

## ABSTRAK

Redupnya daerah-daerah sekitar kawasan wisata Candi Borobudur diantaranya disebabkan oleh kurangnya perhatian akan pemerataan pembangunan desa-desa pada Kecamatan Borobudur. Balkondes atau Balai Ekonomi Desa yang merupakan program Kementerian BUMN memiliki tujuan besar untuk menghidupkan potensi positif desa – desa sekitar Borobudur yang akan dirasakan masyarakat sekitar Candi Borobudur. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi, dampak serta hambatan dalam CSR PT Angkasa Pura I (Persero) dalam program Balkondes Bigaran menggunakan pendekatan *community development*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memahami dan mengeksplorasi fenomena utama dalam suasana ilmiah (*naturalistic setting*) dengan menggunakan teori perencanaan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PT Angkasa Pura I (Persero) pada program CSR Balkondes Bigaran menggunakan konsep *bottom-up planning* yang menjalankan model *two – way symmetrical model of communication*. Pada *bottom-up planning*, perusahaan berusaha untuk mengetahui secara langsung akan berbagai aspek yang masyarakat Desa Bigaran ingin tingkatkan dan kembangkan kedepannya. Perancangan program Balkondes Bigaran yang didasarkan pada kebutuhan dan potensi masyarakat pada aspek ekonomi, sosial dan budaya yakni: 1) Pembangunan *joglo* dan *homestay* Balkodnes Bigaran 2) Pelatihan produksi hingga pengolahan kakao 3) Bantuan alat produksi kakao 4) Pemasaran produk 5) *Branding* keunggulan kompetitif pada 6 dusun di Desa Bigaran. Hambatan dan evaluasi yang didapati pada program tersebut yaitu untuk senantiasa menjaga semangat dan kepercayaan masyarakat Desa Bigaran dalam bekerja dan berwirausaha di Balkondes Bigaran, terutama untuk membangun Desa Bigaran itu sendiri.

*Keywords:* Candi Borobudur, Balkondes, *bottom – up planning*, *two – way symmetrical*