

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi komunikasi CSR dan kolaborasi *multi-stakeholder* terhadap *Corporate Sustainability* PT Telkom Indonesia dalam konteks implementasi program PUMK. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 400 responden dari berbagai wilayah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Sustainability*. Pada strategi komunikasi CSR, indikator *Stakeholder Involvement Strategy* memperoleh skor tertinggi sebesar 82,63%, sedangkan *Stakeholder Response Strategy* menjadi yang terendah dengan skor 69,49%. Sementara itu, pada variabel kolaborasi *multi-stakeholder*, indikator *Engagement* memperoleh nilai tertinggi sebesar 74,45%. Temuan ini merekomendasikan agar Telkom memperkuat sistem umpan balik terhadap pemangku kepentingan dan meningkatkan kualitas tahap *Preparation* (66,73%) dalam kolaborasi. Selain itu, integrasi aspek ekonomi dalam program PUMK perlu ditingkatkan karena skor indikator *Profit* lebih rendah sebesar 70,90% *Planet* yang mendapat skor 75,64%. Penelitian ini membuka peluang kajian lanjutan mengenai peran media digital serta variabel tambahan seperti persepsi reputasi, kepercayaan *stakeholder*, atau loyalitas publik. Metode kualitatif juga direkomendasikan untuk memperdalam pemahaman atas dinamika hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan.

Kata Kunci: CSR, Kolaborasi *Multi-Stakeholder*, *Corporate Sustainability*.