



Implementasi dan Pemanfaatan Komunikasi Digital dalam Program Desa Berdaya oleh CSR PT. PLN Corporate University

Alkayla Karuni^{1*}, Vivien Febri Astuti²

¹⁻²Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi penulis: alkaylakaruni@apps.ipb.ac.id¹

Abstract. *The success of PT PLN Corporate University's Corporate Social Responsibility (CSR) initiative through the Desa Berdaya Program reflects the company's strategic role in designing, managing, and communicating sustainable community empowerment programs. This study aims to examine the implementation of the Desa Berdaya Program and the use of social media by PT PLN Corporate University's CSR initiative, which received the CSR Nusantara Awards 2025. This research employs a descriptive qualitative method to describe the program implementation process, the empowerment approach, and the application of digital communication support. The findings indicate that PT PLN Corporate University implemented its CSR program systematically through community asset identification, local potential mapping, integration of individual, group, institutional, and environmental assets, and active community participation. The program was also supported by the formulation of milestones, evaluation, and continuous monitoring as part of a measurable management mechanism. The Asset-Based Community Development (ABCD) approach is reflected in literacy strengthening, skills training, entrepreneurship development, circular economy practices, and the enhancement of added value in local commodities. The findings further reveal that program sustainability is determined not only by corporate support, but also by the community's capacity to independently manage and develop local potential. In addition, the use of media relations and social media contributes to expanding public exposure, strengthening corporate image, and reinforcing the social legitimacy of the program. However, the implementation of digital communication still faces limitations, particularly in the consistency of disseminating program-related information. Therefore, social media management needs to be further optimized to support social documentation, community participation, and the continuous circulation of field-based information.*

Keywords: *Asset-Based; Community Empowerment; Empowered Village; Program CSR; Social Media.*

Abstrak. Keberhasilan CSR PT PLN Corporate University dalam Program Desa Berdaya menunjukkan adanya peran strategis perusahaan dalam merancang, mengelola, dan mengomunikasikan program pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi Program Desa Berdaya serta pemanfaatan media sosial oleh CSR PT PLN Corporate University sebagai peraih CSR Nusantara Awards 2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan proses pelaksanaan program, pendekatan pemberdayaan, serta dukungan komunikasi digital yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR PT PLN Corporate University dilakukan secara sistematis melalui identifikasi aset masyarakat, pemetaan potensi lokal, penghubungan aset individu, kelompok, lembaga, dan lingkungan, serta pelibatan aktif masyarakat. Program ini juga didukung penyusunan *milestone*, evaluasi, dan pemantauan berkelanjutan sebagai mekanisme pengelolaan yang terukur. Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) tercermin dalam penguatan literasi, pelatihan keterampilan, pengembangan kewirausahaan, penerapan ekonomi sirkular, dan perluasan nilai tambah komoditas lokal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan program tidak hanya ditentukan oleh dukungan perusahaan, tetapi juga oleh kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal secara mandiri. Selain itu, pemanfaatan *media relations* dan media sosial berperan dalam memperluas publikasi, membangun citra, serta memperkuat legitimasi sosial program. Namun, implementasi komunikasi digital masih menghadapi keterbatasan pada konsistensi penyebaran informasi kegiatan. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial perlu ditingkatkan agar dokumentasi sosial, partisipasi warga, dan sirkulasi informasi lapangan dapat berlangsung lebih berkelanjutan.

Kata kunci: *Asset-Based; Desa Berdaya; Media Sosial; Pemberdayaan Masyarakat; Program CSR.*

1. LATAR BELAKANG

Dinamika transformasi bisnis kontemporer menunjukkan bahwa perusahaan semakin kompetitif dan tidak hanya bersaing dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam pendekatan strategis kepada masyarakat untuk membangun citra yang positif dan berkelanjutan. Reputasi

perusahaan merupakan aset strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga perusahaan perlu memperhatikan penilaian masyarakat dan pemangku kepentingan melalui pelaksanaan CSR dan kinerja lingkungan (Dewanto *et al.* 2024). Perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan ekonomi belaka melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat (Afifah 2023). Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam keberlanjutan sebuah perusahaan. Komunikasi perusahaan berperan sebagai sarana penyampaian informasi dan juga sebagai instrumen strategis yang menentukan arah hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan.

Menurut Ganiem (2026) komunikasi perusahaan dapat membantu menggambarkan citra perusahaan dan membantu dalam mekanisme peningkatan keuntungan kompetitif perusahaan secara keseluruhan. Komunikasi perusahaan berpengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan, legitimasi, serta dukungan publik yang pada akhirnya menentukan keberlangsungan operasional dan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, praktik komunikasi perusahaan mengalami transformasi signifikan menuju pemanfaatan platform digital.

Komunikasi digital memungkinkan perusahaan menjangkau pemangku kepentingan secara lebih luas, cepat, serta interaktif melalui berbagai media seperti situs web, media sosial, dan platform digital lainnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pemanfaatan komunikasi digital berfungsi sebagai media diseminasi informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan sekaligus menjadi sarana untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program CSR (Kocurikova *et al.* 2024). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital dalam komunikasi CSR mampu meningkatkan visibilitas program, memperkuat reputasi perusahaan, serta mendorong partisipasi publik dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat (Pilgrim dan Bohnet Joschko 2022).

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan mekanisme yang melibatkan tahapan-tahapan kongkret untuk menghasilkan prinsip CSR dalam aktivitas bisnis Perusahaan (Bastomi *et al.* 2023). Implementasi CSR tidak berhenti pada tataran konseptual, melainkan harus diwujudkan melalui perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program yang terstruktur dan berkelanjutan. Implementasi CSR mendorong adanya komitmen strategis perusahaan untuk mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam operasional bisnis, sehingga program CSR memberikan manfaat bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan secara berkelanjutan.

PT PLN Corporate University menyelenggarakan sebuah Program Desa Berdaya yang merupakan salah satu inisiatif strategis dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. CSR PT PLN Corporate University berhasil meraih penghargaan CSR Nusantara Awards 2025 melalui Program Desa Berdaya, Ajang ini diselenggarakan oleh *The La Tofi School of Social Responsibility* di Jakarta, 2 Juli 2025. Penghargaan ini menunjukkan adanya pengakuan terhadap strategi dan implementasi program CSR yang dijalankan. Penghargaan tersebut menunjukkan kemampuan organisasi dalam merancang program, membangun kompetensi pelaksana, serta mengimplementasikan program hingga mencapai keberlanjutan di tingkat masyarakat.

