

## ABSTRAK

**Ismie Khanza Hastuti.** *Manajemen Komunikasi Program CSR PT. Bio Farma Jalan Pasteur No. 28, Kota Bandung, Jawa Barat*

Komunikasi merupakan kebutuhan mendasar dari setiap individu, bahkan setiap makhluk hidup. Komunikasi merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi, bentuk ekspresi diri, dan masih banyak lagi. Komunikasi yang baik dilakukan berdasarkan aturan atau manajemen yang baik. Manajemen Komunikasi merupakan salah satu cara agar tujuan pesan disampaikan dapat tercapai. PT. Bio Farma sadar akan pentingnya penerapan prinsip manajemen dalam kegiatan komunikasi sehingga PT Bio Farma menerapkan prinsip manajemen komunikasi dalam kegiatan CSR yang notabene membutuhkan komunikasi yang baik karena berhubungan dengan pihak internal dan eksternal dengan latar belakang yang berbeda – beda. Banyaknya penghargaan CSR yang didapatkan menjadi tolak ukur keberhasilan manajemen komunikasi PT Bio Farma. PT Bio Farma yang melakukan manajemen komunikasi dengan baik tentu memiliki tujuan akhir yaitu agar citra perusahaan terlihat positif di mata publik.

Tujuan penelitian ini yaitu : mengetahui bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan PT Bio Farma dalam kegiatan CSR. Secara lebih rinci, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui rangkaian manajemen komunikasi yang dilakukan mulai dari perumusan, pelaksanaan hingga evaluasi program CSR.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu studi kasus kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi partisipasi pasif. Penelitian ini didasarkan pada konsep manajemen komunikasi yang disesuaikan dengan objek penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam manajemen komunikasi program CSR PT Bio Farma melakukan tiga tahap yaitu : komunikasi perencanaan, komunikasi pengorganisasian, komunikasi pelaksanaan dan komunikasi evaluasi. Komunikasi perencanaan mencakup tahap awal komunikasi. Komunikasi pengorganisasian mencakup komunikasi pelibatan partner internal dan eksternal. Komunikasi pelaksanaan mencakup, langkah awal komunikasi, realisasi komunikasi, komunikasi yang dilakukan agar program berhasil serta publikasi program. Komunikasi evaluasi dilakukan dengan cara IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) dan Monev (Monitoring dan Evaluasi).

**Kata Kunci :** Manajemen Komunikasi, CSR, PT Bio Farma

## ABSTRACT

**Ismie Khanza Hastuti.** *Communication Management CSR Program Bio Farma Corporation Pasteur Street No. 28, Bandung City*

*Communication is a basic need of every individual, even every living creature. Communication is one way to provide information, forms of self-expression, and much more. Good communication is done by rules or good management. Communication Management is one way for the purpose of the message can be achieved. PT. Bio Farma aware of its benefits in applying management concepts in communication activities so that PT Bio Farma apply the principles of communication management in CSR activities that in fact require good communication because it deals with internal and external parties with different backgrounds. The number of CSR awards obtained to be a benchmark of communication management success PT Bio Farma.*

*The purpose of this study are: to know how communication management conducted PT Bio Farma in CSR activities. In more detail, this research is conducted to know the series of communication management that is done from formulation, implementation until evaluation of CSR program.*

*The method used in this study is a qualitative case study, with in-depth interview data collection techniques and passive participation observation. This research is based on the communication management concept adapted to the object of research.*

*The results of this study show that in communication management CSR program PT Bio Farma perform three stages: communication formulation, communication implementation and communication evaluation. Communication formulation includes the early stages of communication and communication involving internal and external partners. Implementation communication includes, the first step of communication, communication realization, communication done for the program succeed as well as publication program. Evaluation communication is done by IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) and Monev (Monitoring dan Evaluasi).*

**Keyword :** *Communication Management, CSR, PT Bio Farma*