

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran Humas (Hubungan Masyarakat) di PT. Pos Indonesia (Persero) dalam pengimplementasian Program Corporate Social Responsibility (CSR). Fokus penelitian terletak pada strategi dan taktik Humas dalam menyampaikan program CSR kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat umum. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan wawancara, analisis dokumen, dan observasi untuk memahami kontribusi Humas dalam memperkuat citra perusahaan melalui inisiatif CSR. Narasumber berisikan informan kunci, informan ahli dan informan pendukung dalam penguatan dasar dalam penelitian ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik Humas dalam konteks CSR dan dampaknya terhadap citra positif PT. Pos Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang praktik terbaik Humas dalam konteks CSR, sekaligus memberikan informasi dampak humas dalam program CSR terhadap citra perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Humas, Peran Humas