

ABSTRAK

Praktik komunikasi dalam kegiatan operasional perusahaan memainkan peran krusial dalam keberlanjutan organisasi, terutama dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Penelitian ini menyoroti bagaimana PT PLN Nusantara Power UP Tenayan mengelola komunikasi dalam program CSR pemberdayaan. Penelitian ini akan menganalisis praktik-praktik komunikasi yang dilakukan oleh Divisi SDM Umum dan CSR UP Tenayan dengan menggunakan elemen komunikasi Schramm serta melihat kecenderungan karakteristik dari praktik komunikasi dalam CSR UP Tenayan sebagai perusahaan BUMN yang berdasarkan *contingency theory of accommodation*. Sehingga kombinasi keduanya dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana BUMN mengkomunikasikan program CSR mereka secara efektif dan strategis. Penelitian bersifat kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode studi kasus Robert E. Stake. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan meskipun elemen-elemen komunikasi strategis telah diimplementasikan, minimnya penginformasian CSR dan publikasi menyebabkan asumsi negatif dari masyarakat. Penelitian menemukan bahwa praktik komunikasi CSR di UP Tenayan cenderung terpusat dan top-down, dengan fokus pada reputasi perusahaan dan kolaborasi dengan pemerintah. Pesan CSR disampaikan kepada tiga audiens utama: karyawan, binaan CSR, dan publik. Namun, publikasi CSR terbatas sehingga dampaknya pada masyarakat luas belum optimal. Komunikasi CSR pemberdayaan UP Tenayan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, eksternal, dan situasional yang menuntut pendekatan komunikasi yang lebih spesifik dan adaptif. Meskipun dominan satu arah, UP Tenayan masih memberikan ruang untuk umpan balik melalui monitoring binaan, menunjukkan bahwa perusahaan memandang CSR sebagai investasi sosial jangka panjang yang memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Kata kunci: Penginformasian CSR, praktik komunikasi, teori kontingensi akomodasi

ABSTRACT

Communication practices in company operations play a crucial role in organizational sustainability, especially in corporate social responsibility (CSR) activities. This research highlights how PT PLN Nusantara Power UP Tenayan manages communication in the CSR empowerment program. This research will analyze the communication practices carried out by the General HR Division and CSR UP Tenayan using Schramm's communication elements and see the characteristic trends of communication practices in CSR UP Tenayan as a state-owned company based on the contingency theory of accommodation. So that the combination of the two can enrich the understanding of how SOEs communicate their CSR programs effectively and strategically. The research is qualitative with a constructivism paradigm and uses the Robert E. Stake case study method. Data collection techniques include observation, interviews and documentation. The results showed that although the elements of strategic communication had been implemented, the lack of CSR information and publications led to negative assumptions from the public. The research found that CSR communication practices in UP Tenayan tend to be centralized and top-down, focusing on corporate reputation and collaboration with the government. CSR messages are delivered to three main audiences: employees, CSR partners, and the public. However, CSR publicity is limited so the impact on the wider community has not been optimized. UP Tenayan's empowerment CSR communication is influenced by various internal, external, and situational factors that demand a more specific and adaptive communication approach. Although predominantly one-way, UP Tenayan still provides room for feedback through monitoring of the mentees, indicating that the company views CSR as a long-term social investment that strengthens relationships with the community.

Keywords: *CSR reporting, Communication practice, Contingency theory of accommodation*