

ABSTRACT

This research aims to study whether the CSR programs conducted by cigarette companies in Indonesia does positively influence their brand image or not. This research finds out that there is a positive impact from CSR programs conducted by cigarette companies with their brand image, meaning that CSR programs conducted by cigarette companies in Indonesia successfully improve these companies' brand image. This research also finds out that there are no differences between the point of view of smokers and non-smokers, towards the brand image of cigarette companies. Moreover, this research also discusses about the potential of Indonesian cigarette companies in Indonesia committing greenwashing, where the purpose is to distract public from the damages which these companies created.

Keywords: CSR programmes, cigarette, Indonesian cigarette companies, brand image, smoker and non-smokers

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari apakah program CSR yang dilakukan oleh perusahaan rokok di Indonesia berpengaruh positif terhadap citra merek mereka atau tidak. Penelitian ini menemukan adanya dampak positif dari program CSR yang dilakukan oleh perusahaan rokok dengan citra mereknya, artinya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan rokok di Indonesia berhasil meningkatkan citra merek perusahaan tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa tidak ada perbedaan pandangan antara perokok dan non-perokok terhadap citra merek perusahaan rokok. Selain itu, penelitian ini juga membahas tentang potensi perusahaan rokok Indonesia di Indonesia melakukan greenwashing, dimana tujuannya adalah untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari kerugian yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

Keywords: CSR programmes, cigarette, Indonesian cigarette companies, brand image, smoker and non-smokers