

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN  
CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir  
Dalam Membantu Melawan Covid-19 di Indonesia)**

**Fitra Darmawan**

**ABSTRAK**

Citra Perusahaan melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*), bukan hanya kegiatan beramal namun mewajibkan sebuah perusahaan untuk mengambil keputusan dengan betul-betul untuk memperkirakan dampak kepada semua pemilik kepentingan perusahaan terutama lingkungan. Oleh karena itu, disusun strategi PR untuk CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara proses strategi *Public Relations* dan program apa saja yang dilakukan *Public Relations* PT. Tiki JNE dalam mempertahankan citra perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* dalam membantu melawan virus Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus untuk dijadikan sebagai strategi penelitiannya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer (wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan) dan sekunder (studi pustaka dan hasil penelitian sebelumnya). Peneliti mencari informasi dengan menentukan satu *key informan* dan tiga informan. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* yang dilakukan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yaitu dengan strategi pendekatan tanggung jawab sosial, melalui kegiatan program *Corporate Social Responsibility* dalam mewujudkan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Dalam proses praktisi *Public Relations* melalui manajemen strategik dalam menentukan strategi dan tahapan pelaksanaan program yaitu mengidentifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. Dari proses strategi ini yang dilakukan menghasilkan hasil yang efektif untuk menjalankan program CSR PT. Tiki JNE dalam membantu penanganan wabah covid-19 dan mewujudkan citra perusahaan yang positif.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Public Relations*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN DEFENDING THE IMAGE OF THE COMPANY THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES (Study in Program PT .Tiki Nugraha Ekakurir in Help Against Covid-19 in Indonesia )***

**Fitra Darmawan**

**ABSTRACT**

*Corporate image through CSR (Corporate Social Responsibility), is not only a charitable activity but requires a company to make a real decision to estimate the impact on all stakeholders of the company, especially the environment. Therefore, a PR strategy for CSR is prepared. The purpose of this study is to find out how to process the Public Relations strategy and what programs are carried out by PT. Tiki JNE in maintaining the company's image through Corporate Social Responsibility in helping to fight the Covid-19 virus in Indonesia. This research uses descriptive qualitative research methods. This study uses a case study strategy to serve as its research strategy. Data collected in the study consisted of primary data (interviews, documentation and literature studies) and secondary (literature studies and previous research results). Researchers look for information by determining one key informant and three informants. Data analysis techniques using qualitative data analysis consisting of data collection, data reduction, data presentation and conclusions and verification. The data validity technique uses triangulation techniques. The results showed that the Public Relations strategy undertaken by PT. Tiki Path Nugraha Ekakurir is a strategy of social responsibility approach, through Corporate Social Responsibility program activities in realizing a good corporate image in the eyes of the public. In the process of Public Relations practitioners through strategic management in determining the strategy and stages of program implementation that is identifying problems, planning, implementation, evaluation. From this strategic process carried out to produce effective results to run the CSR program of PT. Tiki JNE in helping to deal with the covid-19 outbreak and creating a positive corporate image.*

**Keywords:** *Corporate Image, Corporate Social Responsibility, Public Relations*