

ABSTRAK

Public Relations memiliki peran penting bagi suatu perusahaan sebagai penghubung antara publik internal dan publik eksternal. Perkembangan zaman pada masa kini membuat Praktisi PR harus dapat memahami strategi apa yang dapat diterima oleh publik. PT Jasa Indonesi (Jasindo) Cabang Bali bisa dikatakan sebagai Kantor Cabang Jasindo yang berprestasi di internal PT Jasa Indonesia (Jasindo) itu sendiri, ini dibuktikan dengan prestasi PT Jasa Indonesia (Jasindo) Cabang Bali yang meraih sebagai kantor cabang terbaik selama tiga tahun berturut-turut pada cabang kelas tiga dan pertengahan tahun ini berhasil naik kelas karena mengalahkan cabang-cabang lain yang berada di peringkat bawah pada cabang kelas dua se-Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi public relations program Petani Bali sadar asuransi PT Jasa Indonesia cabang Bali. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data. Lalu penulis mengaitkan dengan strategi *public relations* milik D. Ronald Smith yang merumuskan bentuk langkah-langkah strategi *public relations* sebagai berikut *evaluative research, strategy, tactics* dan *evaluative research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* PT Jasa Indonesia (Jasindo) Cabang Bali dalam menjalankan program Petani Bali sadar asuransi sudah optimal karena telah berhasil mencapai target dari program itu sendiri sudah tercapai.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, Petani, Asuransi, Jasindo, Bali