

ABSTRAK

PT. Star Energy Geothermal sebagai produsen *energy* panas bumi yang terkemuka di Indonesia memerlukan suatu praktisi untuk menjaga reputasi baik di hadapan umum atau perusahaan lain. *Public relations* merupakan bagian strategis baik pada perusahaan yang berperan untuk meyakinkan masyarakat tentang keamanan tenaga listrik baru ini. Penciptaan citra positif diciptakan dalam bentuk yang sebaik mungkin pada penerapan program kerja yang kemudian disebar dengan pemanfaatan media digital. Penelitian ini mengaitkan teori *impression management* Erving Goffman (1959) sebagai tolak ukur dari presensi keberhasilan praktisi *public relations* PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited dalam menjalankan tugasnya. Metodologi penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan, mengilustrasikan, serta mengungkap peristiwa yang lebih detail terkait peran *public relations* digital ketika membentuk citra perusahaan PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited. Sebagai bagian dari strategi PR PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited, meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program melalui media digital. Dalam implementasinya, Tim PR menganalisis dan mengidentifikasi masalah melalui sosialisasi program, menyusun data informasi, serta mempublikasikan program *public relations* melalui teknik penyampaian dan pendekatan praktis dan media digital sebagai perencanaan dan pelaksanaan. Evaluasi program dilakukan dalam mengatasi hambatan yang meliputi kegiatan monitoring dan presentasi hasil laporan kerja. Pada implementasi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program tim *public relations* PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited yang diterapkan telah memperlihatkan proses implementasi strategi yang efektif dan efisien dalam mengkoordinasikan melalui kegiatan sosialisasi program untuk menyinkronkan perencanaan terhadap pelaksanaan yang akan diterapkan dalam menjaga citra perusahaan, membangun hubungan positif dengan khalayak, serta mencapai tujuan-tujuan perusahaan secara efektif.

Kata Kunci: *Public Relation*, Media Digital, Citra