

RINGKESAN

Panalungtikan ieu ngulik strategi *Public Relations* dina ningkatkeun citra pausahaan di PT Perkebunan Nusantara I Regional 2 dina kaayaan dinamika isu komunikasi jeung persepsi publik. *Public Relations* teu ngan saukur boga peran salaku panyampai informasi, tapi ogé salaku pangatur komunikasi strategis dina ngawangun citra pausahaan. Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis strategi *Public Relations* ngaliwatan tahapan *formative research*, *strategy*, *tactics*, jeung *evaluative research*. Métonde anu digunakeun nyaéta kualitatif kalayan pendekatan deskriptif, kalayan téknik ngumpulkeun data ngaliwatan wawancara jero (mendalam), observasi, jeung dokumentasi anu dikuatkeun ku triangulasi sumber nu ngalibetkeun informan inti, informan ahli, jeung informan pendukung. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén strategi *Public Relations* dilaksanakeun sacara sistematis jeung terus-terusan, dimimitian ti tahap *formative research* ngaliwatan idéntifikasi isu, media monitoring, jeung pemetaan *stakeholder*; tahap *strategy* anu nekenkeun kana nyusun komunikasi anu akurat, transparan, jeung responsif kana isu; tahap *tactics* ngaliwatan pangelolaan média sosial, publikasi kontén, media *relations*, sarta program Tanggung Jawab Sosial jeung Lingkungan (TJSL); nepi ka tahap *evaluative research* ngaliwatan analisis pemberitaan, sentimen publik, *survey stakeholder*, sarta pangukuran kinerja internal. Panalungtikan ieu nunjukkeun yén strategi *Public Relations* anu terstruktur mampu nguatkeun citra pausahaan sarta ngawangun hubungan anu terus lumangsung jeung publik sarta *stakeholder*.

Kecap konci: *Public Relations*, strategi komunikasi, citra pausahaan, *stakeholder*, TJSL