Fenomena keberhasilan CSR PT PLN Corporate University dalam Program Desa Berdaya menunjukkan bahwa implementasi dan pengelolaan program memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan publik serta legitimasi sosial. Implementasi CSR berfokus pada pelaksanaan kegiatan dan juga mencakup bagaimana organisasi membangun hubungan yang partisipatif dengan masyarakat, mengelola persepsi publik, serta memastikan keberlanjutan program melalui pendekatan yang adaptif dan kolaboratif. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan CSR tidak sekedar diukur dari output program, namun juga dari mekanisme implementasi yang mendukung keberlanjutan dampak sosialnya.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Feryansah dan Sisdianto (2024) dengan judul "Transformasi CSR di Era Digital: Strategi Inovatif Untuk Meningkatkan Nilai Perusahaan di Indonesia". Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa CSR berbasis teknologi tidak hanya memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan tetapi juga meningkatkan reputasi, loyalitas konsumen, daya tarik investor. Namun, tantangan seperti kesenjangan infrastruktur teknologi dan kurangnya literasi digital masih menjadi hambatan. Penelitian ini berfokus pada transformasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di era digital dan dampaknya terhadap nilai perusahaan di Indonesia.

Kemudian terdapat penelitian serupa dilakukan oleh Lestari, Devi Delviani (2024) dengan judul "*Implementasi Manajemen Komunikasi Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)*". Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa implementasi manajemen komunikasi melalui program CSR mampu membangun ekonomi digital melalui peningkatan kompetensi UMKM di pasar digital. Fokus penelitian ini diarahkan pada implementasi CSR, terutama dalam melihat bagaimana pelaksanaan, evaluasi, dan optimalisasi program CSR dapat dilakukan secara lebih efektif.

Berbagai penelitian sebelumnya lebih menyoroti mengenai transformasi CSR di era digital dalam kaitannya dengan nilai perusahaan serta implementasi komunikasi program CSR dalam pemberdayaan ekonomi digital. Kajian yang secara spesifik menganalisis bagaimana implementasi CSR dirancang, serta pemanfaatan komunikasi digital dalam penerapan program masih relatif terbatas untuk di bahas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur yang membahas fenomena khusus dalam keberhasilan Program Desa Berdaya CSR PT PLN Corporate University sebagai peraih CSR Nusantara Awards 2025.

Kemudian dikaji dalam konteks yang lebih luas mengenai pentingnya mekanisme implementasi CSR dalam membangun program dan pemanfaatan komunikasi digital yang digunakan dalam menjalankan Program Desa Berdaya. Kajian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana CSR mengimplementasikan program yang meliputi perancangan, pelaksanaan, monitoring, hingga evaluasi dan bagaimana CSR memanfaatkan komunikasi digital pada penerapan Program Desa Berdaya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan referensi ilmiah dalam kajian *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya terkait implementasi program, serta pemanfaatan komunikasi digital dalam program CSR hingga mampu mencapai penghargaan seperti CSR Nusantara Awards 2025.

2. KAJIAN TEORITIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk keterlibatan Perusahaan dalam menerapkan kepedulian dan tanggung jawab lingkungan yang bertujuan untuk membangun kepercayaan publik. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kualitas kemampuan manusia sebagai anggota masyarakat dalam menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup (Kholis 2020). Pelaksanaan CSR melibatkan tanggung jawab perusahaan dan, komunitas, pemangku kepentingan, serta masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

Implementasi CSR

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tahapan krusial dalam menerjemahkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam praktik nyata yang berdampak bagi masyarakat dan lingkungan. Implementasi CSR merupakan bagian dari upaya perusahaan dalam mewujudkan *good corporate governance* serta etika bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan (Silalahi dan Pradana 2022). Implementasi CSR dilakukan melalui tahapan strategis yang meliputi riset, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi

sebagai upaya untuk memastikan efektivitas program dalam mencapai orientasi sosial perusahaan (Arifiyama dan Widiarti 2022)

Pemanfaatan Komunikasi Digital

Pemanfaatan komunikasi digital dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi aspek yang semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pengembangan model komunikasi digital dalam mengelola inisiatif CSR sangat penting untuk menjunjung tinggi prinsip tanggung jawab, akuntabilitas, transparansi, dan keadilan, sehingga memaksimalkan manfaat CSR (Fajri 2024). Komunikasi digital memungkinkan organisasi untuk menyampaikan informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif kepada berbagai pemangku kepentingan. Komunikasi digital berfungsi sebagai media dalam membangun hubungan, meningkatkan partisipasi, serta memperkuat transparansi program kepada masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang berupaya memahami fenomena secara mendalam melalui penggambaran realitas sosial secara sistematis dan kontekstual. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif menekankan eksplorasi fenomena dalam konteks alamiah dengan memanfaatkan berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap suatu peristiwa sosial (Creswell 2016).

Penelitian kualitatif juga berfokus pada interpretasi makna yang dibangun oleh partisipan, sehingga peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mekanisme pengumpulan dan analisis data (Moleong 2017). Dengan demikian, pendekatan deskriptif kualitatif dinilai relevan untuk mengkaji bagaimana implementasi dan pemanfaatan komunikasi digital dalam program CSR secara kontekstual, interpretatif, dan berorientasi pada pemahaman proses.

