

**STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PILAR PENDIDIKAN PT FIFGROUP
(STUDI PADA PROGRAM-PROGRAM CSR FIFGROUP PEDULI PENDIDIKAN”)**

KHOLIFAH HS

ABSTRAK

Kewajiban implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah aksi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai organisasi yang berada di tengah-tengah masyarakat dalam rangka untuk melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan masyarakat dan membantu menyelesaikan permasalahan sosial. Permasalahan sosial dan lingkungan, terutama di sektor pendidikan, merupakan hal yang dihadapi oleh masyarakat di Indonesia. FIFGROUP hadir sebagai salah satu perusahaan yang memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu “*Peduli Pendidikan*”. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Public Relations*. Konsep pada penelitian ini mencakup pendidikan, strategi komunikasi dan *Corporate Social Responsibility*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data primer penelitian ini didapatkan melalui *in-depth interview* dan dokumentasi pada konten publikasi yang dilakukan oleh FIFGROUP, kemudian data sekunder di peroleh melalui referensi dari jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh divisi CSR PT FIFGROUP telah menggunakan strategi komunikasi yang baik dan tepat, mulai dari tahapan, implementasi, evaluasi dan publikasi. Menggunakan pendekatan program dengan berbagai indikator seperti SDGS, SNP, serta model evaluasi program yang beragam atau bervariasi, menasar hampir ke seluruh lapisan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali, melakukan adanya publikasi melalui *website* perusahaan, *social media* (*instagram, facebook, dll*), dan melakukan publikasi melalui media dan meluncurkan *CID Book/ Sustainability report* di tiap tahunnya.

Kata kunci: Pendidikan, Strategi Komunikasi, *Corporate Social Responsibility*

**COMMUNICATION STRATEGY FOR THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM ON PT FIFGROUP'S EDUCATION PILLAR
(STUDY ON FIFGROUP'S CSR PROGRAMS CARE FOR EDUCATION")**

KHOLIFAH HS

ABSTRACT

The obligation to implement Corporate Social Responsibility (CSR) is an action carried out by companies as organizations in the midst of society in order to fulfill community needs and help resolve social problems. Social and environmental problems, especially in the education sector, are things faced by society in Indonesia. FIFGROUP is present as one of the companies that has a Corporate Social Responsibility (CSR) program, namely "Care for Education". The theory used in this research is Public Relations Theory. The concepts in this research include education, communication strategies, and Corporate Social Responsibility. The research method used in this research is descriptive qualitative. The primary data for this research was obtained through in-depth interviews and documentation on the content of publications conducted by FIFGROUP, then secondary data was obtained through references from relevant journals, articles and previous research. The results of this research show that the communication strategy carried out by PT FIFGROUP's CSR division has used good and appropriate communication strategies, starting from stages, implementation, evaluation and publication. Using a program approach with various indicators such as SDGS, SNP, as well as various or varied program evaluation models, targeting almost all levels of Indonesian society without exception, carrying out publications through the company website, social media (instagram, facebook, etc.), and carrying out publications through the media and launching the CID Book/Sustainability report every year.

Keywords: *Education, Communication Strategy, Corporate Social Responsibility*