

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan oleh PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) RU IV Cilacap dalam pemberdayaan masyarakat, dengan fokus pada program Kampung KB GADIS. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT KPI RU IV Cilacap melibatkan beberapa tahapan: pemetaan sosial, perencanaan strategis, pelaksanaan program sesuai rencana kerja, monitoring bulanan, dan evaluasi. Komunikasi yang efektif antara perusahaan dan masyarakat berperan penting dalam keberhasilan program CSR, meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan penerimaan masyarakat terhadap program yang dijalankan. Program Kampung KB GADIS mencakup berbagai kegiatan seperti pengenalan bank sampah, hidroponik, pelatihan ketrampilan, dan dukungan terhadap usaha mikro kecil. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perencanaan dan komunikasi yang matang dalam pelaksanaan program CSR untuk mencapai keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: CSR, strategi komunikasi, pemberdayaan masyarakat, PT KPI RU IV Cilacap, Kampung KB GADIS.

ABSTRACT

This research aims to analyze the Corporate Social Responsibility (CSR) communication strategy implemented by PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) RU IV Cilacap in community empowerment, with a focus on the GADIS KB Village program. The research method used is a case study with a qualitative approach. Data was collected through interviews, observation and documentation. The research results show that PT KPI RU IV Cilacap's CSR communication strategy involves several stages: social mapping, planning strategy, program implementation according to the work plan, monthly monitoring and evaluation. Effective communication between companies and the community plays an important role in the success of CSR programs, increasing understanding, participation and community acceptance of the programs being implemented. The GADIS KB Village Program includes various activities such as the introduction of waste banks, hydroponics, skills training, and support for micro and small businesses. The implication of this research is the importance of careful planning and communication in implementing CSR programs to achieve the desires and welfare of the community.

Keywords: CSR, communication strategy, community empowerment, PT KPI RU IV Cilacap, Kampung KB GADIS.