Penelitian ini dilakukan di PT PLN Corporate University atau Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) Unit Bogor (UPDL Bogor) merupakan penggerak sebuah program CSR yang berlokasi di Jalan Raya Puncak No.Km. 72, Cipayung Datar, Kec. Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Kajian penelitian diarahkan untuk menjelaskan bagaimana implementasi CSR yang meliputi perancangan, pelaksanaan, hingga evaluasi dan bagaimana pemanfaatan komunikasi digital yang diterapkan CSR dalam program yang sistematis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Desa Berdaya Kecamatan Megamendung Bogor merupakan gagasan dari CSR PT PLN Corporate University yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dan dirancang untuk mencapai arah Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Khususnya dalam aspek pengentasan kemiskinan, peningkatan kualitas pendidikan, dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Melalui program ini, fokus utama diberikan pada peningkatan akses pendidikan melalui Rumah Pintar dengan membangun sarana dan prasarana yang menunjang, serta pelatihan keterampilan. Selain itu, pengembangan ekonomi juga dilakukan dengan mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui Kelompok Wanita Tani dan komunitas *ecovillage*, serta memperkuat jaringan pemasaran dan distribusi produk lokal. Terbentuknya sinergi antara pendidikan dan ekonomi pada program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan warga desa, hal ini menjadi relevan dengan prinsip-prinsip SDGs yang menekankan pada inklusi sosial, pemberdayaan ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan.

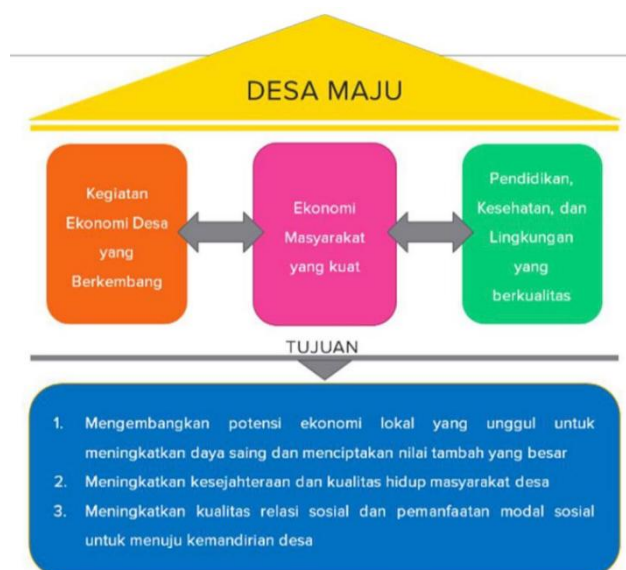
Program Desa Berdaya yang dijalankan oleh PT PLN Corporate University menunjukkan orientasi yang kuat pada pemberdayaan masyarakat desa melalui pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Program diwujudkan melalui kegiatan rumah pintar dan literasi, pendidikan vokasi keterampilan, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Pasir Angin yang melibatkan Kelompok Wanita Tani dan Komunitas Ecovillage. Upaya tersebut diarahkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang produktif sebagai komponen dari pembangunan dan kemajuan desa. Hal ini sejalan dengan proposisi yang menyatakan bahwa kegiatan pemberdayaan juga terbukti meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam pembangunan desa (Alim *et al.* 2024). Dengan demikian, program ini telah mencerminkan prinsip SDGs yang menekankan inklusi sosial, pemberdayaan ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan. Secara lebih spesifik, program ini juga dirancang untuk mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya poin 1 tanpa kemiskinan, poin 2 tanpa kelaparan, poin 4 pendidikan berkualitas, dan poin 8 pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

Program Desa Berdaya bertujuan menguatkan potensi lokal sebagai basis pemberdayaan masyarakat desa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Desa Cipayung dan Pasir Angin, memberikan bimbingan belajar bagi anak-anak tingkat SD, membuka peluang kerja baru bagi para alumni pendidikan vokasi, menyediakan sarana membaca bagi anak-anak dan masyarakat, menumbuhkan budaya literasi, serta mengembangkan potensi agroeduwisata di Desa Pasir Angin. Dengan demikian, Program Desa

Berdaya berfungsi sebagai model pemberdayaan yang berupaya menciptakan masyarakat desa yang lebih mandiri, terampil, dan memiliki daya saing dalam mendukung pembangunan desa secara berkelanjutan.

Implementasi Program Desa Berdaya yang dijalankan oleh PT PLN Corporate University melalui PLN UPDL Bogor menunjukkan pola pelaksanaan yang sistematis dan kontekstual karena dibangun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat desa Kecamatan Megamendeng. Dalam pelaksanaannya, PLN Corporate University (UPDL Bogor) berkolaborasi dengan Yayasan Filantra sebagai mitra pendamping yang berperan sejak tahap pra-implementasi, terutama dalam proses perancangan dan pemetaan program dan *profiling* masyarakat lokal. (Achmad, 2023) menjelaskan bahwa pemetaan sosial merupakan salah satu metode sebagai langkah awal dalam manajemen CSR, dimana identifikasi tersebut dilakukan secara akademik melalui suatu penelitian lapangan yaitu mengumpulkan data secara langsung menginterpretasikannya dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan yang lainnya dalam kawasan komunitas yang diteliti.

Pra-implementasi yang dilakukan CSR PT PLN Corporate University tahap awal ini menjadi krusial karena digunakan untuk mengidentifikasi kondisi sosial masyarakat, memetakan persoalan utama yang dihadapi masyarakat desa kecamatan Megamendung, serta mengenali potensi lokal yang dapat dikembangkan sebagai landasan pemberdayaan. Program ini menunjukkan orientasi pada pendekatan berbasis kebutuhan atau *need-based program*, yaitu program yang disusun berdasarkan persoalan nyata masyarakat, bukan berdasarkan asumsi perusahaan. Sejalan dengan pendapat menurut (Purba, 2025) bahwa perancangan program CSR perlu didasarkan pada pemetaan isu sosial yang akurat di desa binaan agar program yang dilaksanakan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat. Hasil pemetaan tersebut juga diarahkan agar sejalan dengan target *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang ingin dicapai, sehingga implementasi program CSR ini memiliki landasan perencanaan yang strategis, terukur, dan tidak berhenti pada kegiatan yang bersifat seremonial.



Gambar 1. *Milestone* Program.

