

ABSTRAK

Riset ini memaparkan perihal bagaimana strategi *public relations* dalam pelaksanaan CSR BRI Peduli yang dilakukan oleh Humas BRI Kantor Cabang Cimahi di tengah pandemik Covid-19 terjadi. Riset ini menggunakan konsep analisis pada strategi *public relations* dari teori yang dikemukakan oleh Sadikin. Pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif menjadi pilihan peneliti, selain itu paradigma interpretasi digunakan pada riset ini. Sedangkan pada teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi serta wawancara. Hasil dari riset ini dapat disimpulkan yakni strategi *public relations* pada pelaksanaan CSR BRI Peduli oleh BRI Kantor Cabang Cimahi telah berjalan dengan baik. Hal tersebut mengacu dari kondisi pelaksanaan yang telah sesuai berdasarkan konsep *strategi public relations* yang dipaparkan oleh Sadikin. Pertama pada pelaksanaan CSR BRI Peduli, BRI Kantor Cabang Cimahi mendapatkan persetujuan dari BRI Kantor Pusat serta dukungan dari para pekerja dan masyarakat. Kondisi kedua yakni pola hubungan telah terjalin dengan jelas antara BRI Kantor Cabang Cimahi dengan masyarakat, BRI Kantor Pusat dan pekerja. Kondisi ketiga ialah pengelolaan program CSR BRI Peduli selama Covid-19, mulai dari tujuan program, pembagian tugas hingga teknis program telah berjalan dengan tepat.

Kata Kunci: BRI , *Corporate Social Responsibility* ,Strategi *public relations*