

## ABSTRAKSI

Industri kosmetika adalah salah satu industri di Indonesia yang saat ini berkembang saat pesat. Berkembangnya industri ini juga berarti mendorong perusahaan untuk menunjukkan keunggulannya dibandingkan kompetitor. Disisi lain, industri kosmetika selama bertahun-tahun juga menjadi sorotan atas kontribusinya terhadap kerusakan lingkungan maupun dalam mendorong *toxic beauty standard* di Indonesia. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan dalam mengatasi kedua permasalahan tersebut adalah dengan melaksanakan program CSR. Salah satu perusahaan kosmetika lokal yang terkenal atas program-program CSR nya ini adalah Avoskin. Avoskin yang berada di bawah PT. AVO Innovation & Technology adalah salah satu brand *skincare* Indonesia yang menggunakan *image green beauty*. Pada penelitian ini, peneliti akan memaparkan program CSR yang ditujukan untuk membangun *Corporate Image* (CI) dan CI seperti apa yang ingin dibangun perusahaan melalui implementasi CSR tersebut. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode studi kasus melalui wawancara mendalam bersama dengan *staff* internal Avoskin dan observasi secara daring. Pada penelitian ini ditemukan bahwa CSR di Avoskin yang dibangun oleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh CI yang ingin dibangun dengan memperhatikan lima dimensi dari CSR sendiri yaitu dimensi lingkungan, sosial, ekonomi, *stakeholder*, dan *voluntariness*.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Corporate Image Building*, *Corporate Image* (CI), *CSR Dimensions*

## **ABSTRACT**

*The Beauty Industry is an emerging industry in Indonesia. The development of the industry pushes corporations to find the best strategy to stand out compared to its own competitors. On the other hand, for so many years the beauty industry has been prominently known for its contribution in advancing environmental damage as well as encouraging toxic beauty standards in society. As a result, corporations have come up with a solution that is CSR. One local brand in Indonesia that is prominent from its use of CSR is Avoskin. Avoskin, under its parent company PT. AVO Innovation & Technology, is one of the first skincare brands in Indonesia that use a green beauty image. This research will describe Avoskin CSR programs and scrutinize corporate and CI influence in the making of the said CSR. This research is conducted with a qualitative approach using case study methods through in-depth interviews with Avoskin internal staff as well as online observation. In this research, it's founded that corporate highly influence the use of CSR based on the image that they want to build. It is also found that the building of CSR is also considered under five dimensions that are environment or sustainability, social, economy, stakeholder, and voluntariness.*

*Keyword: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image Building, Corporate Image (CI), CSR Dimensions*