

Abstrak

Public Relations dan CSR dalam sebuah perusahaan merupakan dua bagian yang sangat penting bagi aktivitas perusahaan, karena keduanya berhubungan dengan publik eksternal perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *Public Relations* mendukung pelaksanaan kegiatan CSR serta mengetahui program-program CSR apa saja yang dilakukan oleh PT Bukit Asam sehingga mengetahui hambatan-hambatan serta tanggapan masyarakat terhadap program CSR yang dilakukan. Melalui penelitian ini pula, diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu khususnya bagi pengembangan ilmu komunikasi dan dapat pula dijadikan acuan dalam pembuatan program CSR. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik pengambilan data dengan observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi, penulis berusaha menganalisis fenomena yang terjadi di lapangan dengan menggunakan teori yang ditujukan sebagai acuan untuk mengungkap fenomena, sehingga diketahui bahwa *Public Relations* berperan dari sebelum dibentuknya program hingga tahap akhir pelaksanaan program. Hal ini dikarenakan program CSR adalah program yang ditujukan untuk masyarakat dan *Public Relations* berperan sebagai jembatan antara pihak eksternal dan pihak internal perusahaan. Hubungan antara *Public Relations* dan CSR sangat penting dalam sebuah perusahaan, karena CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan dengan demikian dapat berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan. Public Relations berperan dari sebelum adanya program sampai pada tahap evaluasi program. Public Relations mendengar apa yang menjadi keluhan dan apa yang masyarakat butuhkan sehingga CSR akan membuat program yang sesuai. Hal ini ditujukan agar program CSR yang efektif dan tepat sasaran. Keberhasilan telah didapat respon-respon positif dari masyarakat terhadap program yang telah dilakukan dan juga beberapa penghargaan yang didapat oleh PT Bukit Asam.

Kata Kunci: *Public Relations*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan *Stakeholders*.

Abstract

Public Relations and CSR within a company are two very important part for the company's activities, because both are related to the company's external public. This study was conducted to determine how the Public Relations support the implementation of CSR and CSR programs know what is being done by PT Bukit Asam to identify any obstacles and the public response to the CSR program. Through this research is also expected to contribute to science, especially to bearers of science communication and can also be used as a reference in making CSR program. By using descriptive qualitative research method and using the techniques of data collection through observation, interviews, library research and documentation, the author seeks to analyze the phenomena that occur in the field using theory intended as a reference to unravel the phenomenon, so it is known that the Public Relations role than before the establishment of the program until the final stage of program implementation. This is because the CSR program is a program that is intended for the public and Public Relations act as a bridge between the external and internal parties. Relationship between Public Relations and CSR is very important in a company, because CSR is a corporate social responsibility can thus affect the company's activities. Public Relations play a role from before the program until the evaluation stage of the program. Public Relations hear what the complaint and what the community needs so that CSR will make appropriate program . This is intended to allow effective CSR programs and targeted. The success has been gained positive responses from the public on the program that has been done and also several awards obtained by PT Bukit Asam .

Keywords: Public Relations, Corporate Social Responsibility (CSR), and Stakeholders.