

PT Pertamina RU IV Cilacap dalam mencapai profit setinggi-tingginya seharusnya mengimbangi aktivitasnya dengan melaksanakan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bentuk pengabdian terhadap masyarakat. Disinilah kemudian kemampuan peran praktisi PR Pertamina RU IV Cilacap membangun hubungan dan melibatkan *stakeholders* dalam setiap proses penyusunan kebijakan CSR, menjadi menarik untuk di analisa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran PR PT Pertamina RU IV Cilacap dalam mengadopsi model *Stakeholder Engagement*. Penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan menggunakan teori *stakeholder*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR PT Pertamina dalam mengadopsi model *Stakeholder Engagement* pada pembentukan program CSR memiliki peran yang menonjol dalam segi manajerial, yaitu *expert prescriber*, *communication fasilitator*, dan *problem solving*. Selain itu, hasil penelitian yang didapat dari penelitian ini adalah peneliti mengklasifikasikan *stakeholder* berdasarkan setiap kuadran dalam model *stakeholder engagement*. Kuadran I; *Minimal Effort* memiliki *stakeholder* masyarakat kabupaten dan masyarakat diluar Ring III kemudian Kuadran II; *Show Consideration* memiliki *stakeholder* organisasi sosial masyarakat, media massa, dan masyarakat kecamatan. Sedangkan kuadran III; *Keep Satisfied* dihuni oleh *stakeholder* kapolsek dan yang terakhir Kuadran IV; *Work Together* memiliki *stakeholder* masyarakat penerima bantuan CSR, pemerintah, LSM, BLH, Ramil/DANDIM dan internal Pertamina.

Kata kunci: *Stakeholder Engagement*, *Public Relations*, CSR