Sebelum masuk dalam tahap pelaksanaan, hasil wawancara menunjukkan bahwa PLN Coporate University (UPDL Bogor) menyusun *milestone* program atau titik pencapaian yang orientasi utamanya adalah menciptakan desa maju dengan mewujudkan kegiatan ekonomi masyarakat desa yang berkembang kuat, pendidikan, kesehatan dan lingkungan yang berkualitas. Hal ini untuk memastikan bahwa implementasi benar-benar merespons persoalan terbesar di masyarakat dan mengubahnya menjadi potensi yang produktif bagi desa, pendekatan ini menunjukkan bahwa Program Desa Berdaya mengarah pada model pembangunan partisipatif, yaitu pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek yang perlu dilibatkan dalam proses transformasi sosial yang kemudian diwujudkan secara konkret melalui tiga pengembangan utama, yakni Pembangunan Rumah Pintar, pelatihan manajemen organisasi dan pendidikan vokasi, serta bantuan usaha UMKM dan pelatihan wirausaha. Program ini mengintegrasikan antar sektor seperti pendidikan, kapasitas SDM, kelembagaan, dan ekonomi lokal. Seperti yang ditegaskan oleh (Pangestu, 2025) CSR dan community development perlu mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi, infrastruktur sosial, kearifan lokal, dan kolaborasi multipihak.

Pembangunan Rumah Pintar

Pengembangan Rumah Pintar di Desa Cipayung Kecamatan Megamendung, merepresentasikan salah satu bentuk nyata implementasi program CSR PT PLN Corporate University dalam bidang pemberdayaan pendidikan masyarakat. Rumah pintar merupakan tempat yang dibangun di Desa Cipayung Kecamatan Megamendung yang orientasinya adalah memberikan wadah bagi anak-anak untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar. Konsep

pembelajaran yang dihadirkan melalui pendekatan seperti taman bermain, namun tetap mengacu pada Kurikulum Merdeka, menunjukkan bahwa program ini diarahkan untuk menghadirkan pengalaman belajar yang adaptif sekaligus relevan dengan perkembangan pendidikan formal.

Tingginya antusiasme anak-anak masyarakat desa Cipayung dalam menggali ilmu membuat semakin bertambahnya keikutsertaan dalam kegiatan belajar. Hal tersebut terlihat disetiap akhir pekannya. Tingginya partisipasi menunjukkan bahwa program relevan dengan kebutuhan masyarakat. Partisipasi masyarakat menjadi unsur penting dalam program pemberdayaan, terutama program yang berkaitan dengan kesejahteraan anak. (Perdana, 2019). Partisipasi peserta belajar yang semakin banyak membutuhkan ruang untuk kegiatan belajar yang lebih luas, sehingga berdasarkan hasil persetujuan dan kesepakatan antara mitra terkait PLN Corporate University (UPDL Bogor) dan kebutuhan masyarakat Desa Cipayung akhirnya dibangun pelebaran rumah pintar.



Gambar 2. Aktivitas Rumah Pintar.

Pembangunan rumah pintar mulai pada 7 Juli 2025 hingga 21 Juli 2025, program pembangunan ini bertujuan sebagai penyedia sarana dan prasana dalam memenuhi kebutuhan tempat anak-anak melakukan aktivitas pembelajaran. Dengan perluasan ini rumah pintar kini dapat menampung lebih banyak kegiatan edukasi dan komunitas. (Menurut Zupti, 2025) Keterbatasan akses teknologi dan informasi menjadi salah satu penyebab rendahnya literasi informasi masyarakat, ruang berbasis teknologi dapat memperkuat pemberdayaan komunitas. Maka dari itu selain perluasan rumah pintar, CSR PT PLN Corporate University juga menyediakan penambahan fasilitas teknologi informasi yang modern seperti komputer dan akses internet yang dapat membantu warga dalam mengakses informasi, mengembangkan keterampilan digital, dan memperluas wawasan.

PLN Corporate University juga mengaktifkan kegiatan yang ada di rumah pintar seperti acara perlombaan 17 agustus. Aktivitas yang diselenggarakan di rumah pintar merupakan upaya dalam memaksimalkan manfaat fasilitas yang ada dan kegiatan yang dilaksanakan menjadi semakin aktif. Rumah Pintar tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pembelajaran,

melainkan sebagai medium transformasi pendidikan masyarakat yang mempertemukan aspek akses, lingkungan belajar, literasi digital, dan partisipasi sosial.

Aktivitas pada rumah pintar ini juga melibatkan *stakeholder* internal maupun eksternal yaitu kader penggerak PKK, Mentor pembimbing rumah pintar, dan panitia acara lomba. Penelitian (Lukman, 2022) mengenai peran *stakeholder* dalam program CSR juga menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan pemangku kepentingan, karena *stakeholder* berperan dalam memperkuat koordinasi, dukungan sosial, serta keberlanjutan program. *Stakeholder* lokal hadir sebagai pendukung kegiatan juga berperan dalam menghidupkan, mengelola, dan memperluas manfaat program bagi masyarakat.

Sebagai bentuk strategis dari CSR PT PLN Corporate University dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala setiap bulannya mengenai progres pembangunan fasilitas rumah pintar, kegiatan pembelajaran, hingga distribusi pengadaan barang. Dari hasil monitoring ini, tim CSR PT PLN Corporate University bersama Yayasan Filantra berperan dalam mengamati kesesuaian antara rencana program dan realisasi di lapangan, termasuk menilai dinamika pembelajaran, partisipasi masyarakat, serta efektivitas fasilitas yang digunakan. Sementara itu, evaluasi program dilakukan dengan mempertimbangkan hasil monitoring dan survei kepuasan masyarakat sebagai dasar untuk membaca persepsi penerima manfaat terhadap kebermanfaatan program. Tahap monitoring dan evaluasi pada program ini menjadi instrumen reflektif untuk mengidentifikasi capaian, hambatan, dan kebutuhan perbaikan agar Program Desa Berdaya dapat berjalan lebih relevan, akuntabel, dan berkelanjutan.

Pelatihan Manajemen Organisasi dan Pendidikan Vokasi



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Organisasi dan Pendidikan Vokasi.

Pelatihan Manajemen Organisasi dan Pendidikan Vokasi merupakan salah satu bentuk implementasi CSR PT PLN Corporate University yang diarahkan pada penguatan kapasitas sumber daya manusia dan kelembagaan masyarakat desa. Program ini ditujukan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta, dan membangun kemampuan manajerial yang dibutuhkan dalam pengelolaan kelompok usaha dan organisasi masyarakat secara lebih

terstruktur. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dirancang melalui kombinasi pembelajaran teoritis dan praktis, sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual mengenai kepemimpinan, perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, serta memperoleh pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan kerja dan usaha di lapangan. Dalam konteks implementasi CSR, pendekatan semacam ini menunjukkan bahwa intervensi program tidak berhenti pada pemberian bantuan, melainkan diarahkan pada pembentukan kapasitas yang memungkinkan masyarakat berkembang secara lebih mandiri.

