

ABSTRAK

Penelitian ini dilandasi oleh kebutuhan akan pendekatan komunikasi CSR yang lebih spesifik dalam program kesehatan, terutama dalam penanganan isu nasional seperti *stunting*. PT Indo Raya Tenaga (PT IRT) dipilih sebagai objek penelitian karena menjalankan program CSR kesehatan yang berfokus pada penurunan angka *stunting* di Kota Cilegon. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bentuk strategi komunikasi CSR serta implementasinya dalam program tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT IRT menggunakan pendekatan berbasis komunitas yang melibatkan sinergi antara perusahaan, pemerintah, tenaga kesehatan, dan masyarakat. Isi pesan menekankan pada edukasi gizi dan pola hidup sehat dengan bahasa yang disesuaikan agar mudah dipahami. Penyampaian dilakukan secara tatap muka oleh kader posyandu dan tenaga medis. Selain itu, terdapat sistem pertukaran informasi dua arah melalui forum evaluasi rutin dan mekanisme saran. Temuan ini menegaskan pentingnya penyesuaian konten, pemilihan media yang tepat, pendekatan partisipatif, dan evaluasi berkelanjutan dalam strategi komunikasi CSR di bidang kesehatan.

Kata Kunci: Komunikasi CSR, Kota Cilegon, Program Kesehatan, PT Indo Raya Tenaga (IRT), *Stunting*,