

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana *public relations* PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Jember dalam menggunakan strategi komunikasi dengan melihat aspek budaya dan komunikasi CSR. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Telkom Witel Jember dengan menggunakan aspek komunikasi dan budaya CSR. Selain itu untuk melihat apakah Telkom Witel Jember dalam melakukan komunikasi CSR menggunakan identifikasi yang sesuai dengan tahapan strategi PR saat pelaksanaan program CSRnya yaitu Program Kemitraan. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi kualitatif dimana peneliti akan memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi dan wawancara. Berdasarkan penelitian tim *public relations* PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Jember menggunakan strategi PR, yaitu *Defining The Problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, Evaluating The Program*. PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Jember juga menggunakan aspek komunikasi CSR, yaitu *Communication, Communication Forms, Communication Subjects, Communication Content*, dan budaya CSR yaitu *Power Distance, Individualism/Collectivism, Masculinity/Feminism, Uncertainty Avoidance*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Strategi Public Relations, Budaya CSR, Komunikasi CSR*.