

ABSTRAK

Penelitian ini membahas implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai program *Public Relations* (PR) dalam pelayanan kesehatan masyarakat dengan studi kasus program pengobatan gratis PT. Bukit Asam (PTBA). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana CSR sebagai program PR dapat menjalankan aktivitas pelayanan kesehatan masyarakat serta mengidentifikasi faktor pendukung dan hambatan dalam pelaksanaannya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori manajemen relasi serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pengobatan gratis yang dijalankan PTBA bersama Rumah Sakit Bukit Asam Medika (RSBAM) efektif dalam membangun citra positif perusahaan dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Faktor pendukung meliputi kerja sama yang solid antara PTBA dan RSBAM, distribusi informasi yang tertata, serta antusiasme masyarakat. Adapun hambatan yang dihadapi adalah keterbatasan fasilitas, frekuensi pelaksanaan yang masih minim, dan belum meratanya sosialisasi program. Kesimpulannya, CSR sebagai bagian dari PR berkontribusi terhadap citra perusahaan, serta memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan fasilitas layanan, perluasan sosialisasi, dan penjadwalan ulang program agar lebih fleksibel dan merata.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Kesehatan, Perusahaan, *Public Relations*.

ABSTRACT

This study examines the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) as a Public Relations (PR) program in community healthcare services, using the free medical treatment program of PT Bukit Asam (PTBA) as a case study. The research aims to understand how CSR, as a PR initiative, carries out healthcare services for the community and to identify supporting and inhibiting factors in its implementation. A descriptive qualitative approach was employed, with data collection techniques including in-depth interviews, participatory observation, and document studies. The findings reveal that the free medical treatment program conducted by PTBA in collaboration with Bukit Asam Medika Hospital (RSBAM) is effective in building a positive corporate image and strengthening community relations. Supporting factors include solid cooperation between PTBA and RSBAM, well-organized information dissemination, and strong community enthusiasm. However, challenges such as limited facilities, infrequent program execution, and uneven program socialization remain. In conclusion, CSR, as part of PR efforts, not only contributes to the company's image but also delivers tangible benefits for community welfare. This study recommends enhancing service facilities, expanding outreach, and implementing a more flexible and frequent program schedule.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Health, Company, Public Relations.*