

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh strategi komunikasi CSR, pemanfaatan media, dan *stakeholder engagement* terhadap keberlanjutan program CSR *Regrass & Sustainability Village* PT Bio Farma. Latar belakang menunjukkan pergeseran fokus CSR ke keberlanjutan strategis, namun implementasi masih terkendala visi dan keterlibatan. Metode kuantitatif eksplanatif dengan desain *cross-sectional* digunakan, melibatkan 90 responden melalui *total sampling* dan kuesioner skala Likert 1-4. Data dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, strategi komunikasi CSR dan pemanfaatan media memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keberlanjutan program. Namun, secara parsial *stakeholder engagement* tidak berpengaruh signifikan. Meskipun demikian, secara simultan, ketiga variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan program, dengan kontribusi 66,0%. Karakteristik responden (usia, kelompok binaan, pendidikan) juga memengaruhi persepsi dan keterlibatan. Kesimpulannya, keberlanjutan program CSR sangat bergantung pada sinergi strategi komunikasi yang tepat, pemanfaatan media efektif, dan pelibatan pemangku kepentingan yang adaptif terhadap karakteristik masyarakat binaan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi CSR, Media, *Stakeholder Engagement*, Keberlanjutan Program CSR