**ABSTRAK**

**Penelitian yang berjudul: “FUNGSI *CORPORATE COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN CITRA MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* CSR PERUSAHAAN DI.PT INDONESIA POWER UBP KAMOJANG”**

**Penelitian ini difokuskan untuk memahami strategi *corporate communication* dalam meningkatkan citra. Kemunculan korporat komunikasi dalam sebuah perusahaan tak lepas dari itu perusahaan selalu memberikan suatu kepercayaan dengan korporat komunikasi.  Hal ini dimanfaatkan oleh *public relation* PT. Indonesia Power UBP Kamojang dalam meningkatkan citra perusahaan dan hal ini sangat meningkatkan suatu citra perusahaan dan sangat efektif untuk nilai perusahaan di mata perusahaan.**

**Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori Pembentukan Citra dari pemikiran John S Nimpoeno sebagai dasar penelitian. *Corporate communication* bertugas untuk penyebaran semua informasi oleh sebuah divisi ahli sebuah organisasi, mengetahui apa yang masuk sebelum kesadaran, dengan tujuan umum meningkatkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan lisensi untuk beroperasi. Proses ini memerlukan penggabungan dari apa yang nampak dan apa yang ada dalam gambaran sebuah perusahaan.**

**Hasil penelitian menunjukan hadirnya *corporate communication* dalam meningkatkan citra perusahaan . Hal itu ditegaskan bahwa kegiatan *corporate communication* dapat mendorong naiknya *corporate idendity* dan *corporate culture* yang cepat dari suatu perusahaan. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi yang kian pesat menambah kegiatan *corporate communication* ini lebih banyak di terima oleh para masyarkat luas. *Corporate communication* dalam meningkatkan citra perusahaan merupakan sebuah cerminan masa depan dari sebuah perusahaan PT Indonesia Power dalam rangka mewujudkan sebuah budaya organisasi suatu perusahaan yang sebagaimana harus di jalaninya, karena dengan ini masyarakat pasti tahu bagaimana suatu perusahaan tersebut dan apa saja aplikasi atau program bagi masyarakat yang berada di wilayah perusahaan tersebut, di tambah oleh peran media yang sangat maju sekarang masyarakat tinggal melihat website perusahaan tersebut.**

**Perusahaan yang melakukan kegiatan *corporate communication* dalam meningkatkan citra perusahaan membuat segala hal oleh perusahaan yang lakukan menjadi mudah dan efektif dalam pencapain target. Latar belakang dari kegiatan yang di lakukan untuk kalangan masyarakat agar perusahaan di terima di sekitar mereka.**

**ABSTRACT**

**The study, entitled: "FUNCTION CORPORATE IMAGE IN IMPROVING COMMUNICATION COMPANY IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CSR AT PT INDONESIA POWER UBP KAMOJANG "**

**This research is focused on understanding the corporate communications strategy in enhancing the image. The emergence of corporate communication in a company can not be separated from the company always provides a trust with corporate communications. This is used by public relations PT. Indonesia Power UBP Kamojang in improving the company's image and it greatly improves a company's image and is very effective for the company's value in the eyes of the company.**

**This research method using qualitative research method using the theory Formation of image of the thought of John S Nimpoeno as basic research. Corporate communication charge for the dissemination of all information by a specialist division of an organization, knowing what comes before consciousness, with the common goal to improve organizational capability to maintain a license to operate. This process requires the incorporation of what is visible and what is in the image of a company.**

**The results showed the presence of corporate communications in improving the company's image. It was affirmed that corporate activities can encourage increased corporate communication and corporate culture Idendity faster than a company. Backed by the development of information technology is growing rapidly add corporate communications activity is more widely accepted by the public widely. Corporate communication in enhancing the corporate image is a reflection of the future of a company PT Indonesia Power in order to create an organizational culture of a company which, as must live it, because with these people certainly know how a company and any applications or programs for the community the company is in the region, plus the role of the media is very advanced now people just look at the company's website.**

**Companies that perform corporate communications activities in improving the company's image to make everything by companies that do become easy and effective in achievement of the target. The background of the activities undertaken for the community that the company received around them.**

**RINGKESAN**

**Panaluntikan, dijudulan: "KAGUNAAN KOMUNIKASI PERUSAHAAN DINA NGARONJATKEUN PERUSAHAAN NGALALUI PROGRAM BAKTI KA MASYARAKET DI PT INDONESIA POWER UBP KAMOJANG"**

**Panaluntikan ieu di paparkeun kana hiji fokusan kanggo netelakeun strategi corporate communication dina ngaronjatkeun perusahaan. Kadatangan korporat komunikasi dina hiji perusahaan teu lepas tinu tadi nu di paparkeun nyaeta kumaha sistem korporat nu aya dina perusahaan sewang-sewangan. Ku kituna ha lieu di manfaatkeun ku pihak humas PT. Indonesia Power kanggo ngaronjakeun perusahaannana sareng ku efektifna ieu korporat the tiasa di tampi ku masyarakat sabudeureun perusahaan.**

**Metode panaluntikan ieu ngagunakeun metode panaluntikan kualitatif sareng ngagunakeun teori Pembentukan Citra tina pamikiran John S Nimpoeno kanngo dasar panaluntikan. Korporat komunikasi mancen kanggo paluasan info ti salah hiji divisi nu ahli organisasi, katerangan nu lebet saacan kasadaran, kanngo tujuan umum ngaronjatkeun kamampuan organisasi kanngo memepertahankeun lisensi kanggo beroprasi. Proses ieu merlukeun gabungan ti naon bae nu Nampak sareng naon wae nu aya tina gambaran perusahaan.**

**Hasil panaluntikan nunjukeun ayana korporat komunikasi tini ngaronjatkeun perusahaan. Hal ieu di tegeskeun nyaeta kagiatan korporat komunikasi tiasa ngadorong naekna korporat identitas sareng budaya korporat nu tereh ti salah sahiji perusahaan. Di dukung ku perkembangan teknologi wayah kiwari informasi nu hebat nambihan korporat komunikasi langkung seueur nu narima ti masyarakat. Korporat komunikasi ti salah sahiji perusahaan kanggo ngaronjatkeun perusahaan nyaeta sabagai cerminan kanggo perusahaan ka payuna pikeun di tarima ku masyarakat nu aya di sabudeureun perusahaan.**

**Perusahaan nu ngalakukeun kagiatan korporat komunikasi tinu ngaronjatkeun perusahaan ngadamel sagala hal kanggo langkung efektif sarta kacapai ieu target. Latar tinu kagiatan nu di laksanakeun kanggo kalangan masyarakat nu luas sareng khususna nu aya di sabudeureun perusahaam**