

ABSTRAK

Corporate social responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam operasional dan interaksi mereka dengan berbagai pemangku kepentingan. CSR bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat dengan memastikan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang diambil melalui website resmi perusahaan sektor industri dasar dan kimia.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan Eviews 12. Pengujian hipotesis ini dilakukan secara parsial dan simultan dengan menggunakan Uji F dan Uji t. pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 12 perusahaan untuk periode 4 tahun sehingga jumlah data yang didapatkan sebesar 48 data.

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Secara parsial *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, *political visibility* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan *green accounting* secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, *green accounting*, *media exposure*, *political visibility*