

ABSTRAK

Upaya *sustainable development* yang dilakukan oleh perusahaan diadopsi melalui aktivitas bisnis seperti program *corporate social responsibility*. Aktivitas komunikasi menjadi hal yang krusial untuk menunjukkan inovasi keberlanjutan perusahaan kepada *stakeholder* dan publik luas. Penelitian ini mengkaji implementasi strategi komunikasi *sustainable development* pada program CSR. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus dengan teknik pengambilan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis strategi komunikasi pada PT. Pos Indonesia dengan pemilihan sampel yang ditujukan kepada divisi *public relations* dan divisi TJSL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi komunikasi *sustainable development* mendukung terhadap keberlanjutan perusahaan melalui desain pesan yang menunjukkan kepedulian dan keberlanjutan serta transparansi komunikasi itu sendiri. Pemahaman perusahaan terhadap *sustainable development* serta kontribusi program CSR terhadap terciptanya keberlanjutan perusahaan juga masih kurang dan tidak sesuai secara teori dan pernyataan ahli, sehingga diperlukan upaya lanjutan untuk menyelaraskan pemahaman di tiap perusahaan agar tercipta strategi komunikasi yang tepat dan upaya keberlanjutan perusahaan yang mudah tercapai.

Kata Kunci: *CSR, Strategi Komunikasi, sustainable development*