

## ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGORGANISASIAN INFORMASI PADA *MULTI-STAKEHOLDER*

Ghita Azmi Shafany<sup>1</sup>, Choiria Anggraini<sup>2</sup>  
Universitas Telkom Bandung<sup>1,2</sup>  
[ghitashafany@365.telkomuniversity.ac.id](mailto:ghitashafany@365.telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Podomoro Park Bandung menggunakan strategi komunikasi CSR dan pengorganisasian informasi untuk *multi-stakeholder*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana observasi lapangan dan teknik pengumpulan data wawancara mendalam digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Podomoro Park Bandung telah menerapkan model pengorganisasian informasi dan strategi komunikasi CSR mulai dari bawah ke atas. Strategi komunikasi CSR Podomoro Park Bandung menggunakan pengorganisasian informasi untuk mengetahui informasi terkait yang sesuai dengan kebutuhan *stakeholder*. Simpulan penelitian ini bahwa dengan menggunakan strategi pengorganisasian informasi ini, Podomoro Park Bandung berharap dapat mencapai tujuan yang lebih besar dalam program CSRnya.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Pengorganisasian Informasi, Strategi.

### ABSTRACT

*This study aims to find out how Podomoro Park Bandung uses CSR communication strategies and organizing information for multi-stakeholders. This study used a qualitative approach with a case study approach, in which field observations and in-depth interview data collection techniques were used. The results of the study show that Podomoro Park Bandung has implemented a model of organizing CSR information and communication strategies from the bottom up. The Podomoro Park Bandung CSR communication strategy uses information organization to find related information that fits the needs of stakeholders. The conclusion of this research is that by using this information organizing strategy, Podomoro Park Bandung hopes to achieve bigger goals in its CSR program.*

**Keywords:** *Information Organizing, Corporate Social Responsibility, Strategy.*

## PENDAHULUAN

Kegiatan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah salah satu wujud tanggung jawab pelaku bisnis untuk menerapkan kebijakan, membuat keputusan, dan bertindak dengan cara tertentu dan bersifat konsisten memiliki tujuan dan nilai sosial (Bowen dalam Iriantara, 2019). Penerapan kegiatan CSR pada perusahaan awalnya hanya sebagai upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan saat mendapat desakan dari masyarakat sekitar (Juwita, 2017). Hal tersebut diluruskan dengan anggapan yang dapat diterima dan sesuai dengan kegiatan perusahaan. Program dan peran CSR didukung dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 74 ayat 1 UU No. 40 Tahun 2007 disebutkan bahwa, “*Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan*”. Sedangkan dalam Pasal 2 PP No. 47 Tahun 2012 disebutkan bahwa, “*Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan*”.

Program CSR perusahaan mencakup kewajiban untuk menjaga kondisi lingkungan sekitar perusahaan yang mencakup kondisi lingkungan setempat, nilai, dan budaya masyarakat sekitar. Beberapa perusahaan melakukan kegiatan CSR dengan hanya mengikuti keinginan perusahaan tanpa mencari tahu yang dibutuhkan masyarakat sebagai pemangku kepentingan (Wulandari dkk, 2021).

Perusahaan seharusnya peduli terhadap masyarakat sekitar dan menyadari bahwa keberadaan perusahaan terkonsentrasi pada masyarakat sekitar (Sujanto 2019). Kegiatan CSR dianggap sebagai kewajiban perusahaan sebagai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan perlindungan terhadap lingkungan sekitar (Arsyad, 2019). CSR dilakukan agar bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan dengan mengurangi kejadian yang tidak diinginkan dan mengganggu kesejahteraan masyarakat sekitar (Kim, 2018). Bentuk CSR yang dilakukan perusahaan harus berjalan dengan informasi yang terbuka, tersusun dan tanggap terhadap untuk menanggapi masyarakat sebagai *stakeholder* mengenai bagaimana *stakeholder* menerima utilitas (Risky, 2022). Perusahaan yang Salah satu hal yang tidak diinginkan adalah adanya dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan. Dampak yang ditimbulkan perusahaan dapat membuat *stakeholder* merasa kurang nyaman dan kemungkinan terburuk dapat menyebabkan protes atau larangan beroperasi bagi perusahaan.

