

## ABSTRAK

PLN Indonesia Power berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi CSR yang diterapkan oleh PLN Indonesia Power dalam implementasi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaannya. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan *stakeholder* utama, juga analisis dokumen perusahaan. Strategi komunikasi CSR yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah kunci yang diusulkan oleh Morsing dan Schultz, yaitu Penyampaian informasi kepada *stakeholder*, respon terhadap *stakeholder*, dan keterlibatan *stakeholder*. Penelitian ini juga mengeksplorasi alasan di balik penggunaan *social mapping* dan beberapa indikator penilaian keberhasilan pada program CSR perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR PLN Indonesia Power didorong oleh strategi komunikasi yang terstruktur dan responsif terhadap kebutuhan komunitas dan masyarakat setempat. Hal ini juga diperkuat oleh *social mapping* yang cermat dan penilaian kebutuhan yang akurat, memastikan bahwa setiap inisiatif CSR memberikan dampak positif yang signifikan.

**Kata Kunci:** PLN Indonesia Power, Strategi Komunikasi, CSR, *Social Mapping*