

ABSTRAK

Strategi komunikasi merupakan aspek mendasar dalam keberhasilan implementasi program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), terutama bagi perusahaan di sektor kehutanan yang menghadapi tantangan sosial dan lingkungan yang kompleks. PT Sumber Hijau Permai (SHP), pengelola Hutan Tanaman Industri (HTI) di Sumatera Selatan, melaksanakan program CSR dengan melibatkan masyarakat desa binaan secara aktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi CSR PT SHP dalam membangun peradaban sosial dan lingkungan di wilayah operasionalnya. Penelitian ini menerapkan teori strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom (2006), yang meliputi perumusan pesan, pemilihan media, penyesuaian audiens, dan penentuan waktu, serta dilengkapi dengan kerangka komunikasi massa McQuail. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT SHP disusun secara partisipatif dan kontekstual dengan mempertimbangkan nilai-nilai budaya lokal. Pesan dirancang sederhana dan relevan, media komunikasi mengutamakan pertemuan langsung dan saluran komunitas, penyesuaian audiens memperhatikan struktur sosial desa, dan waktu komunikasi mengikuti ritme kegiatan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi CSR PT SHP tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga berfungsi untuk memperkuat hubungan sosial, membangun kepercayaan, dan menjaga legitimasi perusahaan.

Kata kunci: strategi komunikasi, CSR, Cutlip Center Broom, McQuail