Terdapat dampak yang biasanya ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan atau organisasi, maka perusahaan harus memerhatikan dinamika sosial, politik, ekonomi dan lingkungan di sekitar lokasi aktivitas ataupun pembangunan yang pada perusahaan (Kriyantono, 2015). Beberapa dampak yang ditimbulkan dalam pembangunan sebuah kawasan industri, mewajibkan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar lingkungan perusahaan melalui kegiatan yang konkret

sehingga pada penerapan aktivitas program CSR, perusahaan lebih harus memperhatikan lingkungan dan kegiatan dapat dilakukan dengan kaidah yg benar untuk memperkuat situasi hubungan keterlibatan oleh masyarakat sekitar dengan kehadiran perusahaan (Budiarti, 2014). CSR dapat diartikan sebagai strategi perusahaan untuk minimalisasi dampak buruk yang ditimbulkan dan memaksimalkan dampak positif yang diterima oleh *stakeholder* (Suparman, 2013). Kegiatan komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu bagian penting dari agenda kehumasan yang memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi dan membangun reputasi yang baik di mata masyarakat (Suparman, 2013). Reputasi perusahaan merupakan kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai kolektif berdasarkan kualitas organisasi untuk dinilai oleh *stakeholder* (Arsyad, 2019). Selain menumbuhkan nilai hubungan dengan *stakeholder*, reputasi perusahaan yang baik juga dapat mempengaruhi investor, pasar modal, dan kemampuan organisasi untuk menarik karyawan berbakat (Van Tonder, 2013).

Adapun dua inti alternatif penting dari CSR yaitu teori pemangku kepentingan dan etika bisnis. Perusahaan harus dapat membuat langkah yang mampu membuat *stakeholder* merasa aman dan nyaman atas segala yang telah maupun akan dijalani perusahaan dengan fasilitas yang dimiliki perusahaan (Fauziah, 2021). Selain itu, peran *stakeholder* saat menjalankan kegiatan CSR sangat menentukan masa depan perusahaan dan perusahaan harus melibatkan *stakeholder* (Negoro, 2014.). Maka dari itu, legitimasi dari *stakeholder* memiliki peran penting dalam keberlangsungan perusahaan. Perusahaan penting untuk memilih strategi komunikasi

CSR yang lebih efektif untuk *stakeholder* mengenai agenda CSR yang diimplementasikan oleh perusahaan (Nielsen dan Thomsen, 2018). Kegiatan CSR melalui tindakan filantropi dengan memberikan uang kepada masyarakat sekitar yang terdampak tidak selalu dapat menjaga citra perusahaan (Nielsen, 2012). Perusahaan harus mampu merencanakan kegiatan CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar.

Selain itu, kegiatan CSR juga dapat membantu meredam isu atau input negatif yang bersumber dari *stakeholder*. Isu yang dimaksud dapat dikarenakan masalah sosial, politik, ekonomi, dan lingkungan. Isu yang bersumber dari masyarakat sebagai *stakeholder* perusahaan dapat berupa isu positif maupun isu negatif. Perusahaan harus bersikap proaktif dalam menghadapi isu positif maupun isu negatif yang terjadi di sekitar lokasi perusahaan dan menjadikan isu tersebut menjadi salah satu komponen dalam menggapai tujuan perusahaan (Chase dalam Kriyantono, 2015). Manajemen isu tidak hanya berdampak baik bagi perusahaan, namun berdampak baik pula bagi *stakeholder*. Hal tersebut dikarenakan manajemen isu dapat menciptakan komunikasi dua arah dan saling menjaga antara kepentingan perusahaan dan kepentingan publik (Kriyantono, 2015). Selain dapat memberikan dampak baik, perusahaan dapat terancam krisis apabila tidak dapat mememanajementi dan mengontrol isu dengan baik dan hal tersebut akan mengganggu kelancaran aktivitas perusahaan (Kriyantono, 2015).

