujudkan SDGs nomor dua yaitu ketahanan pangan dan gizi”. Setelah itu ada Ketua Tim Pakar IRN yaitu Prof. Dr. Ir. Purwiyatno Hariyadi M.Sc. Yang menyebutkan, “Selain itu Program ini ditujukan untuk memberikan bantuan dana kepada mahasiswa yang melakukan penelitian dengan memberikan dukungan kepada universitas yang kaya dengan sumber daya lokal untuk menggali ide-ide brilian serta orisinal dari mahasiswa”. Terakhir terdapat *statement* dari Direktur PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yaitu Bapak Franciscus Welirang. Sambutannya adalah, “Para peneliti adalah orang-orang penting yang perlu dihargai dari hasil yang dilakukan karena dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan menjadi unggul dan bermanfaat bagi masyarakat banyak”.



Gambar 7. Postingan Media Sosial Instagram @rumahindofood.

Pada Rabu, 1 November 2023, akun media sosial instagram PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yaitu @rumahindofood telah memposting *feeds* yang berisi rekapitulasi Webinar IRN 2022-2023 Seremoni Penandatanganan Kontrak Kerja Sama. Pada postingan tersebut dilampirkan dokumentasi selama webinar berlangsung, dari sambutan penanggung jawab dan lainnya. Setelah itu pada *feeds* itu menampilkan empat penganugerahan terbaik kepada peneliti IRN, serta menunjukkan sejumlah peserta yang lolos dalam program IRN 2022-2023. Dari postingan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah menginformasikan peran mereka dalam *Building Human Capital* melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN).

Terakhir media yang digunakan PT. Indofood Tbk dalam mengkomunikasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Indofood Riset Nugraha melalui *media massa*. Media pemberitaan selalu memberitakan hal yang menarik tentang perusahaan, baik itu positif, negatif, ataupun netral. Sehingga dengan adanya Program Indofood Riset Nugraha (IRN) ini, membuat media untuk menulis berita positif terhadap Indofood. Karena perusahaan ini telah berhasil menciptakan pembangunan berkelanjutan melalui SDGs nomor dua, dimana memperkuat ketahanan pangan nasional melalui riset-riset yang dilakukan peserta IRN 2022-2023. Selain itu, Indofood telah membentuk kerjasama baik dengan mengkomunikasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada *stakeholder* mereka seperti bidang pendidikan, pemerintah, *NGO*, dan lainnya.

Terdapat *media massa* yang telah memberitakan program Indofood Riset Nugraha (IRN). Pertama adalah Liputan 6. Dilansir dari beritanya, menyatakan bahwa empat mahasiswa terpilih yang mendapatkan penghargaan peneliti terbaik akan dilibatkan dalam tur penelitian menuju laboratorium Singapura sebagai bentuk kolaborasi ide mereka secara meluas dan *go international* (Gerald, 2023).



Gambar 8. Berita Media Mainstream Liputan 6

Dari penjelasan sebelumnya, menyatakan bahwa media memiliki peran yang sangat penting dalam mengkomunikasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebuah perusahaan kepada masyarakat. Dengan berbagai platform media yang ada saat ini, perusahaan dapat memanfaatkannya untuk meningkatkan transparansi dan visibilitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka, serta membangun citra positif di mata publik.

Brand Differentiation pada Program Indofood Riset Nugraha (IRN)

Implementasi program Indofood Riset Nugraha (IRN) memberikan kontribusi positif pada citra PT Indofood dan menciptakan persepsi bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan fokus pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan, PT Indofood memperkuat mereknya dengan menciptakan identitas perusahaan yang berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial. Kesenambungan dalam kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menciptakan diferensiasi dari pesaing, menarik perhatian konsumen yang semakin mepedulikan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerja sama yang kuat dengan pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, dan organisasi non-profit, yang dibangun melalui program Indofood Riset Nugraha menciptakan persepsi positif di kalangan pemangku kepentingan. PT Indofood tidak hanya membedakan dirinya dari pesaing, tetapi juga membangun hubungan yang bermanfaat bagi kelangsungan bisnisnya.

