

ABSTRAK

Pentingnya komunikasi CSR yang dikelola secara ekstensif demi menciptakan reputasi dan mempertahankan keberlanjutan perusahaan jangka panjang. Oleh karena itu, komunikasi CSR perlu dikelola dengan optimal dan komprehensif secara berkelanjutan agar dapat membantu perusahaan meningkatkan reputasinya dimata *stakeholder* serta terhindar dari krisis. Perkembangan teknologi informasi siber memudahkan *stakeholder* memperoleh akses komunikasi CSR, salah satunya dengan memanfaatkan *official website* sebagai informasi CSR yang akurat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi *cyber* CSR yang dilakukan Perusahaan AQUA Grup melalui *official website*. Penelitian ini menelaah analisis isi pesan CSR, penyajian informasi CSR, dan pola komunikasi CSR yang dibentuk perusahaan AQUA Grup melalui *official website*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis isi dengan paradigma post-positivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi dokumentasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan *cyber* CSR telah dikomunikasikan tidak mengacu pada prinsip transparansi pada pemenuhan isi pesan kelompok internal isu ketenagakerjaan. Bentuk penyajian informasi *cyber* CSR menunjukkan AQUA Grup memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi terhadap fasilitas pemenuhan informasi, tetapi tingkat aksesibilitas yang dinilai tergolong rendah. Pola komunikasi *cyber* CSR bahwa AQUA Grup menggunakan pola komunikasi dua arah yang simetris (*model two way symmetrical*) dengan saling membangun hubungan terhadap *stakeholder*.

Kata kunci: Komunikasi CSR, *Cyber* CSR, *Official Website*, Analisis Isi.