Krisis merupakan keadaan buruk yang dialami perusahaan yang disebabkan oleh kesalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut (Boer, 2013). Krisis dapat mengancam kesejahteraan dan kesuksesan perusahaan, namun perusahaan dapat menghindarkan terjadinya krisis dengan mememanajementi isu yang didapat agar tidak menjadi ancaman krisis bagi perusahaan.

Perusahaan dapat mengkomunikasikan terkait kegiatan CSR kepada *stakeholder* sebagai salah satu langkah utama dalam merespon dan melakukan manajemen isu yang ada. Saat proses penyampaian komunikasi CSR berlangsung, perusahaan dapat mengatur strategi dalam melakukan pendekatan terhadap *stakeholder*. Salah satu strategi komunikasi yang baik dengan mengetahui karakter dari penerima pesan dan karakter informasi (Wulandari dkk, 2021) menggunakan strategi pengorganisasian informasi dimana perusahaan dapat memilih, memantaskan, atau mengelompokkan informasi yang tepat untuk diterima *stakeholder* terkait program CSR yang akan dilakukan. Sampai saat ini salah satu perusahaan yang menjalankan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial nya yaitu Podomoro Park Bandung.

Podomoro Park Bandung merupakan salah satu area perumahan dibawah naungan PT Agung Podomoro Land. Podomoro Park Bandung merupakan perumahan yang berlokasi di Lengkong, Kec. Bojongsoang, Kota Bandung, Jawa Barat. Podomoro Park Bandung perumahan dengan luas 1.30Ha yang masuk dalam Kawasan Desa Lengkong. Pada 2018 lalu Podomoro Park Bandung memulai pembangunannya hingga saat ini masih melakukan pembangunan hunian maupun fasilitas yang mendukung seperti rumah sakit, pusat perbelanjaan, sekolah dll. Pada proses pembangunan Podomoro Park Bandung sejak tahun 2018 sampai dengan sekarang, Podomoro Park Bandung sempat menerima input atau isu yang bersumber dari *stakeholder* sekitar yang tinggal di lingkungan Desa Lengkong. *Stakeholder* memberikan isu positif maupun isu negatif.

Dilansir dari TribunJabar.id 2020, memuat berita mengenai aktivitas sosial Podomoro Park Bandung dalam kegiatan normalisasi sungai sebagai mengantisipasi banjir yang mungkin dapat terjadi di Bandung Selatan. Selain isu positif, Podomoro Park Bandung juga pernah mendapatkan isu negatif. Dimuat pada berita *Online RMOL Jabar* 2019 memuat berita mengenai proyek pembangunan Podomoro Park Bandung dianggap merusak lingkungan dan diperingati untuk memerhatikan Kesehatan masyarakat Desa Lengkong. Dalam isu negatif maupun positif yang diterima Podomoro Park Bandung, pihak Podomoro Park Bandung dapat langsung merespon isu-isu yang diterima baik isu positif maupun isu negatif.

Peneliti menemukan *stakeholder* yang masih berlokasi di *ring* satu Podomoro Park Bandung dan dilibatkan pada pembangunan yang diinisiasi oleh Podomoro Park Bandung, yaitu Universitas Sali Al-Aitam sebagai *stakeholder* di bidang akademis, Desa Lengkong sebagai *stakeholder* di bidang pemerintahan, Tribun Jabar sebagai *stakeholder* di bidang media, dan *Women Cycling's Community* sebagai *stakeholder* komunitas. Pihak Podomoro dalam hal ini perlu mengkomunikasikan CSR melalui strategi pengorganisasian informasi pada *stakeholder*. Pengorganisasian informasi sangat mungkin menjadi strategi yang akan mengarahkan pada keberhasilan perusahaan dalam menyampaikan informasi (Rahmah, 2014).

