

## **Pengaruh Program Beasiswa Plus Djarum terhadap Keuntungan Non-Finansial: Perspektif Modal Sosial dan Reputasi**

### **The Influence of the Djarum Plus Scholarship Program on Non-Financial Benefits: A Perspective of Social Capital and Reputation**

**Grace Tifanny br Tobing<sup>1</sup>, Melda F. Sitanggang<sup>2</sup>, Rohana Hutasoit<sup>3</sup>, Keisia Br. Siburian<sup>4</sup>, Christianto Ginting<sup>5</sup>**

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan, Alamat Universitas Negeri Medan (UNIMED) berada di **Jl. Willem Iskandar Pasar V, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221**. [1, 2, 3, 4, 5]

E-mail : : [gracet.7253141003@mhs.unimed.ac.id](mailto:gracet.7253141003@mhs.unimed.ac.id)<sup>1</sup>, [meldastg.7252441015@mhs.unimed.ac.id](mailto:meldastg.7252441015@mhs.unimed.ac.id)<sup>2</sup>, [rohana.7252441030@mhs.unimed.ac.id](mailto:rohana.7252441030@mhs.unimed.ac.id)<sup>3</sup>, [keisiburian.7253141023@mhs.unimed.ac.id](mailto:keisiburian.7253141023@mhs.unimed.ac.id)<sup>4</sup>, [christianto.7251141002@mhs.unimed.ac.id](mailto:christianto.7251141002@mhs.unimed.ac.id)<sup>5</sup>

#### **Abstract**

The Indonesian cigarette industry is constantly faced with a legitimacy dilemma. On the one hand, this sector provides significant contributions through tax and excise revenues and employment. The purpose of this study is to analyze how the Djarum Beasiswa Plus program builds and strengthens social capital between the company and its beneficiaries and other stakeholders, to measure the extent to which the program contributes to improving PT Djarum's reputation in the public eye, particularly among academics, and to identify the mechanisms linking the implementation of the scholarship program to the company's non-financial benefits. This study uses a qualitative research design with a library research approach. Based on the analysis and discussion, it can be concluded that the Djarum Beasiswa Plus Program has a positive and significant impact on the company's non-financial benefits, particularly in two main dimensions: social capital and corporate reputation..

**Keywords:** Djarum Plus Scholarship, Social Capital, and Reputation

#### **Abstrak**

Industri rokok di Indonesia senantiasa berada dalam dilema legitimasi. Di satu sisi, sektor ini memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui penerimaan pajak dan cukai serta penyerapan tenaga kerja, namun produk yang ditawarkan berbahaya bagi masyarakat. Namun, di sisi lain, industri ini memberikan sebuah program yang dapat membantu meringankan masyarakat melalui berbagai program sosial salah satunya yaitu program beasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana program Djarum Beasiswa Plus membangun dan memperkuat modal sosial antara perusahaan dengan penerima manfaat dan pemangku kepentingan lainnya, mengukur sejauh mana program tersebut berkontribusi pada peningkatan reputasi PT Djarum di mata publik, khususnya kalangan akademisi, serta mengidentifikasi mekanisme yang menghubungkan pelaksanaan program beasiswa dengan perolehan keuntungan non-finansial bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan

bahwa Program Djarum Beasiswa Plus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan non-finansial perusahaan, khususnya dalam dua dimensi utama: modal sosial dan reputasi perusahaan.