Secara substantif, integrasi antara pelatihan manajemen organisasi dan pendidikan vokasi menunjukkan bahwa program dirancang untuk menjawab dua kebutuhan sekaligus, yaitu kebutuhan penguatan tata kelola kelompok dan kebutuhan peningkatan kompetensi kerja. (Fitriana dan Febrianto, 2024) menegaskan bahwa pelatihan manajemen organisasi di era digital berperan dalam meningkatkan kapasitas pemuda dan kelompok masyarakat agar mampu menjalankan organisasi secara lebih efektif, adaptif, dan terstruktur. Pelatihan manajemen organisasi menjadi signifikan karena keberhasilan program pemberdayaan ditentukan oleh kemampuan kelompok dalam mengelola kegiatan, membagi peran, membangun koordinasi, dan menjaga kontinuitas usaha.

Sementara itu, pendidikan vokasi difokuskan pada penguasaan keterampilan praktis yang memiliki kaitan langsung dengan aktivitas ekonomi produktif, yaitu keterampilan bidang digital printing. Melalui pilihan bidang vokasi tersebut, program CSR PT PLN Corporate University UPDL Bogor berupaya menghubungkan pemberdayaan masyarakat dengan peluang usaha yang adaptif terhadap perkembangan kebutuhan pasar. Peserta diarahkan agar mampu mengonversi keterampilan tersebut menjadi aktivitas ekonomi yang bernilai. Penelitian (Wijayani *et al.*, 2021) tentang strategi pendidikan vokasi dalam mempersiapkan lulusan yang kompeten di era industri 4.0 menunjukkan bahwa lembaga vokasi perlu merancang pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja, perkembangan teknologi, dan tuntutan kompetensi digital. Pilihan bidang *digital printing* dalam Program Desa Berdaya dapat dinilai relevan karena memiliki peluang ekonomi, mudah dikembangkan sebagai usaha lokal, dan dapat diintegrasikan dengan kebutuhan komunitas.

Keterlibatan peserta dalam proses produksi berbagai pesanan, seperti surat undangan, kartu identitas, kaos *custom*, *print* DTF, dan stiker menunjukkan bahwa pelatihan tidak berhenti pada tahap simulasi, melainkan telah masuk pada tahap praktik usaha yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran produk yang dilakukan melalui website, media sosial, dan saluran lainnya juga memperlihatkan bahwa program menekankan aspek produksi dan mulai menyentuh dimensi promosi dan perluasan akses pasar. Rencana

penggunaan kartu peserta berbasis barcode bagi peserta bimbingan belajar Rumah Pintar juga menunjukkan adanya upaya mengintegrasikan hasil pendidikan vokasi dengan kebutuhan program lain dalam ekosistem Desa Berdaya.

Kegiatan ini membentuk korelasi fungsional antar subprogram yang memperkuat manfaat program secara keseluruhan. Praktik kerja memiliki implikasi terhadap kesiapan kerja peserta didik karena memberikan pengalaman langsung mengenai dunia kerja, standar keterampilan, dan tuntutan profesional di lapangan (Wijayani *et al.*, 2021). Oleh karena itu, praktik produksi dalam digital printing dapat dipahami sebagai bentuk pembelajaran berbasis pengalaman yang memperkuat kesiapan peserta untuk mengembangkan kemandirian usaha.

Penguatan kapasitas peserta diperkuat melalui kegiatan *benchmarking* ke SMK Negeri 14 Bandung. Kunjungan ini menjadi komponen penting dalam implementasi program karena memberikan ruang belajar yang lebih kontekstual melalui pengenalan teknologi produksi, proses kerja, dan standar praktik yang telah lebih dahulu berkembang di institusi pendidikan. Kehadiran praktisi usaha dapat menambah dimensi pembelajaran yang bersifat teknis, reflektif terkait pengalaman membangun dan mempertahankan usaha digital printing dalam jangka panjang. Langkah ini menunjukkan bahwa CSR PLN Corporate University tidak semata menghadirkan pelatihan sebagai kegiatan formal, tetapi juga membuka akses peserta pada jejaring pengetahuan, pengalaman industri, dan inspirasi kewirausahaan yang lebih luas.

Pelatihan manajemen organisasi dan pendidikan vokasi ini memperlihatkan bahwa implementasi CSR PLN Corporate University bergerak ke arah pemberdayaan yang lebih strategis, yakni dengan menempatkan masyarakat sebagai aktor yang dipersiapkan untuk memiliki kapasitas kerja, kapasitas usaha, sekaligus kapasitas organisasi. Program ini berpotensi meningkatkan kompetensi individual, juga memperkuat fondasi kelembagaan kelompok usaha di tingkat desa. Dampak dari implementasi program desa berdaya yang dapat dihasilkan adalah keterampilan yang benar-benar bertransformasi menjadi usaha yang berkelanjutan, peningkatan pendapatan, perluasan pasar, serta penguatan posisi kelompok usaha dalam struktur ekonomi lokal. Program keberlanjutan ini memperkuat kemandirian masyarakat desa, meningkatkan produktivitas usaha lokal, serta mendukung terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif berbasis keterampilan vokasi.

Bantuan Sarana Usaha Umum Dan Pelatihan Wirausaha

Bantuan sarana usaha umum dan pelatihan wirausaha menunjukkan orientasi yang lebih tegas pada penguatan basis ekonomi produktif masyarakat desa. Implementasi tertuju pada pemilihan sektor usaha yang berbasis pada potensi lokal dan kebutuhan masyarakat, seperti budidaya ikan, budidaya maggot, budidaya melon hidroponik, dan usaha digital printing. Pada

usaha perikanan, dukungan tidak hanya berfokus pada sarana budidaya, tetapi juga pada pengembangan sistem perikanan terpadu dengan memanfaatkan sumber daya air dan pakan alternatif sebagai bagian dari pendekatan ekonomi sirkular. Sesuai pada prinsipnya penerapan ekonomi sirkular guna menciptakan kemandirian ekonomi lokal yang berkelanjutan sekaligus menjaga dan memanfaatkan berbagai sumber lingkungan.