Dalam menyampaikan informasi melalui strategi pengorganisasian informasi, perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada *stakeholder* secara tepat sehingga tingkat kemungkinan terjadinya *miss communication* dapat terbilang rendah. Hal tersebut didasarkan oleh strategi pengorganisasian informasi yang dilakukan perusahaan untuk mengelompokkan dan menyaring informasi yang tepat dan yang

dibutuhkan oleh masyarakat selaku *stakeholder*.

Podomoro Park Bandung melakukan kegiatan sosial dengan membantu memperbaiki lingkungan dan sosial. Podomoro Park Bandung menyerahkan dua unit mobil ambulans yang dapat digunakan oleh masyarakat sekitar. Selain itu, pada Februari 2020 lalu perbaikan pintu gerbang air di pasar Kordon Buah batu telah diselesaikan dalam kurun waktu seminggu. Ini akan memungkinkan pintu gerbang air dapat beroperasi dengan baik dan mengontrol aliran air ke Cikoneng. Podomoro Park Bandung juga memperbaiki pintu gerbang air di daerah irigasi Buah batu dengan harapan dapat mengurangi risiko banjir di daerah Bandung Selatan. Keberhasilan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan Podomoro Park Bandung tersebut didukung dengan penyampaian komunikasi CSR melalui strategi pengorganisasian informasi terhadap *stakeholder* Podomoro Park Bandung.

Kegiatan CSR sebagai salah satu solusi yang telah dilakukan oleh Podomoro Park Bandung dilakukan untuk mempererat hubungan antar *stakeholder*. Sehingga, perlu disusun strategi komunikasi CSR yang berperan sebagai jembatan bagi perusahaan dan *stakeholder*. Peneliti melihat bahwa Podomoro Park Bandung telah melakukan pengelolaan isu dengan baik namun belum terlihat Podomoro Park Bandung menggunakan strategi pengorganisasian informasi dalam mengelola isunya dan peneliti belum melihat adanya riset yang membahas terkait strategi pengorganisasian informasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Hal tersebut dikarenakan interpretatif sesuai dengan apa yang sedang diteliti, yaitu untuk mencari pemahaman dan makna dari cara Podomoro

Park Bandung mengkomunikasikan CSR dan strategi pengorganisasian informasi dalam mengelola isu pada *multi-stakeholder*.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus dalam pengumpulan data penelitian Analisis Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* dan Pengorganisasian Informasi pada *Multi-stakeholder* Podomoro Park Bandung dengan observasi lapangan dan melakukan kegiatan wawancara langsung pada pihak-pihak atau informan yang terkait.

Subjek yang dipilih pada penelitian ini adalah Podomoro park Bandung yang merupakan anak perusahaan PT Podomoro Land Tbk. Objek pada penelitian ini yaitu menganalisis strategi komunikasi CSR dan pengorganisasian informasi pada *multi-stakeholder* di Podomoro Park Bandung.

Populasi penelitian bersumber dari informan dengan nilai atau kriteria yang berkaitan dengan penelitian. Populasi yang dapat diterapkan pada penelitian kualitatif hanya memenuhi elemen representatif atau yang mewakili dari keseluruhan objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti telah menggunakan populasi yang telah memenuhi unsur representatif sehingga populasi yang telah peneliti dapatkan mendukung penelitian agar fokus pada pembahasan.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Purposive sampling dapat mengetahui hasil analisis strategi komunikasi CSR dan pengorganisasian informasi pada *multi-stakeholder* yang dilakukan oleh Podomoro Park Bandung. Penggunaan purposive sampling dalam pengambilan sampel dapat membantu peneliti dalam mendapatkan informan yang memiliki kapasitas untuk menjawab dan memberikan informasi terkait komunikasi CSR, strategi pengorganisasian informasi dan *stakeholder*.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi menggunakan pengamatan penggunaan strategi pengorganisasian informasi dalam melakukan komunikasi program CSR yang dilakukan di Desa Lengkong dan sekitarnya. Dengan observasi, peneliti bisa menemukan hal-hal yang diharapkan pada penelitian yang belum tentu diungkapkan oleh informan pada aktivitas wawancara. Analisa data yang dilakukan adalah reduksi data dengan melakukan pengurangan data, penulis dapat lebih mudah menyajikan data berdasarkan tujuan penelitian, penyajian data dalam bentuk diagram, grafik, deskripsi kalimat, atau sejenisnya. Setelah memberikan data, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang terjadi dan selanjutnya dapat mereview atau menganalisisnya untuk menarik kesimpulan penarikan kesimpulan verifikasi dengan melakukan Kesimpulan yang disajikan masih bersifat sementara hingga peneliti dapat memverifikasi kesimpulan tersebut untuk dapat dipertanggungjawabkan, sehingga kesimpulan tersebut bersifat kredibel.

Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber Teknik ini dilakukan dengan membandingkan serta memeriksa kembali validitas suatu informasi yang telah diperoleh. Terdapat berbagai cara untuk melakukan pemeriksaan yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dan hasil observasi, membandingkan perkataan di depan umum atau perkataan secara personal, membandingkan perkataan seseorang pada saat penelitian dan perkataan sehari-hari, membandingkan melalui berbagai perspektif, dan yang terakhir membandingkan hasil wawancara dengan dokumen Dalam penelitian yang peneliti lakukan ini, teknik keabsahan data yang peneliti gunakan yaitu triangulasi dengan sumber. Peneliti nantinya akan melakukan validasi dengan cara membandingkan

dengan hasil observasi, dokumen yang berkaitan, dan dari berbagai perspektif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

Analisis Strategi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* pada *Multi-stakeholder* Podomoro Park Bandung. Pada bagian ini akan menjadi pembahasan final mengenai pemaparan berbagai hasil penelitian yang kemudian dielaborasi melalui konsep-konsep maupun teori yang peneliti.

Berdasarkan hasil analisa, bentuk penerapan strategi komunikasi CSR Podomoro Park adalah: (1). Strategi Informasi, merupakan strategi yang dilakukan Podomoro Park Bandung dalam menyampaikan informasi terkait kolaborasi dan menyampaikan informasi terkait komunikasi *Corporate Social Responsibility*. Strategi ini dilakukan agar proses penyampaian informasi antara Podomoro Park Bandung dan para *stakeholder*. Strategi Podomoro Park Bandung yaitu dengan menyesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan *stakeholdernya*; (2). Strategi Respon Pemangku Keterlibatan, merupakan strategi yang dilakukan Podomoro Park Bandung dalam merespon informasi atau *input* dari *stakeholder*. Respon yang dilakukan Podomoro Park Bandung kepada para pemangku kepentingan mengarah pada realisasi kegiatan selanjutnya. Bentuk respon dari Podomoro Park Bandung dengan melakukan kegiatan media visit, *social mapping* dan *social listening*. (3). Strategi Keterlibatan Pemangku Kepentingan, merupakan strategi Podomoro Park Bandung dalam melibatkan *stakeholder* pada kegiatan CSR nya. Bentuk dari keterlibatan tersebut adalah dengan berjalannya kegiatan kolaborasi dalam program webinar, pemberdayaan lingkungan, dan kolaborasi dalam kegiatan olahraga.

Berdasarkan hasil analisa mengenai strategi pengorganisasian informasi Lingkungan, merupakan kegiatan yang dilakukan Podomoro Park Bandung untuk menginformasikan terkait lingkungan Podomoro Park Bandung kepada *stakeholder*. Podomoro Park Bandung menyampaikan informasi lingkungan melalui *website* perusahaan, media *Online*, media promosi konvensional, dan informasi langsung pada *stakeholder* terkait. Melalui lingkungan informasi, *stakeholder* dapat mengetahui keadaan dan lingkungan Podomoro Park Bandung. Hal tersebut menciptakan hubungan antara Podomoro Park Bandung dan *stakeholder* dikarenakan adanya keterbukaan dari pihak Podomoro Park Bandung.

