

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya peran *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong, Tanjung Keliling dalam mengelola komunikasi antara perusahaan dan masyarakat sekitar perkebunan, yang berdampak pada persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran *Public Relations* dalam membangun citra positif perusahaan serta mengelola komunikasi antara masyarakat dan perusahaan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan informan yang terdiri dari pihak *Public Relations*, staf CSR, karyawan, kepala desa, pemuda, serta masyarakat sekitar perkebunan. Analisis data menggunakan Model Excellent *Public Relations* dari J.E. Grunig dan Teori Citra dari Frank Jefkins. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Public Relations* PT Langkat Nusantara Kepong berperan sebagai komunikator dan mediator dalam membangun citra positif perusahaan melalui penyampaian informasi, komunikasi dua arah, penyaluran aspirasi masyarakat, serta pembinaan hubungan harmonis dengan publik eksternal. Berdasarkan Model Excellent *Public Relations* dan Teori Citra Frank Jefkins, peran tersebut telah berjalan cukup baik, meskipun masih ditemukan kendala pada pemerataan informasi dan responsivitas terhadap aspirasi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan disarankan meningkatkan keterbukaan komunikasi, evaluasi komunikasi secara berkala, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat guna mempertahankan citra positif perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Public Relations*, Citra Positif Perusahaan, Komunikasi Perusahaan, , PT Langkat Nusantara Kepong Tanjung Keliling.