

Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam upaya membentuk *Corporate image* di PT. Adidaya Tangguh

ABSTRAK

Untuk mempertahankan citra perusahaan yang baik, diperlukan strategi dan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan serta tujuan utama perusahaan, di sisi lain pentingnya strategi komunikasi yang baik antara perusahaan, stakeholder, dan masyarakat juga sangat di butuhkan dalam proses pelaksanaan program untuk membentuk corporate image. Salah satunya dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan strategi komunikasi. Strategi komunikasi dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan yang bertujuan mencapai sasaran tertentu dalam proses komunikasi. Sehingga program CSR/PPM yang direncanakan oleh perusahaan dapat berjalan dengan baik. Maka dari itu penelitian ini dibuat dengan judul “Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam membentuk Corporate image di PT. Adidaya Tangguh” yang bertujuan untuk mencari tahu bagau mana strategi komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam membentuk Corporate image di pada suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik wawancara mendalam dengan Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. analisis penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi CSR Strategi komunikasi yang baik dalam program CSR adalah esensial untuk membentuk corporate image yang positif.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, *Corporate social responsibility* (CSR), *Corporate Image*.

Abstract

To maintain a good corporate image, it is necessary to have strategies and approaches that align with the company's needs and primary goals. On the other hand, effective communication strategies between the company, stakeholders, and the public are also essential in the implementation process of programs to shape the corporate image. One way to achieve this is by implementing Corporate Social Responsibility (CSR) using communication strategies. The communication strategy in a company's Corporate Social Responsibility (CSR) essentially involves planning and management aimed at achieving specific targets in the communication process. Thus, the CSR/PPM programs planned by the company can run smoothly. Therefore, this research is titled "Corporate Social Responsibility (CSR) Communication Strategy in Shaping Corporate Image at PT. Adidaya Tangguh," which aims to explore how the CSR communication strategy shapes the corporate image in a company. This research uses qualitative methods and in-depth interview techniques with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The analysis of this research employs the theory of CSR communication strategies. A good communication strategy in CSR programs is essential for shaping a positive corporate image.

Keywords: Communication strategy, Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image.