

INTISARI

Strategi komunikasi adalah salah satu elemen terpenting yang perlu dirumuskan oleh perusahaan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Strategi komunikasi diperlukan tidak hanya dalam rangka menyampaikan adanya inisiasi program CSR yang akan dijalankan oleh perusahaan, tetapi penting digunakan dalam menyampaikan suatu pesan terencana kepada masyarakat sasaran CSR. Dalam konteks ini, strategi komunikasi perlu dirumuskan untuk mencapai efektivitas penyampaian pesan dan mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan perusahaan.

ExxonMobil Cepu Limited (EMCL) melalui program CSR “Terus Untung dengan Biogas” ingin menyampaikan pesan tentang pemanfaatan sumber energi alternatif dari limbah ternak kepada masyarakat peternak di Kecamatan Gayam, Kabupaten Bojonegoro sebagai sasarannya. Namun dengan rendahnya kepercayaan dan minat masyarakat mengganti kebiasaan mereka dengan hal yang baru seperti biogas, EMCL perlu merumuskan strategi untuk mengkomunikasikan program CSR Terus Untung dengan Biogas.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat bagaimana strategi komunikasi yang dirumuskan oleh ExxonMobil Cepu Limited untuk mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Peneliti menggunakan pemikiran Scott M. Cutlip, Morsing dan Schultz sebagai landasan teori dan rujukan dalam melakukan analisis data. Adapun metode penelitian yang diterapkan peneliti untuk menyelidiki deskripsi strategi komunikasi program CSR Terus Untung dengan Biogas adalah studi kasus deskriptif.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, strategi komunikasi, biogas.

ABSTRACT

Communication strategy is one of the most important elements that need to be formulated by the company in implementing the Corporate Social Responsibility (CSR) programs. A communication strategy is not only to communicate the initiative of CSR programs that will be implemented by the company, but it is also important to be used in delivering a planned message to CSR target. In this context, a communication strategy is required to be formulated to achieve the effectiveness of delivering a message and to achieve the communication objectives that has been set by the company.

ExxonMobil Cepu Limited (EMCL) through CSR program “Terus Untung dengan Biogas” wants to deliver a message about use of alternative energy sources from livestock waste to breeder community of Gayam District, Bojonegoro Regency as its target. But with low trust and low-interest in public to change their habits with new things like biogas energy, EMCL needs to formulate a strategy to communicate their CSR program.

In this research, the researchers examines how communication strategy is planned by ExxonMobil Cepu Limited to achieve their communication objectives. Researcher uses Scott M. Cutlip, Arifin, Morsing and Schultz thoughts as the theoretical basis and reference in conducting data analysis. The research methods that applied by researchers to investigate “Terus Untung dengan Biogas” program communication strategy is a descriptive case study.

Key word: *Corporate Social Responsibility, communication strategy, biogas*