**Kata Kunci:** Beasiswa Plus Djarum, Modal Sosial, dan Reputasi

## PENDAHULUAN

Industri rokok di Indonesia senantiasa berada dalam dilema legitimasi. Di satu sisi, sektor ini memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui penerimaan pajak dan cukai serta penyerapan tenaga kerja. Di sisi lain, produk yang dihasilkan memiliki dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat, sehingga perusahaan rokok kerap menghadapi skeptisisme dan resistensi dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat sipil, akademisi, dan regulator. Dalam konteks inilah praktik Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi instrumen strategis bagi perusahaan rokok untuk membangun dan mempertahankan reputasi, memperoleh legitimasi sosial, serta mengurangi resistensi terhadap operasional bisnis mereka. Namun, efektivitas CSR dalam menghasilkan keuntungan non-finansial, seperti peningkatan reputasi dan pembentukan modal sosial, masih menjadi perdebatan akademik, terutama karena karakteristik produk perusahaan yang kontroversial. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana program CSR spesifik, seperti program beasiswa, dapat berkontribusi pada perolehan keuntungan non-finansial perusahaan di tengah tantangan legitimasi yang dihadapi.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji fenomena CSR di industri rokok Indonesia. Sebuah studi yang dilakukan oleh Gunawan & Koan (2025) menemukan bahwa dampak signifikan dari penerapan CSR pada

perusahaan rokok adalah meningkatnya nama baik dan reputasi positif berkat dukungan masyarakat dan pemerintah lokal. Penelitian lainnya mengungkap bahwa perusahaan rokok di Indonesia mampu membentuk citra positif melalui strategi CSR yang tepat, dengan CSR dinilai telah "menyelamatkan" perusahaan dari kecurigaan publik sebagai entitas yang hanya mengejar keuntungan semata. Lebih lanjut, sebuah studi kualitatif oleh Shafira Mourina Y. & Vandy Yoga Swara (2022) tentang praktik CSR strategis di industri kontroversial Indonesia menemukan bahwa CSR perusahaan rokok merupakan bentuk strategi bisnis yang muncul dari pertimbangan kondisi internal dan eksternal dari proses bisnis itu sendiri. Sementara itu, analisis bibliometrik yang dilakukan oleh Suparno, dkk. (2024) terkait tren penelitian CSR industri rokok Indonesia menyoroti bahwa praktik ini sarat dengan dilema, baik dari aspek sosial, kesehatan, maupun hukum. Penelitian spesifik mengenai Djarum Beasiswa Plus menunjukkan bahwa program ini dirancang untuk mendapatkan keuntungan kompetitif jangka pendek dan kemudian mempertahankannya sebagai keunggulan kompetitif berkelanjutan (sustained competitive advantage). Selain itu, studi kuantitatif oleh Hutomo & Saleh (2022) membuktikan bahwa keberhasilan program CSR PT. Djarum Beasiswa Plus memiliki hubungan yang nyata (signifikan) dan kuat dengan tingkat keberdayaan (empowerment) para penerima program (Beswan Djarum). Sebuah penelitian lain juga menunjukkan adanya pengaruh positif

dari program CSR Djarum Beasiswa Plus terhadap reputasi PT. Djarum, terutama di kalangan mahasiswa kesehatan yang notabene cenderung kritis terhadap industri rokok.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, terdapat kesenjangan (research gap) yang perlu diisi. Pertama, sebagian besar studi yang ada cenderung berfokus pada pengukuran dampak CSR terhadap reputasi atau citra perusahaan secara umum, tanpa secara spesifik mengkaji bagaimana modal sosial yang terbentuk melalui jaringan, kepercayaan, dan hubungan timbal balik antara perusahaan dan penerima manfaat berkontribusi pada keuntungan non-finansial. Kedua, belum banyak penelitian yang secara simultan mengintegrasikan dua dimensi keuntungan non-finansial (reputasi dan modal sosial) dalam satu kerangka analisis untuk memahami program beasiswa di industri kontroversial. Ketiga, studi-studi yang ada sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif atau deskriptif, sehingga belum banyak yang mengeksplorasi secara interpretatif bagaimana penerima program (Beswan Djarum) memaknai program tersebut dan bagaimana pemaknaan itu berkontribusi pada pembentukan modal sosial dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh program Djarum Beasiswa Plus terhadap keuntungan non-finansial dari perspektif modal sosial dan reputasi, dengan memperhatikan karakteristik industri kontroversial tempat perusahaan beroperasi.

