

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Astra mengkomunikasikan pesan CSR mereka melewati *website* resmi mereka. Penelitian menganalisis mulai dari isi pesan CSR, bentuk penyajian pesan CSR, dan menganalisis pola komunikasi *cyber* CSR pada *website* resmi Astra. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan analisis isi dengan studi dokumentasi pada *website* resmi Astra. Peneliti menganalisis secara keseluruhan isi *website* resmi Astra terkait CSR dan mengumpulkan segala dokumentasi terkait CSR yang ada pada *website*. Temuan dari penelitian ini isi pesan CSR pada *website* Astra sudah cukup optimal namun isi pesan pada laporan keberlanjutan 2020 belum sepenuhnya sesuai dengan standar GRI 2016 (102). Astra sudah cukup optimal dalam penyajian informasi CSR mereka dengan belum optimal pada satu kategori dan cukup optimal dalam penyajian isu CSR terkait komunikasi CSR. Temuan ketiga adalah pola komunikasi *cyber* CSR Astra melewati *website* resmi mereka merupakan pola komunikasi *cyber* CSR “*Two Way Symmetrical*”. Kesimpulan penelitian ini adalah Astra sudah cukup optimal dalam mengkomunikasikan secara *cyber* terkait CSR melewati *website* resmi perusahaan mereka, namun terdapat beberapa hal yang harus lebih diperhatikan seperti pemerhatian terhadap isi pesan pengungkapan internal pada berita CSR, pengoptimalan standar GRI sebagai pedoman laporan keberlanjutan, serta bentuk penyajian pesan CSR yang harus maksimal.

Kata kunci: Komunikasi *cyber Corporate Sosial Responsibility*, *website*, *cyber CSR*.