

## ABSTRAK

**Adi Ahardi**, Manajemen *Public Relations* tentang Kegiatan CSR pada Warga Sekitar terdampak *Covid-19* di PT. Pindad (Persero)

Lembaga, perusahaan atau instansi mempunyai tanggung jawab sosial kepada seluruh pemangku kepentingan, baik itu karyawan, konsumen, pemegang saham hingga komunitas dan permasalahan lingkungan atas aktivitas yang dilakukan perusahaan. PT. Pindad (Persero) sebagai sebuah instansi memiliki komitmen dan tanggung jawab yang diwujudkan dalam pelaksanaan kegiatan CSR pada warga sekitar terdampak *Covid-19*. Fenomena wabah *Covid-19* mempengaruhi semua aktivitas kehidupan yang menyebabkan kepanikan di masyarakat atas kejadian tersebut PT. Pindad (Persero) berupaya hadir bersama masyarakat dalam menghadapi wabah melalui program CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses Manajemen *Public Relations* dalam kegiatan program CSR, yang meliputi: *Pertama*, tahap *defining of problem* CSR; *Kedua*, tahap *planning and program* CSR tentang Sasaran dan strategi; *Ketiga*, tahap *action and communicating* Program CSR; *Keempat*, tahap *evaluation* sebagai tolak ukur keberhasilan program CSR.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsep Manajemen PR Cutlip, Center & Broom. Konsep ini dipilih karena tahapan-tahapan untuk melakukan kegiatan program CSR. Paradigma yang digunakan peneliti ialah paradigma konstruktivistik dengan pendekatan interpretif dan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan program CSR yang dilakukan PT. Pindad (Persero) ialah sebagai berikut: *Pertama*, tahap *defining of problem* yaitu melakukan analisa intruksi Pemerintah Pusat dan analisa keadaan lingkungan; *Kedua*, tahap *planning* tentang tujuan & strategi dilakukan melalui pembentukan Tim CSR, penentuan target sasaran, penentuan financial dan penentuan barang yang akan diberikan; *Ketiga*, tahap *action & communicating* program CSR yaitu pada tahap aksi dilakukan dengan penyerahan simbolis kepada aparat setempat dan penyerahan *door to door* kepada penerima bantuan, sedangkan pada tahap komunikasi yaitu dilakukan dengan komunikasi kelompok kecil dan komunikasi interpersonal; *Keempat*, tahap *evaluation* program sebagai tolak ukur pencapaian program dilakukan dengan melihat kesesuaian program dengan tujuan program dan dampaknya terhadap program yang dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa PT. Pindad (Persero) telah melakukan kegiatan program CSR sebagai bentuk komitmen dan tanggungjawab perusahaan kepada warga sekitar yang terkena dampak *Covid-19*.

**Kata Kunci:** Manajemen *Public Relations*, CSR, PT. Pindad (Persero)

## **ABSTRACT**

**Adi Ahardi**, *Public Relations Management about CSR Activities in the Residents affected by Covid-19 at PT. Pindad (Persero)*

*Institutions, companies or agencies have a social responsibility to all stakeholders, be they employees, consumers, understanding to the community and environmental issues of the company's activities. PT. Pindad (Persero) as an agency has commitments and responsibilities that are manifested in the implementation of CSR activities for residents around Covid-19 affected. The phenomenon of the Covid-19 outbreak affects all life activities which cause panic in the community over this incident. PT. Pindad (Persero) seeks to be present with the community in dealing with epidemics through its CSR program.*

*This study aims to find out how the process of Public Relations Management in CSR program activities, which includes: First, the stage of defining of CSR problems; Second, the CSR planning and program phase concerning goals and strategies; Third, the action and communicating phase of the CSR program; and fourth, the evaluation stage as a benchmark for the success of the CSR program.*

*The concept used in this study is the concept of PR Cutlip, Center & Broom Management. This concept was chosen because of the stages for carrying out CSR program activities. The paradigm used by researchers is the constructivist paradigm with interpretive approaches and qualitative descriptive methods. Data collection techniques through in-depth interviews and field observations.*

*The results showed that the implementation of CSR program activities carried out by PT. Pindad (Persero) is as follows: First, the defining of problem stage, namely analyzing the Central Government's instructions and analyzing environmental conditions; Second, the planning stage regarding goals & strategies is carried out through the formation of a CSR Team, determining target targets, determining financial and determining goods to be given; Third, the action & communicating stage of the CSR program, which is the action stage carried out by symbolic submission to local officials and door-to-door delivery to aid recipients, while in the communication stage, it is carried out with small group communication and interpersonal communication; Fourth, the program evaluation stage as a measure of program achievement is carried out by looking at the suitability of the program with program objectives and its impact on the program being implemented.*

*Based on the results of the study, it was concluded that PT. Pindad (Persero) conducts CSR program activities as a form of company's commitment and responsibility to the local residents affected by Covid-19.*

**Keywords:** *Public Relations Management, CSR, PT. Pindad (Persero)*