

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji implementasi strategi komunikasi *stakeholder* oleh Great Giant Foods (GGF) dalam mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya komunikasi yang strategis dan efektif sebagai faktor kunci dalam keberhasilan penerapan keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*). Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana GGF membangun komunikasi strategis dengan para pemangku kepentingan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berorientasi jangka panjang. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus dan paradigma konstruktivisme, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap manajemen perusahaan dan ahli bidang komunikasi, serta studi dokumentasi terhadap laporan keberlanjutan dan dokumen internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi komunikasi yang holistik dan terintegrasi melalui pelibatan aktif *stakeholder*, seperti masyarakat, karyawan, petani lokal, pemerintah, media, dan mitra bisnis pada setiap tahap program CSR, dari perencanaan hingga evaluasi. Komunikasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan *five step approach stakeholder* secara kolaboratif guna mendukung pengimplementasian konsep keberlanjutan bisnis perusahaan. Strategi tersebut dilakukan tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial dan citra perusahaan. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi *stakeholder* yang terstruktur dan partisipatif berperan penting dalam membangun hubungan harmonis dan menciptakan nilai bersama (*shared value*) bagi perusahaan dan masyarakat dalam konteks keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Five Step Approach, Great Giant Foods (GGF), Keberlanjutan Bisnis, Komunikasi Stakeholder.*