

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi *Public Relations* Dalam Menjaga Citra Positif Perusahaan (Studi Pada PT.Pelabuhan Indonesia (Pelindo Regional 1) Lhokseumawe di mata masyarakat dan untuk mengetahui citra positif PT Pelindo Regional 1 dan hambatan dalam melaksanakan strategi *public relations* di PT Pelindo Regional 1 Lhokseumawe. Hasil penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi *public relations* dalam menjaga citra positif perusahaan, dengan studi kasus pada PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo Regional 1) Lhokseumawe. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang melibatkan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pelindo Regional 1 Lhokseumawe menerapkan berbagai strategi komunikasi *public relations* yang efektif, seperti program *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen media, dan komunikasi persuasif melalui media sosial. Hambatan utama yang dihadapi dalam menjaga citra positif perusahaan meliputi keterbatasan infrastruktur pelabuhan dan isu lingkungan. Perusahaan berupaya mengatasi hambatan ini dengan melakukan investasi dalam pengembangan infrastruktur dan penerapan teknologi ramah lingkungan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi dan praktik *public relations*, serta menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam mengelola citra positif di mata publik.

Kata kunci : Strategi, *Public Relations*, Citra

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the Public Relations Communication Strategy in Maintaining a Positive Image of the Company (Study at PT. Pelindo Indonesia (Pelindo Regional 1) Lhokseumawe in the eyes of the public and to determine the positive image of PT Pelindo Regional 1 and the obstacles in implementing the public relations strategy at PT Pelindo Regional 1 Lhokseumawe. The results of this research are to analyze public relations communication strategies in maintaining a positive company image, with a case study at PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo Regional 1) Lhokseumawe documentation as a data collection technique. Research results show that PT Pelindo Regional 1 Lhokseumawe implements various effective public relations communication strategies, such as Corporate Social Responsibility (CSR) programs, media management, and persuasive communication through social media. The company's positives include limited port infrastructure and environmental issues. The company seeks to overcome these obstacles by investing in infrastructure development and implementing environmentally friendly technologies. It is hoped that the findings of this research can contribute to the development of communication theory and public relations practice, as well as become a reference for other companies in managing a positive image in the eyes of the public.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Image*