Dalam kerangka ekonomi sirkular, pemanfaatan kembali sumber daya, pengurangan limbah, dan pengelolaan material secara berkelanjutan merupakan strategi penting untuk menjaga keberlanjutan ekonomi sekaligus mengurangi tekanan terhadap lingkungan (Larasati dan Santoso, 2024). Pada budidaya maggot, program diarahkan untuk mengembangkan usaha yang sebelumnya telah tumbuh secara swadaya, namun belum berkembang optimal, sehingga bantuan yang diberikan berfungsi memperkuat skala dan nilai ekonominya. Sementara itu, pada kelompok tani melon dan usaha digital printing, kontribusi CSR PT PLN Corporate University ditujukan melalui penyediaan infrastruktur dan instrumen produksi yang memungkinkan kelompok usaha bergerak dari tahap rintisan menuju tahap usaha yang lebih produktif dan terorganisasi.

Penguatan sarana usaha tersebut kemudian dipadukan dengan pelatihan wirausaha sebagai upaya membangun kemampuan pengelolaan usaha secara lebih komprehensif. Materi juga diberikan tidak berhenti pada aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup manajemen bisnis, administrasi usaha, pengelolaan keuangan, pemasaran digital, hingga penyusunan rencana usaha yang lebih berkelanjutan. Pada beberapa kegiatan, peserta juga memperoleh pelatihan peningkatan keterampilan dan pengolahan produk turunan, seperti produk berbasis maggot dan hasil budidaya ikan, sehingga program mendorong peningkatan produksi juga perluasan nilai tambah komoditas. CSR PT PLN Corporate University (UPDL Bogor) pada implementasinya memperlihatkan bahwa pemberdayaan ekonomi desa memerlukan kombinasi antara aset usaha, pengetahuan manajerial, dan kemampuan membaca peluang pasar agar masyarakat mampu memproduksi dan mengelola dan mengembangkan usahanya secara lebih adaptif. Hal ini didukung oleh pernyataan (Najamudin dan Al Fajar, 2024) bahwa masyarakat tidak hanya dilibatkan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai agen transformasi yang aktif dalam merancang solusi sesuai dengan kebutuhan mereka.

Bantuan sarana usaha umum dan pelatihan wirausaha dari Program Desa Berdaya menunjukkan bahwa CSR PLN Corporate University telah diarahkan pada pembentukan ekosistem usaha yang lebih utuh, karena menghubungkan penyediaan sarana, peningkatan keterampilan, pendampingan, hingga advokasi legalitas usaha. Kehadiran aspek legalitas menjadi penting karena menandai perluasan orientasi program dari sekadar penguatan produksi

menuju penguatan posisi usaha dalam tata kelola ekonomi formal. Keberhasilan implementasi program ini tidak cukup dinilai dari tersalurkannya bantuan dan terselenggaranya pelatihan, melainkan dari sejauh mana kelompok usaha mampu mempertahankan produksi, memperluas pemasarannya, meningkatkan pendapatan, serta membangun kemandirian setelah fase pendampingan berakhir.

Adapun menurut Kretzmann dan McKnight dalam Adji *et al.*, (2024) yang mengagas konsep ABCD atau disebut sebagai *Asset Based Community Development* menegaskan bahwa ketika komunitas dapat mengenali dan memaksimalkan aset-aset lokal mereka, maka mereka dapat mengatasi berbagai tantangan sosial maupun ekonomi secara lebih efektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi CSR PT PLN Corporate University telah menerapkan konsep ABCD dalam membangun fondasi kewirausahaan desa yang lebih berdaya dan berkelanjutan. Program ini tidak dijalankan semata melalui pemberian bantuan peralatan, melainkan melalui dukungan yang diarahkan untuk meningkatkan kapasitas usaha, efisiensi operasional, dan daya saing kelompok penerima manfaat di Desa Cipayung dan Desa Pasir Angin. Dalam pelaksanaannya, dukungan diberikan dalam bentuk sarana produksi, perangkat usaha, fasilitas penunjang, serta pelatihan kewirausahaan yang disesuaikan dengan karakter usaha yang berkembang di masing-masing desa. CSR PLN Corporate University (UPDL Bogor) tampak bergerak dari pendekatan bantuan konsumtif menuju pemberdayaan ekonomi yang menekankan keberfungsian aset, peningkatan keterampilan, dan keberlanjutan usaha.

Pemanfaatan Komunikasi Digital dalam Program Desa Berdaya

Implementasi CSR PT PLN Corporate University dalam Program Desa Berdaya menunjukkan bahwa komunikasi digital telah diintegrasikan ke dalam proses pelaksanaan program. Pemanfaatan komunikasi digital dijalankan melalui pola kolaboratif yang menghubungkan perusahaan, mitra pelaksana, media, dan masyarakat desa dalam satu arsitektur komunikasi yang saling menopang. Dalam kerangka *stakeholder theory*, pola tersebut dapat dibaca sebagai bentuk dialog dengan pemangku kepentingan yang diarahkan untuk membangun hubungan timbal balik, nilai bersama, dan dukungan sosial terhadap program. Hal ini sejalan dengan pandangan menurut Subowo (2026) yang menegaskan bahwa CSR dalam kerangka *stakeholder theory* berfungsi sebagai strategi untuk mempertahankan dukungan sosial melalui komunikasi yang etis, partisipatif, dan selaras dengan intervensi nyata perusahaan. Pembacaan ini juga sejalan dengan temuan bahwa CSR yang dikelola melalui keterlibatan pemangku kepentingan dan dialog yang lebih intens cenderung memperkuat penerimaan sosial dan efektivitas program.