Program Indofood Riset Nugraha (IRN) memberikan tambahan nilai pada reputasi PT Indofood sebagai perusahaan progresif dan berkomitmen terhadap pengembangan solusi kreatif untuk tantangan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indofood dalam membentuk brand differentiation melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek untuk masyarakat, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang, memperkuat citra perusahaan, dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin peka terhadap tanggung jawab sosial.

KESIMPULAN

PT. Indofood Tbk berhasil membentuk brand differentiation melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) "Indofood Riset Nugraha" (IRN). Program ini tidak hanya menjadi wujud tanggung jawab sosial perusahaan, melainkan juga bagian penting dari strategi untuk memperkuat identitas sebagai perusahaan yang peduli terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan dukungan finansial kepada mahasiswa untuk riset pangan dan kearifan lokal, PT. Indofood tidak hanya berkontribusi pada ilmu pengetahuan, tetapi juga menciptakan dampak positif pada masyarakat. Komunikasi CSR melalui berbagai media, termasuk website resmi, YouTube, Instagram, dan media mainstream, meningkatkan transparansi dan visibilitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program Indofood Riset Nugraha (IRN) juga menjadi pembeda yang signifikan, menciptakan citra perusahaan sebagai yang tidak hanya sukses bisnis, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indofood Tbk, khususnya melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN), tidak hanya memenuhi kewajiban hukum, melainkan berhasil membentuk brand differentiation yang mengintegrasikan tanggung jawab sosial sebagai bagian integral dari identitas dan strategi bisnis perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif (E. D. Lestari, Ed.). CV Jejak.
- Birdieni, B. (2023, June 27). Indofood Siapkan Dana Riset Bagi Mahasiswa S1. GATRA.Com. <https://www.gatra.com/news-574837-pendidikan-indofood-siapkan-dana-riset-bagi-mahasiswa-s1.html>
- Fadilla Annisa Rizky dan Wulandari Putri Ayu. (2023). LITERATURE+REVIEW+ANALISIS+DATA+KUALITATIF-TAHAP+PENGUMPULAN+DATA+(3). LITERATURE REVIEW ANALISIS DATA KUALITATIF: TAHAP PENGUMPULAN DATA, 1(analisis data), 34–36.
- Kamalina, A. R. (2023, August 15). BISRA 2023: Program CSR jadi Solusi Pendanaan Pembangunan Nasional. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230815/9/1685115/bisra-2023-program-csr-jadi-solusi-pendanaan-pembangunan-nasional>
- Pranawukir, I., & Sukma, A. H. (2021). Strategi Corporate Social Responsibility Dompok Dhuafa dalam Membangun Brand Differentiation Lembaga. Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik (JISoP), 3(1). <https://doi.org/10.33474/jisop.v3i1.9000>
- Pranoto, Y. (2023, June 29). Indofood Salurkan Bantuan Hewan Kurban Idul Adha 2023. INews.Com. <https://www.inews.id/multimedia/photo/indofood-salurkan-bantuan-hewan-kurban-idul-adha-2023>

- Indofood Riset Nugraha. (n.d.). Rekap penerima dana IRN. Retrieved November 26, 2023, from <https://www.indofoodrisetnugraha.com/rekap-penerima-dana>
- Saptarini, S., & Novita, S. (2022). Peran Public Relations dalam Corporate Social Responsibility (Csr) PT. Brodo Ganesha Indonesia. Bandung Conference Series: Public Relations, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.4381>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung.
- Sugiyono. (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF (S. Y. Suryandari, Ed.). ALFABETA CV.
- Triastuti, N., Sulaiman, F., Nyssa, D., & Tarigan, W. (2019). PERAN PUBLIC RELATION TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK. 1(2), 421–424. <https://doi.org/10.2201/unita.v1i2.189>