Aturan, merupakan kaidah yang dimiliki Podomoro Park Bandung dan *stakeholder* dalam melakukan kolaborasi dalam pelaksanaan kegiatan program CSR. Aturan yang diterapkan pada perusahaan memiliki perbedaan, bahkan terlihat pada model diatas ada beberapa perusahaan atau institusi yang belum menerapkan aturan untuk berkolaborasi dalam kegiatan CSR pada pihak lain. Aturan dapat membantu perusahaan agar kolaborasi atau kerjasama yang terjalin baik sesuai dengan tujuan kedua belah pihak perusahaan.

Siklus, pelaksanaan kegiatan program CSR yang dilakukan Podomoro Park Bandung diharapkan agar terus memiliki siklus waktu yang berkelanjutan oleh *stakeholder*. Kolaborasi dalam kegiatan program CSR Podomoro Park Bandung yang telah terlaksana agar dapat terus berlanjut. Podomoro Park Bandung beranggapan bahwa kegiatan program CSR ini terus dilaksanakan dikarenakan kegiatan ini menciptakan *mutual understanding*.

Ketidakjelasan, merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menghindari terjadinya ketidakjelasan dalam penyampaian informasi. *Stakeholder* memiliki strategi yang cenderung sama dalam menghindari ketidakjelasan. Dalam menghindari ketidakjelasan *stakeholder* dapat melakukan verifikasi, *cross check*, dan melakukan pertukaran atau penyampaian informasi secara jelas. Selain itu, Podomoro Park Bandung melakukan strategi dalam menghindari ketidakjelasan dengan menggunakan *key message* untuk mengetahui pesan yang akan di *highlight*.

Sedangkan berdasarkan analisa *Multi-stakeholder* pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* adalah Akademisi, Universitas Sali Al-Aitam merupakan salah satu *stakeholder* yang berkolaborasi pada kegiatan program CSR Podomoro dalam bidang akademis. Bentuk kolaborasi antara Podomoro Park Bandung dan Universitas Sali Al-Aitam adalah program Bahas Santai Komunikasi atau BASKOM. Podomoro Park Bandung telah melakukan kolaborasi dalam kegiatan tersebut sebanyak dua kali yang berkontribusi sebagai narasumber.

Bisnis, Podomoro Park Bandung melibatkan *stakeholder* untuk melakukan kegiatan program CSR. Keterlibatan antara Podomoro Park Bandung dan *stakeholder* yaitu dengan melakukan kolaborasi antara kedua belah pihak. Kolaborasi yang sudah dilakukan yaitu program-program yang berkaitan dengan kedua belah pihak perusahaan dan memiliki tujuan yang sama.

Komunitas *Woment Cycling's Community* (WCC) merupakan salah satu komunitas yang berkolaborasi pada Podomoro Park Bandung. *Women Cycling's Community* merupakan salah satu komunitas sepeda yang berlokasi di Bandung. Bentuk kolaborasi tersebut berawal dari ajakan Podomoro Park Bandung kepada pihak WCC, Podomoro Park Bandung menyiapkan tempat bersepeda bagi WCC didalam

kawasan Podomoro Park Bandung. Dalam kolaborasi tersebut tercipta simbiosis mutualisme antara kedua belah pihak perusahaan.

Pemerintah, pemerintahan desa Lengkung berkolaborasi bersama Podomoro Park Bandung dalam memelihara dan menjaga lingkungan desa Lengkung sebagai kawasan terdekat Podomoro Park Bandung. Selain pemeliharaan lingkungan, desa Lengkung juga berperan dalam administrasi kedinasan. Podomoro Park Bandung yang terletak di lingkaran kawasan desa Lengkung menandakan bahwa penghuni Podomoro Park Bandung akan menjadi kewarganegaraan desa Lengkung.

Media, Tribun Jabar sebagai salah satu *stakeholder* media yang berkolaborasi dengan Podomoro Park Bandung. Bentuk kolaborasi antara Tribun Jabar dan Podomoro Park Bandung dengan menjalankan kerjasama dengan menjalin hubungan antar media dan Podomoro Park Bandung dan membantu menyampaikan informasi terkait kegiatan CSR Podomoro Park kepada masyarakat.

