

ABSTRAK

PT. Natural Nusantara sebagai perusahaan yang bergerak dalam sektor pertanian, hadir untuk membantu memberikan solusi dalam menghadapi berbagai tantangan yang muncul dalam sektor pertanian. Upaya ini dilakukan oleh PT. Natural Nusantara dengan memanfaatkan *public relations* untuk dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kontribusi perusahaan dalam menghadapi tantangan tersebut. Melalui strategi *public relations* yang terencana, PT. Natural Nusantara tidak hanya berusaha membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun citra positif perusahaan agar dapat terus mempertahankan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* sebagai upaya membangun citra PT. Natural Nusantara dan untuk mengetahui bagaimana citra PT. Natural Nusantara di benak masyarakat. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui teknik wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Natural Nusantara menerapkan tahapan strategi *public relations* secara komprehensif. Melalui pendekatan komunikasi yang mengedepankan rasa kekeluargaan, melaksanakan berbagai program dengan terencana seperti Program Tematik dan Program *Meet and Greet*, dan melakukan berbagai inisiatif lainnya pun mampu membangun citra positif PT. Natural Nusantara. Terbukti dari PT. Natural Nusantara sebagai perusahaan yang menjalankan sistem bisnis *multi level marketing* berhasil di pandang sebagai perusahaan yang dapat dipercaya, memiliki karakteristik tersendiri, dan mampu menunjukkan sikap yang baik.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, PT. Natural Nusantara, Citra Perusahaan

ABSTRACT

PT Natural Nusantara as a company engaged in the agricultural sector, is here to help provide solutions in facing various challenges that arise in the agricultural sector. This effort was made by PT Natural Nusantara by utilizing public relations to be able to help increase public understanding of the company's contribution in facing these challenges. Through a planned public relations strategy, PT Natural Nusantara is not only trying to help improve the quality of life of the community, but also as a strategy to build a positive image of the company in order to continue to maintain business. This research aims to find out the public relations strategy as an effort to build the image of PT Natural Nusantara and to find out how the image of PT Natural Nusantara in the minds of the public. The research method uses descriptive qualitative by collecting data through interview techniques, documentation, and literature study. The results showed that PT Natural Nusantara implemented the stages of a comprehensive public relations strategy. Through a communication approach that prioritizes a sense of family, implementing various planned programs such as the Program Tematik and Program Meet and Greet, and carrying out various other initiatives, PT Natural Nusantara is able to build a positive image. It is proven that PT. Natural Nusantara as a company that runs a multi-level marketing business system is successfully viewed as a company that can be trusted, has its own characteristics, and is able to show a good attitude.

Keywords: *Public Relations Strategy, PT. Natural Nusantara, Company Image*