

ABSTRAK

Dalam meningkatkan citra perusahaan *Public Relations* memegang peran penting untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam kasus ini pengembangbiakan ayam dengan jumlah besar di Farm 4 PT. Vista Agung Kencana memberikan dampak negatif yang dirasakan oleh Masyarakat sekitar, terutama dengan munculnya aroma tidak sedap dan banyaknya serangga seperti lalat. Dampak ini tidak hanya mempengaruhi lingkungan fisik tetapi juga menimbulkan masalah sosial yang dapat merusak citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan dan menjaga lingkungan serta para *stakeholder*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT. Vista Agung Kencana Farm 4 dalam meningkatkan citra perusahaan. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, melalui observasi, dokumentasi, wawancara, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Penelitian ini menggunakan teori manajemen reputasi oleh Charles J. Fombrun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* PT. Vista Agung Kencana Farm 4 melibatkan pelaksanaan program CSR yang dirancang berdasarkan kebutuhan masyarakat, seperti pembagian telur ayam, program anak asuh, dan CSR berupa bantuan sarana ibadah, sarana olahraga dan sarana umum untuk desa payalingsung. Perusahaan juga menekankan pentingnya strategi komunikasi yang baik untuk menghindari kesalahpahaman serta menunjukkan respons cepat dalam menangani keluhan masyarakat, seperti masalah serangga lalat, dengan melakukan fogging. Upaya ini memastikan hubungan harmonis dan lingkungan yang bersih dan nyaman.

Kata Kunci : *Public Relations*, Strategi *Public Relations*, Citra Perusahaan

ABSTRACT

In improving the company's image, Public Relations plays an important role in achieving this goal. in this case, breeding chickens in large numbers at Farm 4 PT. Vista Agung Kencana has had a negative impact felt by the local community, especially with the appearance of unpleasant odors and the large number of insects such as flies. This impact not only affects the physical environment but also causes social problems that can damage the company's image. Therefore, companies have a responsibility to pay attention to and protect the environment and stakeholders. This research aims to determine the Public Relations strategy of PT. Vista Agung Kencana Farm 4 in improving the company's image. The method used is descriptive with a qualitative approach, through observation, documentation, interviews, memos and other official documents. This research uses reputation management theory by Charles J. Fombrun. The research results show that the Public Relations strategy of PT. Vista Agung Kencana Farm 4 involves implementing CSR programs designed based on community needs, such as distributing chicken eggs, foster children programs, and CSR in the form of assistance for religious facilities, sports facilities and public facilities for Payalingkung village. The company also emphasizes the importance of a good communication strategy to avoid misunderstandings and shows a quick response in dealing with public complaints, such as the problem of fly insects, by carrying out fogging. These efforts ensure harmonious relationships and a clean and comfortable environment.

Keywords: *Public Relations, Strategy Public Relations, Corporate Image*