Komunikasi digital dimanfaatkan oleh CSR PT PLN Corporate University dalam Program Desa Berdaya adalah membangun *media relation* untuk menyalurkan informasi program CSR ke media *mainstream*. *Media mainstream* berfungsi untuk menyebarkan kegiatan serta membentuk legitimasi publik atas keberadaan Program Desa Berdaya. Publikasi di media *mainstream* membuat kegiatan CSR tampil sebagai program yang terukur, layak diketahui, dan memiliki nilai sosial yang diakui di luar lingkungan dan penerima manfaat langsung. kerja sama dengan media dapat membantu organisasi menyampaikan informasi secara lebih luas, menjaga konsistensi pesan, dan meningkatkan citra perusahaan di hadapan publik (Putri, 2023). Temuan ini sejalan dengan kajian komunikasi korporat yang menunjukkan bahwa peliputan media dan framing berita berpengaruh terhadap persepsi legitimasi organisasi, sementara komunikasi CSR yang *visible* dan *credible* melalui kanal digital dapat memperkuat efektivitas komunikasi organisasi kepada pemangku kepentingan. Dengan demikian, pada level eksternal, komunikasi digital dalam program ini bekerja sebagai mekanisme legitimasi dan akuntabilitas sosial.

Media sosial dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan masyarakat desa dalam menyampaikan perkembangan program dari kondisi nyata di lapangan. Hasil ini penting karena menunjukkan pergeseran posisi warga dari sekadar penerima manfaat menjadi aktor komunikasi yang ikut memproduksi narasi program. Dalam perspektif *communication for development*, fungsi media sosial semacam ini menandai praktik komunikasi yang lebih partisipatif dan komunikatif karena warga menerima pesan membagikan informasi, memperlihatkan capaian, dan mendokumentasikan proses transformasi di komunitasnya. Karena itu, pemanfaatan media sosial dalam Program Desa Berdaya dapat dipahami sebagai sarana representasi komunitas sekaligus penguatan partisipasi komunikasi warga.

Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa komunikasi digital tetap bergantung pada kapasitas sosial yang menopangnya. *Media relation* dapat memperluas eksposur program, tetapi tanpa substansi pemberdayaan yang nyata ia berisiko berhenti pada fungsi simbolik. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi digital dalam Program Desa Berdaya paling tepat dipahami sebagai penguat implementasi CSR, bukan sebagai pengganti pendampingan lapangan, interaksi tatap muka, dan kerja kolaboratif antar aktor.

Selain memperkuat komunikasi digital pada program, monitoring dan evaluasi menjadi bagian penting dalam memastikan pemanfaatan komunikasi digital pada program CSR memberikan dampak jangka panjang. Monitoring dilakukan secara berkala melalui laporan bulanan melalui diskusi grup whatsapp antara masyarakat dan tim pelaksana yang berfungsi

untuk menelusuri capaian kegiatan, mengidentifikasi hambatan pelaksanaan, serta memastikan kesesuaian antara rencana program dan realisasi di lapangan. Sementara itu, evaluasi program juga dilakukan untuk menilai dampak yang dihasilkan bagi desa, dari pemanfaatan komunikasi digital bertemu pada satu titik yang sama, yaitu penguatan keberdayaan program melalui legitimasi publik, partisipasi komunitas, serta mekanisme yang mampu memastikan bahwa program tidak berhenti pada aktivitas, tetapi menghasilkan perubahan sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

Kontribusi pengetahuan baru dari penelitian ini terletak pada temuan bahwa komunikasi digital dalam implementasi CSR PT PLN Corporate University bekerja melalui model dua jalur. Jalur pertama bersifat eksternal, yakni membangun legitimasi, visibilitas, dan akuntabilitas program melalui *media relation*. Jalur kedua bersifat internal-partisipatif, yakni memperkuat dokumentasi sosial, pelibatan warga, dan sirkulasi informasi lapangan melalui media sosial komunitas. Model ini memperluas pemahaman bahwa komunikasi digital dalam CSR pedesaan berfungsi sebagai infrastruktur relasional yang menjembatani kepentingan korporasi dengan representasi pengalaman masyarakat penerima manfaat. Hal ini sejalan dengan kajian Firdaus (2024) yang menunjukkan bahwa dialog pemangku kepentingan dalam program CSR dapat dilakukan melalui kanal digital maupun pertemuan luring, sehingga komunikasi CSR yang efektif justru menuntut kombinasi antara interaksi daring dan pendampingan langsung di lapangan. Implementasi CSR dan pemanfaatan komunikasi digital dengan demikian bertemu pada satu titik yang sama, yaitu penguatan keberdayaan program melalui legitimasi publik dan partisipasi komunitas secara simultan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi CSR PT PLN Corporate University dalam Program Desa Berdaya sebagai peraih CSR Nusantara Awards 2025 dilakukan secara strategis, dan berorientasi pada keberlanjutan. Pola tersebut terlihat dari proses perancangan program yang diawali dengan identifikasi aset masyarakat, pemetaan potensi lokal, penghubungan aset individu, kelompok, lembaga, dan lingkungan, serta pelibatan aktif masyarakat. Penyusunan *milestone*, monitoring, dan evaluasi berkelanjutan menunjukkan bahwa program tidak dijalankan secara insidental, melainkan melalui mekanisme pengelolaan yang terstruktur. Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) tercermin dalam penguatan literasi, pelatihan keterampilan, pengembangan kewirausahaan, penerapan ekonomi sirkular, dan perluasan nilai tambah komoditas lokal. Dengan demikian, Program Desa Berdaya menjadi strategi pemberdayaan yang mendorong terbentuknya ekosistem masyarakat

desa yang lebih produktif, inklusif, dan selaras dengan prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Selain itu, pemanfaatan komunikasi digital menjadi temuan penting dalam memperkuat keberlanjutan dan legitimasi sosial program. Penerapan *media relations* memungkinkan informasi CSR disalurkan ke media arus utama sehingga program memperoleh visibilitas, citra positif, dan pengakuan publik yang lebih luas. Media sosial juga berperan sebagai ruang dokumentasi sosial, penyebaran informasi kegiatan, dan pelibatan masyarakat desa dalam membangun narasi program. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa konsistensi penyebaran informasi digital masih perlu ditingkatkan agar komunikasi tidak berhenti pada publikasi sesaat, tetapi berkembang menjadi praktik komunikasi partisipatif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan Program Desa Berdaya tidak hanya bergantung pada dukungan perusahaan, tetapi juga pada kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal, mempertahankan partisipasi, dan memperluas manfaat program secara mandiri.

