

ABSTRAK

Program tanggung jawab sosial (CSR) (RKB) PT Telkom Samarinda menjadi media efektif bagi pembinaan (UMKM) di Samarinda. Dalam mewujudkan tujuan perusahaan pada CSR tersebut diperlukan Fasilitator dalam melakukan pengawasan pada berjalannya program tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model strategi komunikasi fasilitator *corporate social responsibility* (CSR) Rumah Kreatif BUMN PT Telkom Samarinda. Penelitian menggunakan teori model strategi konvergen atau teori konvergen dari Roger (1978) dengan enam sub-analisis yakni informasi, konvergensi, terdapat saling pengertian, kesepakatan bersama, tindakan bersama, dan jaringan hubungan sosial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Batasan pada penelitian ini adalah model strategi komunikasi fasilitator CSR Rumah Kreatif BUMN PT Telkom Samarinda yang dimulai sejak 2017. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitator CSR Rumah Kreatif BUMN (RKB) PT Telkom Samarinda menerapkan strategi komunikasinya yakni: (1) Informasi menjelaskan bagaimana fasilitator menjadi media penyaluran informasi pada aktivitas CSR; (2) Konvergensi menjelaskan bagaimana fasilitator melakukan pendekatan secara terkoordinir kepada UMKM target peserta program CSR; (3) Saling pengertian menjelaskan bagaimana fasilitator menjadi jembatan dimana terciptanya *mutual understanding* pada komunikasi fasilitator dengan UMKM; (4) Kesepakatan bersama menjelaskan bagaimana fasilitator menjalankan hasil dari adanya *mutual understanding* menjadi sebuah perkembangan program sejalan dengan kebutuhan seluruh pihak; (5) Tindakan bersama menjelaskan bagaimana fasilitator menggunakan strategi komunikasi konvergen dan berhasil mencapai kepada tahapan tindakan bersama dari adanya hasil keberlanjutan tahapan komponen strategi komunikasi sebelumnya; dan (6) Jaringan hubungan sosial menjelaskan bagaimana fasilitator berhasil dalam menyelenggarakan program CSR dan berdampak juga pada adanya UMKM yang memberikan *feedback* positif bagi PT Telkom Samarinda.

Kata Kunci: *Model Komunikasi, CSR, Fasilitator, Rumah Kreatif BUMN, PT Telkom Samarinda*