

## ABSTRAK

Komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh satu atau beberapa orang untuk melakukan kegiatannya sehari-hari. Komunikasi memiliki peran penting dalam keseharian manusia dikarenakan komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan informasi dari manusia kepada manusia lain maka, dari itu komunikasi sangat melekat dengan kehidupan manusia dan tidak bisa dipisahkan karena manusia itu sendiri merupakan makhluk sosial. Peran komunikasi sendiri sangat penting dalam interaksi yang terjadi dalam perusahaan baik itu di internal maupun ke eksternal. Penghubung interaksi yang terjadi antara pihak luar dan dengan pihak internal adalah seorang humas atau public relation, namun setiap perusahaan memiliki kebijakan yang berbeda seperti yang terjadi pada PT. Len dimana hal itu dilakukan oleh Community Development Officer (CDO). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh komunikasi dan pemilihan media komunikasi CSR dengan menggunakan metode kuantitatif bersifat survei. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan jenis *quota sampling* dengan mengambil data sebanyak 90 responden dari berbagai program CSR PT. Len Industri (Persero) yang kemudian data diolah dengan menggunakan software IBM SPSS versi 24. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis deskriptif dan reresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji T) terdapat pengaruh Komunikasi CSR ( $X_1$ ) dan Media Komunikasi CSR ( $X_2$ ) terhadap *Stakeholder Engagement* (Y)  $X_1$  terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 11.648 > 1.987$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7.999 > 1.987$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima. Dari hasil ini dapat diperoleh bahwa Komunikasi CSR dan Media Komunikasi CSR dapat mempengaruhi *Stakeholder Engagement* PT. Len Industri (Persero).

Kata Kunci: Komunikasi CSR, Media Komunikasi CSR, *Stakeholder Engagement*, *Corporate Social Responsibility*.