Berdasarkan identifikasi kesenjangan tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan utama yaitu bagaimana pengaruh Program Djarum

Beasiswa Plus terhadap keuntungan non-finansial perusahaan yang mencakup aspek modal sosial dan reputasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) menganalisis bagaimana program Djarum Beasiswa Plus membangun dan memperkuat modal sosial antara perusahaan dengan penerima manfaat dan pemangku kepentingan lainnya; (2) mengukur sejauh mana program tersebut berkontribusi pada peningkatan reputasi PT Djarum di mata publik, khususnya kalangan akademisi; serta (3) mengidentifikasi mekanisme yang menghubungkan pelaksanaan program beasiswa dengan perolehan keuntungan non-finansial bagi perusahaan. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada penggabungan dua dimensi keuntungan non-finansial modal sosial dan reputasi dalam satu kerangka analisis untuk mengkaji program CSR di industri kontroversial, serta penggunaan pendekatan interpretatif untuk memahami pemaknaan program dari sudut pandang penerima manfaat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi CSR di industri kontroversial, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merancang program CSR yang efektif untuk membangun modal sosial dan reputasi berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Creswell (2014) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang dimulai dengan adanya asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran/teoritis

yang membentuk studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia. Desain ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menganalisis secara mendalam pengaruh program Djarum Beasiswa Plus terhadap keuntungan non-finansial perusahaan, khususnya dari perspektif modal sosial dan reputasi. Pendekatan studi kepustakaan dianggap paling sesuai karena data yang diperlukan berupa konsep teoritis, temuan penelitian terdahulu, serta dokumen publik yang relevan, bukan data primer dari lapangan. Dengan desain ini, peneliti dapat mengkaji secara sistematis bagaimana program beasiswa tersebut dikonsepsikan, dilaksanakan, dan dikaitkan dengan pembentukan modal sosial serta reputasi perusahaan, tanpa harus melakukan intervensi langsung atau survei kepada responden.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Mengingat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka teknik pengumpulan data utama yang digunakan adalah studi literatur. Menurut Sarwono (2006), studi kepustakaan berguna untuk mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis guna mendapatkan landasan teori yang kuat mengenai masalah yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sumber data tertulis yang relevan dengan topik Djarum Beasiswa Plus, CSR industri rokok, modal sosial, dan reputasi perusahaan. Sampel penelitian diambil secara purposif (*purposive sampling*) dengan kriteria : (1) publikasi ilmiah (jurnal terindeks, skripsi, tesis) yang secara

spesifik membahas Program Djarum Beasiswa Plus atau program CSR Djarum Foundation lainnya; (2) artikel berita dari media massa nasional kredibel yang melaporkan kegiatan Djarum Foundation, khususnya di bidang pendidikan; (3) dokumen atau profil perusahaan yang bersumber dari situs resmi pemerintah (seperti Kementerian Hukum dan HAM); (4) publikasi relevan lainnya seperti buku, laporan lembaga swadaya masyarakat, atau artikel analitis yang membahas CSR dan legitimasi perusahaan rokok. Adapun dokumen resmi seperti laporan tahunan atau laporan keberlanjutan PT Djarum tidak tersedia untuk publik karena status perusahaan sebagai perusahaan tertutup, sehingga tidak disertakan sebagai sumber data. Dengan prosedur yang jelas dan terstruktur, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian secara valid dan reliabel, meskipun sepenuhnya berbasis kepustakaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Program Djarum Beasiswa Plus Membangun Media Sosial Melalui Jaringan Alumni Nasional yang Kuat dan Berkelanjutan

Penelitian ini menemukan bahwa program Djarum Beasiswa Plus secara efektif menciptakan modal sosial dalam bentuk jaringan (*networking*) yang luas, solid, dan berkelanjutan. Sejak pertama kali digulirkan pada tahun 1984 hingga saat ini, program ini telah berhasil mengumpulkan dan mengonsolidasikan lebih dari 13.920 alumni, atau yang akrab disapa Beswan Djarum, yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia serta bermitra aktif dengan 132 Perguruan Tinggi.

