

ABSTRAK

***Strategic Planning for Public Relations* Pada Program PFpreneur Pertamina Foundation**

Zalva Belladonna¹⁾, Fasya Syifa Mutma²⁾, Fathiya Nur Rahmi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Pandemi Covid-19 yang muncul sejak pertengahan tahun 2020 berpengaruh terhadap perekonomian, salah satunya ialah penurunan UMKM milik perempuan sebanyak 75%. Hal itu mendorong Pertamina Foundation untuk membuat suatu program pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan, yaitu PFpreneur yang bertujuan untuk membantu mengembangkan minat serta meningkatkan potensi UMKM perempuan yang mengalami penurunan drastis akibat pandemi Covid-19. Dalam penerapannya, Pertamina Foundation menerapkan *Corporate Social Responsibility* pada program tersebut. Program PFpreneur yang baru berjalan 3 tahun ini telah berhasil membantu para UMKM binaannya untuk bersaing dan menjual produknya di ranah internasional. Dengan adanya pencapaian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *Strategic Planning For Public Relations* pada program PFpreneur Pertamina Foundation. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma postpositivisme dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pertamina Foundation menggunakan semua langkah perencanaan strategis *public relations* yang memiliki empat fase yaitu *formative research*, strategi, taktik, dan evaluasi yang mencakup sembilan tahap dan dapat mendukung Pertamina Foundation dalam merencanakan program PFpreneur Pertamina Foundation. Dari hasil penelitian, diharapkan dapat memberikan gambaran terkait proses *Strategic Planning For Public Relations* pada program PFpreneur Pertamina Foundation.

Kata kunci: Perencanaan Strategis, *Corporate Social Responsibility*, PFpreneur, Pertamina Foundation

Pustaka : 53

Tahun Publikasi : 2013 - 2023