

*Strategi Komunikasi dalam Program CSR PT PLN (PERSERO) Transmisi Jawa
Bagian Barat
(Studi kasus pada Kegiatan Pembangunan MCK dan Penanaman 1000 Pohon
Jeruk Limo)*

Oleh:
Hafidh Nendra Prasetyo
NIM. 1502144169

ABSTRAK

Perusahaan tidak sepenuhnya hanya memikirkan sebuah keuntungan saja, tetapi perusahaan harus memikirkan cara untuk mensejahterakan masyarakat dengan sebuah kegiatan perusahaan yang biasa disebut CSR (Corporate Social Responsibility). PT PLN (Persero) Transmisi Jawa Bagian Barat adalah salah satu perusahaan yang melakukan program CSR. Dalam rangka tercapainya pelaksanaan Program CSR PT PLN (Persero) Transmisi Jawa Bagian Barat melakukan 3 tahap, yaitu tahap Sosialisasi, Pelaksanaan, dan Pasca Pelaksanaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan pada tahap sosialisasi, pelaksanaan dan pasca pelaksanaan yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) Transmisi Jawa Bagian Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi (Effendy, 2006). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan pada saat sosialisasi dan pelaksanaan sesuai dengan teori yang digunakan yaitu memahami komponen dengan cara mengenal khalayak terlebih dahulu, kemudian dapat merumuskan strategi komunikasi yang tepat berupa penentuan pesan, media dan metode yang lebih relevan. Akan tetapi berbeda dengan pasca pelaksanaan yang tidak sesuai dengan teori yang digunakan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Sosialisasi, Strategi Komunikasi Pelaksanaan, Strategi Komunikasi Pasca Pelaksanaan, CSR