Keberadaan komunitas Ikatan Alumni (IKA) Beswan Djarum yang aktif

mengadakan kegiatan Synergy Gathering di 20 kota secara serentak menjadi bukti nyata bahwa program ini tidak hanya berhenti pada pemberian beasiswa, tetapi juga merawat hubungan sosial pasca-program. Fenomena ini merupakan bukti nyata dari keberhasilan Djarum dalam menciptakan sebuah "jaringan pengaruh" yang sengaja ditanam, dibangun, dan dirawat dalam jangka panjang guna menghasilkan modal sosial yang berdampak luas bagi masyarakat sekaligus perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hutomo & Saleh (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan program CSR PT Djarum memiliki hubungan yang signifikan dan kuat dengan tingkat keberdayaan (empowerment) penerima. Dengan kata lain, program ini berhasil mentransformasi penerima manfaat menjadi agen-agen yang terhubung dalam jaringan sosial produktif, yang secara tidak langsung menguntungkan perusahaan melalui loyalitas dan advokasi sukarela.

Mengacu pada teori sosiolog, Pierre Bourdieu, mengenai perubahan modal, PT Djarum dinilai sukses mengubah modal ekonomi berupa kucuran dana filantropi beasiswa menjadi modal sosial yang bernilai sangat strategis. Ketika para alumni ini menyelesaikan masa studinya dan mulai memasuki dunia kerja, banyak di antara mereka yang berhasil menduduki berbagai posisi penting dan struktural di berbagai bidang kehidupan. Melalui proses ini, perusahaan secara tidak langsung telah menanam agen-agen perubahan di masyarakat. Para alumni ini secara alami memiliki kedekatan emosional dan ikatan psikologis yang sangat kuat dengan merek Djarum karena petualangan dan pembekalan karakter yang mereka dapatkan selama menjadi penerima beasiswa.

Kiprah nyata para alumni di ranah publik ini merupakan manifestasi dari modal sosial struktural, yaitu pola hubungan antar-aktor yang mampu membuka akses terhadap berbagai sumber daya. Saat ini, jaringan alumni Beswan Djarum telah berhasil melakukan penetrasi ke berbagai sektor krusial di Indonesia. Di sektor digital dan ekonomi baru, kehadiran tokoh seperti Achmad Zaky selaku pendiri Bukalapak dari Beswan Djarum angkatan 2006 menjadi contoh nyata kesuksesan di level puncak industri teknologi nasional. Keberhasilan alumni di ceruk ekonomi modern ini secara otomatis ikut memperkuat citra Djarum sebagai perusahaan yang mendukung inovasi, kemajuan, dan adaptasi teknologi mutakhir.

Tidak hanya di dunia bisnis dan komersial, jaringan modal sosial ini juga merambah kuat ke sektor publik, riset, dan akademik. Hal ini dibuktikan oleh kiprah alumni seperti Dr. Gati Gayatri yang berkarier sebagai peneliti senior di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Kehadiran alumni di sektor ini menunjukkan bahwa modal sosial yang dibangun Djarum mampu menembus lingkaran akademis murni serta lingkungan pembuat kebijakan pemerintah. Di sisi lain, pengaruh ini juga diperkuat di sektor media dan komunikasi publik melalui tokoh jurnalisme senior seperti Putra Nababan, mantan Pemimpin Redaksi Metro TV yang juga pernah menjabat sebagai Anggota DPR RI. Keberadaan aktor strategis di industri media ini sangat penting dalam menciptakan hubungan komunikasi yang harmonis dan berimbang antara korporasi dengan media massa.

