

ABSTRAK

Prediksi resesi pada akhir tahun 2023 menjadikan peran Public Relations (PR) sebagai garda terdepan perusahaan untuk mempertahankan eksistensi melalui citra yang positif. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran PR dalam membangun citra baik perusahaan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa peran PR dalam membangun citra baik perusahaan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun dilakukan melalui Kampanye PR dengan menerapkan enam tahapan yaitu identifikasi tujuan dan sasaran, analisis situasi, penentuan strategi, perencanaan taktik, implementasi, monitoring dan evaluasi. Upaya membentuk perusahaan yang *favoritable* mengacu pada Maklumat Pelayanan berupa Layanan PRIMA, publikasi informasi dan laporan tahunan melalui media sosial, serta memiliki Aplikasi *Whistle Blowing System*. Upaya membangun *goodwill* melalui penerapan etika berdasarkan nilai budaya serta Layanan PRIMA, pelaksanaan pelatihan pegawai, kegiatan *focus group discussion, gathering*, monitoring dan evaluasi, memberikan pelatihan kepada ahli waris, serta publikasi informasi melalui media yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers. Upaya menciptakan *mutual understanding* melalui kunjungan, sosialisasi dan memberikan pengarahannya secara tatap muka. Implementasi CSR melalui program yang serupa yaitu program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan berupa kegiatan *Employee Volunteering*.

Kata kunci: *Public Relations, citra baik, BPJS Ketenagakerjaan*