

ABSTRAK

PT Semen Tonasa adalah industri semen yang sebagian besar pasarnya adalah Indonesia Tengah dan Indonesia Timur. Setiap industri atau perusahaan termasuk PT Semen Tonasa terdapat bagian Humas (*public relations*). Pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kegiatan utama pada bagian Humas dalam upaya meningkatkan citra perusahaan. Namun di PT Semen Tonasa, Humas dan *Corporate Social Responsibility* adalah dua bagian yang berbeda. Seksi Humas termasuk dalam bagian sekretaris perusahaan, sementara *Corporate Social Responsibility* memiliki departemen tersendiri yaitu Departemen CSR dan Umum. Citra perusahaan sebagian besar di dapat dari dua bagian tersebut. Setiap bagian yang ada di PT Semen Tonasa memiliki strategi dan perannya masing-masing termasuk Humas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Humas PT Semen Tonasa dalam meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, metode deskriptif, dan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian penulis, Humas PT Semen Tonasa memiliki lima strategi dalam upaya meningkatkan citra PT Semen Tonasa. Lima strategi tersebut adalah strategi operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial Humas, pendekatan kerja sama, serta pendekatan koordinatif dan integratif.

Kata Kunci: strategi humas, citra perusahaan