

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah upaya praktisi *public relations* sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat. Dalam implementasinya, CSR dipersepsi sedemikian rupa oleh masyarakat sehingga memunculkan berbagai dampak bagi perusahaan. Penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat penerima manfaat terhadap implementasi program CSR PGN di Desa Karangrejo, Kecamatan Borobudur yang merupakan kawasan wisata strategis nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Responden yang dijadikan sampel adalah masyarakat yang menerima manfaat dari program CSR PGN di Desa Karangrejo, Kecamatan Borobudur. Sampel diambil secara *purposive sampling*. Adapun implementasi program CSR yang dilihat dalam penelitian ini dilihat berdasarkan Laporan Keberlanjutan yang diterbitkan PGN pada tahun 2023, yaitu meliputi perluasan penggunaan gas bumi, pemrioritasan penggunaan produk dan jasa lokal, peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan program CSR di daerah tujuan wisata dan meningkatkan efektivitas program tersebut.

Kata kunci: CSR, desa wisata, persepsi, survei

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) refers to the efforts of public relations practitioners as a form of social accountability to the community. In its implementation, CSR is perceived by the public in various ways, leading to different impacts on the company. This research focuses on identifying the perceptions of community beneficiaries regarding the implementation of PGN's CSR program in Karangrejo Village, Borobudur District, which is a nationally strategic tourist area. The study employs a quantitative approach, utilizing a questionnaire as a data collection tool. The respondents sampled for this study are community members who benefit from PGN's CSR program in Karangrejo Village, Borobudur District, selected through purposive sampling. The implementation of the CSR program is assessed based on the Sustainability Report published by PGN in 2023, which includes the expansion of natural gas usage, prioritization of local products and services, and the enhancement of the quality of life for surrounding communities. This research aims to provide useful information to stakeholders involved in implementing CSR programs in tourist destinations and to improve the effectiveness of such programs.

Keywords: CSR, tourist village, perception, survey