

Abstrak

Community relations adalah hubungan dan interaksi antara suatu perusahaan atau organisasi dengan masyarakat di sekitarnya, termasuk warga lokal, pemangku kepentingan, dan kelompok lain yang terpengaruh oleh kegiatan perusahaan. *Community relations* dilakukan untuk membangun hubungan positif dan memberikan manfaat kepada masyarakat di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *community relations* PT. Elnusa Tbk, pengimplementasian strategi *community relations* PT. Elnusa Tbk dan hambatan *community relations* PT. Elnusa Tbk di wilayah kerja Rokan, Provinsi Riau. Paradigma pada penelitian ini adalah post-positivisme. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Elnusa Tbk menggunakan empat strategi *Community Relations* yaitu *Building Sustainable Relationships Of Trust*, *Managing Community Issues and Concerns*, *Using Community Support Programs To Build Trust* dan *Collaboration With Media*. Strategi ini diimplementasikan kepada masyarakat di wilayah Rokan melalui program *Fact Finding*, sosialisasi, komunikasi dengan lembaga sosial masyarakat, kerja sama dengan lembaga sosial masyarakat, program dukungan masyarakat dan melakukan kolaborasi dengan media. Hambatan dalam penerapan strategi *community relations* adalah perbedaan budaya dan pemberitaan negatif kegiatan *project*