

ABSTRAK

PT Taka Turbomachinery Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *service maintenance rotating equipment* yang berdiri pada tahun 1997 dan merupakan perusahaan salah satu perusahaan terbesar milik Indonesia yang menyediakan layanan untuk Peralatan Berputar seperti Turbin Gas, Turbin Uap, Pompa Sentrifugal, Kompresor Sentrifugal dan lainnya peralatan turbo terkait.

Skripsi ini membantu saya memahami lebih dalam tentang program *Corporate Social Responsibility* selain itu berpeluang untuk memahami bagaimana perencanaan, penerapan dan strategi komunikasi organisasi yang diterapkan dalam program *Corporate Social Responsibility*.

Tujuannya adalah untuk memastikan efektivitas program CSR, PT Taka Turbomachinery Indonesia perlu terus memantau respons masyarakat, mengadaptasi strategi komunikasi, dan meningkatkan transparansi. Ini akan memungkinkan perusahaan untuk maksimal dalam memberikan dampak positif, mendukung tujuan triple bottom lines, dan menjaga relevansi program sesuai dengan harapan serta kebutuhan masyarakat yang dilayani.

Dengan menganalisis respons dan interaksi dari masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan, penelitian ini dapat mengungkapkan sejauh mana program CSR perusahaan diterima dan dipahami oleh audiens. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana pesan-pesan dan nilai-nilai yang disampaikan oleh perusahaan dapat lebih efektif disampaikan dan dipahami oleh masyarakat melalui platform media sosial.

Dengan demikian, PT Taka Turbomachinery Indonesia dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengoptimalkan strategi komunikasi mereka di masa depan, meningkatkan engagement dengan publik, dan memperkuat dampak positif dari program CSR mereka secara lebih luas.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Penerapan Corporate Social Responsibility, Public Relations,*

ABSTRAC

PT Taka Turbomachinery Indonesia is a company active in the field of service maintenance rotating equipment which was founded in 1997 and is one of the largest companies of Indonesia that provides services for Rotary Equipment such as Gas Turbines, Steam Turbine, Sentrifugal Pumps, Centrifugal Compressors and other advanced turbo equipment.

This thesis helped me to understand more deeply about the Corporate Social Responsibility program in addition to having an opportunity to understand how planning, implementation and organizational communication statics are applied in the corporate social responsibility program.

The aim is to ensure the effectiveness of the CSR program, PT Taka Turbomachinery Indonesia needs to continue to monitor public response, adapt communication strategies, and increase transparency. This will enable the company to maximize its positive impact, support the triple bottom lines, and maintain the relevance of the program in line with the expectations and needs of the community served.

By analyzing the responses and interactions of the public to published content, this study can reveal to what extent the company's CSR program is accepted and understood by the audience. The results of this research can provide an in-depth insight into how the messages and values delivered by companies can be more effectively communicated and understood by the public through social media platforms. Thus, PT Taka Turbomachinery Indonesia can leverage these findings to optimize their future communication strategies, increase engagement with the public, and strengthen the positive impact of their CSR program more broadly.

Keywords: Startegi Communication, Application Corporate Social Responsibility, Public Relations,