Sebagai bahan pengembangan program, implementasi Program Desa Berdaya perlu diperkuat melalui pelatihan literasi dan produksi konten digital bagi masyarakat desa. Pelatihan ini penting agar pemanfaatan media sosial tidak hanya berhenti pada dokumentasi kegiatan, tetapi berkembang menjadi sarana komunikasi partisipatif yang mampu menampilkan potensi desa, capaian program, serta dampak pemberdayaan secara lebih menarik. Materi pelatihan dapat mencakup seperti strategi perencanaan konten, teknik pengambilan gambar dan video, teknik editing video, penulisan *copywriting*, serta pengelolaan narasi digital yang sesuai dengan karakter program dan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya peningkatan kapasitas digital tersebut, warga desa dapat berperan lebih aktif sebagai penggerak komunikasi program, bukan hanya sebagai objek publikasi. Penguatan kemampuan digital masyarakat menjadi langkah penting untuk menjaga keberlanjutan program, memperluas jangkauan informasi, dan mendorong desa agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, W. (2023). Pemetaan sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan: Dinamika program pemberdayaan di Indonesia. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 4367–4380. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Adji, W. S., Muttaqin, M. I., Wahyudi, D., Damayanti, I. S. A., Putri, R. A., & Masyithoh, D. (2024). Optimalisasi evaluasi pembelajaran dalam Kurikulum Merdeka pada Kelompok Kerja Madrasah Ibtidaiyah Kota Batu. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 2(3), 1431–1454.

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Alim, D. R., et al. (2024). Pemberdayaan masyarakat desa melalui peningkatan kualitas pendidikan dan partisipasi sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(11), 2048–2054.
- Arifiyama, A., & Widiarti, P. W. (2022). Implementasi program *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3).
- Bastomi, A., Addiarrahman, A., & Zahara, A. E. (2023). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat: Suatu tinjauan etika bisnis Islam. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 436–457.
- Dewanto, N., Sanosra, A., Susbiyani, A., & Qomariah, N. (2024). Pengaruh kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* disclosure terhadap reputasi perusahaan dengan kepuasan masyarakat sebagai variabel intervening: Studi pada PT Kaltim Prima Coal. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 1–9.
- Fajri, C., Najih, M., Longani, K. D., Novianto, F., & Kusuma, A. (2024). Government digital communication model in *Corporate Social Responsibility* programs: Study in Gunung Kidul, Yogyakarta-Indonesia. *Komunikator*, 16(2), 172–181. <https://doi.org/10.18196/jkm.23765>
- Fitriana, A. I., & Febrianto, H. G. (2024). Pelatihan manajemen organisasi dan peningkatan kapasitas Pemuda Bina Remaja di era digital. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 4(1), 23–29. <http://dx.doi.org/10.30587/jpm.v4i1.8431>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2026). *Komunikasi korporat: Konteks teoretis dan praktis*. Prenada Media.
- Hajad, V., Saputra, I. M., Maulida, I., & Setiawan, D. (2024). Innovating *Corporate Social Responsibility*: The “Makin Mesra” initiative for poverty alleviation in West Aceh District. *Jurnal Bina Praja*, 16(2), 403–425. <https://doi.org/10.21787/jbp.16.2024.403-425>
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility: Konsep dan implementasi*. Economic & Business Publishing Penata.
- Kocurikova, A., Kopriva, J., & Tetreova, L. (2024). Unlocking the power of *Corporate Social Responsibility* communication in the online sphere: A systematic exploration. *Sustainability*, 16(6), 2296. <https://doi.org/10.3390/su16062296>
- Lukman, G. A., Raharjo, S. T., Resnawaty, R., & Humaedi, S. (2022). Pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam program kawasan ekonomi masyarakat (KEM) Bengkala: Program CSR PT Pertamina DPPU Ngurah Rai. *Share: Social Work Journal*, 12(2), 98–109. <https://doi.org/10.24198/share.v12i2.37024>
- Najamudin, F., & Al Fajar, A. H. (2024). Pemberdayaan masyarakat berbasis sumber daya lokal melalui pendekatan ABCD untuk mencapai SDG 1: Tanpa kemiskinan. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 142–158. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- Pangestu, G., & Simorangkir, R. (2025). *Corporate Social Responsibility (CSR) dan community development*. ResearchGate.

https://www.researchgate.net/publication/396661360_Corporate_Social_Responsibility_CSR_dan_Community_Development

- Perdana, F. R. (2019). Pemberdayaan berbasis partisipasi masyarakat melalui program Kampung Ramah Anak di Badran Kota Yogyakarta. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 3(1), 161–188. <https://doi.org/10.14421/jpm.2019.031-08>
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2022). *Corporate Social Responsibility* on Twitter: A review of topics and digital communication strategies' success factors. *Sustainability*, 14(24), 16769. <https://doi.org/10.3390/su142416769>
- Purba, M. S., & Kristiyani, D. N. (2025). Analisis program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Bharinto Ekatama untuk meningkatkan kepuasan masyarakat di Kecamatan Teweh Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5A), 134–152. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10252>
- Putri, N. M., & Prastowo, F. A. A. (2024). Manajemen krisis PT Pertamina Patra Niaga dalam menghadapi insiden kebakaran depot Plumpang. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(2), 406–420. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.54302>
- Sidik, B., & Nabilah, N. (2024). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Lintasarta dalam pemberdayaan masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT). *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 348–355. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.99>
- Silalahi, Z. L. E., & Pradana, B. I. (2022). Implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dampak terhadap kehidupan masyarakat. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(4), 420–427. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.4.05>
- Subowo, F. H., & Anshori, M. (2025). Kajian literatur: Perkembangan komunikasi CSR dan reputasi perusahaan. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(2). <https://doi.org/10.20961/jkm.v18i2.115339>
- Wijayanti, N. S., Wisataone, V., & Rosidah, R. (2021). Strategi prodi D3 vokasi dalam mempersiapkan lulusan yang kompeten di era industri 4.0. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 18(2), 187–201. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v18i2.53476>
- Zupti, B. A., & Fathurrahman, M. (2025). Peran Komunitas Rumah Internet dalam meningkatkan literasi informasi masyarakat di Desa 3T. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 13(1), 159–171. <https://doi.org/10.18592/pk.v13i1.16239>