

## ABSTRAK

Pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Dari sisi ekonomi, perusahaan manufaktur memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia, namun hal tersebut tidak diimbangi dengan pelaksanaan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan. Pelaksanaan tanggungjawab sosial seharusnya menjadi perhatian bagi industri manufaktur, karena industri manufaktur merekrut tenaga kerja yang tidak sedikit untuk menjalankan usahanya dan dalam pengolahan produknya, industri tersebut juga menghasilkan limbah yang akan berdampak pada lingkungan sekitar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara ukuran perusahaan ( $\ln TA$ ), profitabilitas (ROA), *leverage* (DAR) dan *media exposure* (YouTube) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014–2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 58 sampel dalam kurun waktu 3 tahun, sehingga didapat 174 total sampel perusahaan. Data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan *software* Eviews versi 9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility* dengan *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0.206711. Sementara secara parsial hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*. Kebaharuan (*novelty*) dari penelitian ini adalah proksi *media exposure* menggunakan media *YouTube*.

Rekomendasi hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan industri manufaktur lebih meningkatkan pengungkapan tanggungjawab sosialnya. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar diharapkan lebih peduli terhadap kegiatan CSRnya, karena akan lebih berdampak terhadap *stakeholder* dan lingkungan sekitar.

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Media Exposure*, Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*