

ABSTRAK

Public Relations sangat dibutuhkan dalam menjalankan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Customer Social Responsibility* (CSR) dan mempertahankan citra perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, *Public relations* harus menyadari bahwa tugas dan tanggung jawab *Public relations* adalah bagaimana menumbuhkan kepercayaan, *goodwill*, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan atau informasi, serta publikasi yang positif kepada publik (khalayak). PT Perkebunan Nusantara VI (Persero) merupakan BUMN yang bergerak di bidang usaha perkebunan kelapa sawit dan teh di Provinsi Jambi dan Sumatera Barat. Banyak kegiatan – kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh PTPN VI untuk masyarakat sekitar, baik di bidang kesehatan, pendidikan, program kemitraan, dan program bina lingkungan. PTPN VI juga turut aktif dalam kegiatan pemberdayaan sosial dan kemasyarakatan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *Public Relations* dalam menjalankan program CSR PT Perkebunan Nusantara VI (Persero). Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah pimpinan perusahaan dan masyarakat selaku penerima program CSR PTPN VI Nusantara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis dan intepretasi data maka dapat digambarkan bahwa *Public Relations* PT Perkebunan Nusantara VI (Persero) telah berperan cukup baik dalam menjalankan program CSR. Hal ini diantaranya tercermin dari keberhasilan program CSR dalam meningkatkan citra perusahaan. Peran *Public Relations* dalam menjalankan program CSR PT Perkebunan Nusantara VI (Persero) diantaranya adalah perencanaan hingga pelaksanaan program CSR. Penetapan program-program PR di PTPN VI senantiasa mempertimbangkan berbagai isu internal perusahaan yang berpotensi menimbulkan konflik dengan publik. Sejauh ini program-program CSR yang diselenggarakan PTPN VI cukup berhasil. Hal ini terlihat dari banyaknya permintaan masyarakat agar program CSR tersebut lebih merata. Mereka berharap agar pihak PTPN VI makin inovatif dalam menyusun program CSR. Program tersebut diharapkan juga dapat dirasakan oleh masyarakat luas serta dapat membantu peningkatan perekonomian masyarakat lokal.

Kata kunci: peran, *Public Relations*, program CSR.

ABSTRACT

Public Relations is needed in carrying out Corporate Social Responsibility or Customer Social Responsibility (CSR) and maintaining the company's image. In performing its duties, Public relations should be aware that the duties and responsibilities of public relations is how to foster trust, goodwill and honesty in conveying the message or information, as well as positive publicity to the public (audience). PT PTPN VI (Persero) is a state-owned companies engaged in the business of oil palm and tea plantations in Jambi and West Sumatra. Many activities - CSR activities that have been performed by PTPN VI to the surrounding community, both in the areas of health, education, partnership programs, and environmental development program. PTPN VI also active in social and community empowerment which is the social responsibility of the company. The purpose of this study was to determine the role of Public Relations in running CSR programs PT PTPN VI (Persero). This research method using descriptive qualitative research method. Informants in this study is the head of the company and the community as the recipient of the CSR program PTPN VI archipelago. Data collection techniques in this study with interviews. Data analysis techniques used in this research is qualitative descriptive analysis method. Based on the analysis and interpretation of data, it can be described that the Public Relations of PT PTPN VI (Persero) has played pretty well in the running CSR programs. This is reflected in the success of the program include CSR in improving the company's image. Role of Public Relations in running the CSR program PT PTPN VI (Persero) which are planning to implementation of CSR programs. Determination of public relations programs in PTPN VI continuously consider various internal issues that could potentially lead to conflict with the public. So far CSR programs organized by PTPN VI quite successful. It is evident from the many community requests that the CSR programs more evenly. They hope that PTPN VI increasingly innovative in developing CSR programs. The program is also expected to be felt by the wider community and can help improve the economy of local communities.

Keywords: role, Public Relations, CSR program.