Secara keseluruhan, keberhasilan penetrasi para tokoh alumni ini merefleksikan apa yang disebut oleh Robert Putnam sebagai bridging social capital atau

modal sosial yang menjembatani. Melalui karakteristik modal sosial ini, jaringan alumni nasional yang kuat dan berkelanjutan tersebut mampu menghubungkan entitas korporasi dengan berbagai kelompok masyarakat, akademisi, hingga instansi pemerintah yang awalnya mungkin berjarak. Pada akhirnya, jaringan ini menciptakan hubungan timbal balik yang harmonis, saling mendukung, dan menjaga reputasi positif perusahaan dalam jangka panjang.

## **2. Program Beasiswa Meningkatkan Reputasi Perusahaan Melalui Legitimasi Sosial dan Citra Positif di Kalangan Publik**

Program Djarum Beasiswa Plus (DBP) memberikan keuntungan non-finansial yang paling mendasar bagi PT Djarum, yaitu legitimasi sosial. Sebagai perusahaan rokok yang beroperasi di industri kontroversial, Djarum menghadapi tantangan berat dalam hal penerimaan publik. Melalui program beasiswa yang tidak hanya memberikan dana tetapi juga pelatihan kepemimpinan dan pengembangan karakter, perusahaan secara strategis membangun narasi bahwa mereka hadir sebagai mitra dalam memajukan pendidikan bangsa. Para penerima beasiswa (Beswan Djarum) menjadi agen penting karena pengalaman positif mereka secara langsung membentuk persepsi bahwa perusahaan peduli pada generasi muda, sehingga secara bertahap mengikis stigma negatif yang melekat pada industri rokok. Dengan kata lain, program ini berhasil menciptakan ruang di mana Djarum tidak lagi dipandang semata-mata sebagai produsen rokok, tetapi juga sebagai aktor sosial yang berkontribusi nyata bagi

pembangunan sumber daya manusia Indonesia.

Pembentukan citra positif diperkuat melalui dua saluran utama yang saling menguatkan: strategi komunikasi digital dan pengalaman langsung penerima manfaat. Di ranah digital, akun media sosial seperti Instagram @djarumbeasiswa plus secara konsisten membangun asosiasi antara merek perusahaan dengan nilai-nilai positif seperti prestasi, kebersamaan, dan pengembangan diri. Berbagai unggahan tentang kegiatan pelatihan, kisah sukses alumni, dan momen kebersamaan Beswan Djarum secara efektif menjangkau khalayak luas, terutama Generasi Z. Sementara itu, di ranah pengalaman langsung, kehadiran alumni dalam kegiatan kampus seperti sharing session menjadi bukti nyata bahwa program ini memberikan dampak nyata bagi pengembangan karier dan kepemimpinan. Hal ini menciptakan efek social learning di mana mahasiswa lain termotivasi dan mulai memandang Djarum Foundation sebagai lembaga yang kredibel, sehingga semakin memperkuat reputasi positif perusahaan, terutama di kalangan akademisi.

Meskipun program beasiswa terbukti ampuh membangun reputasi, PT Djarum tetap beroperasi dalam pusaran kontradiksi yang tidak pernah sepenuhnya terselesaikan. Di satu sisi, masyarakat yang merasakan manfaat program cenderung memberikan persepsi positif dan legitimasi moral. Namun di sisi lain, para penggiat kesehatan masyarakat dan LSM secara konsisten mengkritik praktik CSR perusahaan rokok, termasuk beasiswa, sebagai bentuk whitewashing yang mengalihkan perhatian dari bahaya produk inti. Kontradiksi ini menciptakan tantangan permanen bagi Djarum untuk terus menjaga keseimbangan antara menjadi "perusahaan

