

ABSTRAK

Kondisi persaingan industri khususnya dalam persemenan di Indonesia semakin tinggi. PT Semen Tonasa salah satu perusahaan persemenan yang ada di Indonesia, banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang mulai meniti karir dalam dunia persemenan membuat PT Semen Tonasa berusaha mempertahankan dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR (Corporate Soicial Responsibility). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumntasi. Kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis Interaktif Miles dan Huberman dalam mengetahui peran PR dalam implementasi CSR PT Semen Tonasa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PR berperan penting dalam pelaksanaan CSR PT Semen Tonasa, tidak hanya pada implementasi CSR bahkan dengan komunikasi CSR sangat penting untuk mewujudkan visi dan misi PT Semen Tonasa. Serta kegiatan CSR PT Semen Tonasa dilaksanakan berulang-ulang atau dari tahun ketahun tetap dilaksanakan demi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan

Kata Kunci: peran public relations, corporate social responsibility (CSR)

ABSTRACT

Competitive conditions, especially in the cement industry in Indonesia is getting higher. PT Semen Tonasa one cement company in Indonesia, the number of new companies who began his career in the world of cement making PT Semen Tonasa try retain and maintain good relations with the community around the company by doing CSR (Corporate Responsibility Soicial). This study used qualitative methods using techniques of observation, interviews, and Documentation. Then analyzed using Interactive analysis Miles and Huberman in knowing the role of PR in the implementation of CSR PT Semen Tonasa.

Results of this research showed that PR plays an important role in the implementation of CSR PT Semen Tonasa, not only on the implementation of CSR even with CSR communication is essential to realize the vision and mission of PT Semen Tonasa. As well as the CSR activities of PT Semen Tonasa executed repeatedly or from year to year remain to be implemented for the welfare of the community around the company

Keywords: the role of public relations, corporate social responsibility (CSR)