

## Abstrak

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Cyber CSR (Analisis Isi Official Website [www.pertamina.com](http://www.pertamina.com), Facebook, Twitter @PTPERTAMINA, Instagram @ptpertainaind)”. Di era persaingan global, perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan profit, namun mengantisipasi harapan pemangku kepentingan dengan melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk membangun reputasi.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi *cyber* CSR pada *official website* dan media sosial *facebook*, *twitter*, dan *Instagram* PT Pertamina yang digunakan oleh perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan yang menaruh harapan terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi CSR yang dilakukan dan kemudian di komunikasikan melalui media online perusahaan yaitu website dan media sosial.

Analisis Penelitian data menggunakan metode analisis isi untuk menggambarkan suatu pesan atau suatu teks dan gambar tertentu. Temuan dari penelitian ini menyajikan strategi komunikasi CSR yang disajikan melalui berita CSR pada situs yang diteliti menggunakan bentuk strategi komunikasi csr yaitu *public relation*, *strategi defensive* dan *keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan tersebut* (Famiola dan Rudito, 2007). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, peneliti mendapatkan data bahwa kegiatan strategi komunikasi *cyber* CSR yang dilakukan oleh PT Pertamina melalui *official website* nya [www.ptpertamina.com](http://www.ptpertamina.com) menerapkan 2 metode strategi komunikasi CSR yaitu yang dominan strategi *public relations* dan *Keinginan Tulus Untuk Melakukan Kegiatan yang Baik yang Benar-benar Berasal dari Visi Perusahaan Tersebut*, PT Pertamina tidak melakukan pemberitaan untuk upaya *Strategi Defensif*. Untuk media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* PT Pertamina, pemberitaan tidak terjadi secara berkesinambungan terhadap publikasi yang terdapat pada pemberitaan CSR pada website, terlihat hanya ada 1 berita yang berkesinambungan dengan media sosial *Facebook* PT Pertamina dan tidak dengan waktu dan tanggal yang bersamaan/ *manual posting*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Strategi Komunikasi CSR, Cyber CSR, Website, Facebook, Twitter, Instagram, PT Pertamina.*

## **Abstract**

*The study, titled "Cyber CSR communication strategy (analysis of the content of the Official Website [www.pertamina.com](http://www.pertamina.com), Facebook, @PTPERTAMINA, Twitter Instagram @ptpertaminaind)". In an era of global competition, companies not only aims to maximize profit, but anticipate the expectations of stakeholders by implementing Corporate Social Responsibility (CSR) to build a reputation.*

*This research aims to look at how the communication strategy on CSR cyber official website and social media facebook, twitter, and Instagram PT Pertamina used by companies to build good relationships with the stakeholders expectations toward CSR activities performed by the company. This research discusses CSR communication strategy in doing and then communicate through online media company website and social media.*

*The analysis of Research data using content analysis methods to describe a message or a specific text and images. The findings of this research presents CSR communication strategy that served through the CSR news at sites examined use csr communication strategy that is defensive strategy of public relation, and sincere desire to do good activities that actually comes from the vision of the company (Famiola and Rudito, 2007). Research results show that, researchers obtain data that CSR activities of cyber communication strategy undertaken by PT Pertamina through his official website [www.ptpertamina.com](http://www.ptpertamina.com) to apply CSR communication strategy 2 methods that is the dominant strategy of public relations and sincere desire to do good Activities that actually comes from the vision of the company, PT Pertamina did not do the preaching for Defensive Strategy efforts. For social media Facebook, Twitter, and Instagram PT Pertamina, the proclamation did not occur continuously against the publication of the news coverage of CSR visible on the website, there is only 1 continuous news with social media Facebook PT Pertamina and not with the time and date that concurrent/manual posting.*

**Key Words: Corporate Social Responsibility, CSR Communications Strategy, CSR Cyber, Website, Facebook, Twitter, Instagram, PT Pertamina.**