yang peduli pendidikan" dan "produsen produk adiktif berbahaya". Oleh karena itu, program beasiswa tidak dapat berdiri sendiri; ia harus menjadi bagian dari ekosistem CSR yang lebih luas (seperti program lingkungan dan pemberdayaan ekonomi) agar legitimasi yang diperoleh tidak mudah terusik. Pada akhirnya, keuntungan non-finansial ini bersifat dinamis dan memerlukan pemeliharaan terus-menerus melalui transparansi, inovasi program, serta respons cepat terhadap setiap kritik yang muncul.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Program Djarum Beasiswa Plus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan non-finansial perusahaan, khususnya dalam dua dimensi utama: modal sosial dan reputasi perusahaan. Dari perspektif modal sosial, program ini berhasil menciptakan jaringan alumni nasional yang luas (lebih dari 13.920 Beswan dari 132 perguruan tinggi), memperkuat ikatan kekeluargaan melalui kegiatan rutin seperti Synergy Gathering di 20 kota, serta menanamkan norma timbal balik di mana penerima manfaat memiliki tanggung jawab untuk memberi kembali kepada masyarakat, sehingga tercipta hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan para Beswan. Dari perspektif reputasi, program ini secara efektif membangun legitimasi sosial dan citra positif perusahaan di kalangan publik, terutama Generasi Z dan akademisi, melalui strategi komunikasi digital yang masif serta pengalaman langsung penerima manfaat yang positif. Meskipun PT Djarum beroperasi di industri kontroversial yang

rentan terhadap kritik, program beasiswa ini terbukti menjadi instrumen strategis yang mampu mengikis stigma negatif, memperkuat penerimaan masyarakat, dan pada akhirnya memberikan keuntungan non-finansial yang berkelanjutan bagi kelangsungan bisnis perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Gunawan, V. J., & Koan, D. F. (2025). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Rokok di Indonesia. *IJAA: Indonesian Journal of Accounting and Auditing*, 2(2). <https://doi.org/10.71188/ijaa.v2i2.134>[reference:7]
2. Hutomo, C. A., & Saleh, A. (2022). Hubungan Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility PT. Djarum dengan Keberdayaan Penerima Program (Kasus Program Djarum Beasiswa Plus). (Skripsi). IPB University, Bogor.
3. Shafira Mourina Y., & Vandy Yoga Swara. (2022). Memahami Praktik Strategic CSR di Industri Kontroversial: Kasus pada Sampoerna Retail Community. *E-Journal Universitas Gadjah Mada*. [https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian\\_downloadfiles/1010061](https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian_downloadfiles/1010061)[reference:9]
4. Suparno, S., Zamroni, E., Kartiko, A., & Kasheem, M. (2024). The Evolution and Implications of CSR in Indonesian Tobacco Companies: A Bibliometric Analysis Based on Business Law Theory. *Volkgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, 293-319.

5. J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
6. J. Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
7. Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. Dalam J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (hlm. 241-258). Greenwood.
8. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
9. Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
10. Amelia, S. R. (2025). Analisis pengaruh konten Instagram @djarumbeasiswaplus terhadap citra PT. Djarum sebagai penyelenggara program Djarum Beasiswa Plus (Skripsi S1). Universitas Mataram. <https://eprints.unram.ac.id/49254/>
11. Melissa. (2020). The perception of generation Z towards corporate social responsibility plus scholarship program of PT. Djarum Indonesia. In *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)* (pp. 391–395). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.059>
12. Renyna, C. C. (2024). Analisis praktik CSR pelaku industri tembakau dengan konsep piramida Carroll (Studi interpretatif pada penerima program Djarum Beasiswa Plus) (Skripsi S1). Universitas Atma Jaya Yogyakarta. <http://e-journal.uajy.ac.id/32138/>
13. Tamara, M., & Sunarto, H. (2018). Corporate social responsibility Djarum Beasiswa Plus sebagai praktik public relations dalam membentuk citra PT. Djarum (Studi CSR Djarum Beasiswa Plus Beswan 31 Periode 2015/2016). *Prologia*, 1(2), 503–508. <https://doi.org/10.24912/pr.v1i2.1973>

