

## ABSTRAKSI

Program CSR Pertamina Sehati merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial dan kepedulian PT Pertamina (Persero) dalam membantu pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui perbaikan dan peningkatan mutu kesehatan ibu dan anak. Kesehatan ibu dan anak menjadi salah satu fokus yang diselenggarakan oleh fungsi CSR PT Pertamina (Persero) mengingat masih tingginya angka kematian ibu dan anak di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara. Dengan menggunakan tahapan-tahapan dalam proses *public relations* yang bersifat siklis, penelitian ini berusaha menganalisis secara lebih mendalam program CSR Pertamina Sehati yang dilaksanakan di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung melalui tahapan-tahapan pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi yang dijelaskan melalui pesan dari program Pertamina Sehati dan *contact point* yang digunakan dalam menyampaikan pesan tersebut, serta yang terakhir adalah aspek evaluasi yang dilihat dari respon masyarakat Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung sebagai salah satu penerima manfaat dari program Pertamina Sehati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dimana pengambilan data dilakukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara semi terstruktur kepada enam orang Informan yang berkaitan dengan penelitian, dimana 1 orang merupakan informan utama, dan 6 orang lainnya merupakan informan tambahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR Pertamina Sehati yang bertujuan untuk membantu pemerintah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui upaya-upaya peningkatan kesehatan ibu dan anak dengan fokus kegiatan revitalisasi posyandu, peningkatan budaya hidup sehat ibu dan anak, penguatan kapasitas masyarakat lokal, serta peningkatan akses pada pelayanan kesehatan dinilai bermanfaat, membantu, dan menguntungkan oleh masyarakat desa Sukamukti dan Sukamaju, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung selaku subyek dari program CSR Pertamina Sehati.

**Kata kunci :** *Corporate Social Responsibility, Public Relations, Pesan Komunikasi, Contact Point, Respon.*