## SIMPULAN

Strategi komunikasi CSR Podomoro Park Bandung dalam melakukan informasi mengenai kegiatan program CSR dengan menggunakan pengorganisasian informasi. Melalui pengorganisasian informasi, Podomoro Park Bandung dapat mengetahui terkait informasi yang sesuai dengan kebutuhan *stakeholder*. Strategi pengorganisasian informasi dalam melakukan kegiatan program CSR ini bertujuan agar Podomoro Park Bandung dapat menyampaikan informasi pada tepat sasaran. Podomoro Park Bandung melakukan pengorganisasian informasi dengan melakukan pemetaan pada *stakeholder* untuk dilakukan kegiatan program CSR. Kegiatan pengorganisasian informasi yang dilakukan Podomoro Park

Bandung dengan melakukan penyampaian informasi lingkungan, mengetahui aturan kolaborasi, memastikan kegiatan kolaborasi program CSR berjalan dengan siklus waktu yang berkelanjutan dan memastikan tidak terjadinya ketidakjelasan informasi antara kedua belah pihak perusahaan. Podomoro Park Bandung melakukan pemetaan untuk berkolaborasi dengan menentukan lingkaran industri. Podomoro Park Bandung memutuskan bahwa desa Lengkung merupakan lingkaran industri Podomoro Park Bandung yang paling terdekat. Lingkaran industri merupakan wilayah yang membutuhkan perhatian lebih dari Podomoro Park Bandung untuk berkolaborasi dalam kegiatan program CSR.

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi CSR dan strategi pengorganisasian informasi pada *Multi-stakeholder* Podomoro Park Bandung. Masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan metode penelitian kuantitatif guna mengetahui pemahaman audiens dalam konteks program CSR dengan menggunakan strategi komunikasi dan strategi pengorganisasian informasi ini lebih berkembang. Podomoro Park Bandung dalam mengupayakan program CSR belum terselesaikan secara keseluruhan. Lingkaran industri Podomoro Park Bandung yaitu desa Lengkung masih mengharapkan kegiatan CSR yang tuntas dan terselesaikan terkait permasalahan lingkungan. Sebaiknya Podomoro Park Bandung dapat.

## DAFTAR PUSTAKA

Arsyad, D. A., Kunci, K., & Rosilawati, Y. (2019). *Penerapan Green Corporate Social Responsibility (CSR) di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melalui Program "Green Jogja."* <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL%7C>



- Budiarti, M., & Santoso T. R. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share Social Work Journal*. 4(1) <https://www.neliti.com/publications/181633/corporate-social-responsibility-csr-dari-sudut-pandang-perusahaan#cite>
- Boer, K. M. (2013). Manajemen Krisis di Balik Iklan-Iklan Kontroversial Milik Benetton. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 94-103. <https://doi.org/10.14710/interaksi.2.1.94-103>
- Juwita, R. (2017). Praktik Public Relations dan Corporate Social Responsibility dalam Perubahan Sosial Global. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 187-200. <https://doi.org/10.14710/interaksi.5.2.187-200>
- Kusniadji, S. (2011). Mengkomunikasikan Program Corporate Social Responsibility untuk meningkatkan citra perusahaan. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara* 3(01): 55-63
- Kim, H., & Lee, T. H. (2018). Strategic CSR Communication: A Moderating Role of Transparency in Trust Building. *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), 107-124. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1425692>
- Kriyantono, R. (2015). Public Relations, Issue and Crisis Manajemen: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis dan Kualitatif. Prenadamedia Group. Jakarta
- Risky, T., Salim, M., Marta, R. F., & Longani, K. D. (2022). Implementation of CSR Program for Clean Water Well Development by PT. Chevron Pacific Indonesia to The Sakai Tribe Community. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v10i1.21982>
- Suparman, S. (2013). Corporate Social Responsibility: Bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Kepedulian Perusahaan dengan Masyarakat. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 172-184. <https://doi.org/10.14710/interaksi.2.2.172-184>
- Sukoco, I. (2013). Fungsi Public Relations dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 4(2): 192-203. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2762>
-