

ABSTRAK

Strategi komunikasi diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan agar tercapai tujuan komunikasi yang efektif. PT Chandra Asri Petrochemical Tbk menggunakan strategi komunikasi dalam pelaksanaan program CSR. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi program CSR Pemberdayaan Masyarakat PT Chandra Asri Petrochemical Tbk dalam pembentukan citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan hasil bahwa PT Chandra Asri Petrochemical Tbk menerapkan tahapan strategi komunikasi yang terdiri dari *assessment*, validasi, koordinasi, dan diskusi untuk menentukan solusi yang tepat. Teknik komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik penerima manfaat. Strategi komunikasi yang digunakan pada program CSR Pemberdayaan Masyarakat PT Chandra Asri Petrochemical Tbk menjadi strategi yang efektif dan tepat dalam mencapai tujuan komunikasi. Program CSR Pemberdayaan Masyarakat ini telah memberikan manfaat pada masyarakat di sekitar perusahaan dan penghargaan dari masyarakat dalam membangun citra positif perusahaan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Corporate Social Responsibility*, dan Citra Perusahaan

ABSTRACT

The communication strategy is needed in implementation of the company's Corporate Social Responsibility (CSR) activities in order to achieve effective communication goals. PT Chandra Asri Petrochemical Tbk uses the communication strategy in implementing CSR programs. This study examines the communication strategy of PT Chandra Asri Petrochemical Tbk's Community Empowerment CSR program to shape the corporate image.

This research uses a descriptive case study method with a qualitative approach and a constructivist paradigm. Research data was collected through interviews, observation, and documentation. This study found that PT Chandra Asri Petrochemical Tbk implemented the stages of a communication strategy consisting of assessment, validation, coordination and discussion to determine the right solution. The communication techniques used are adjusted to the characteristics of the beneficiaries. The communication strategy used in PT Chandra Asri Petrochemical Tbk's Community Empowerment CSR program is an effective and appropriate strategy in achieving communication goals. This Community Empowerment CSR Program has provided benefits to the community around the company and awards from the community in building a positive image of the company.

Keywords: *Communication Strategy, Corporate Social Responsibility, and Corporate Image*