

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan perusahaan melakukan transformasi media digital agar informasi yang disampaikan dapat tepat sasaran. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, PT. Bank Aceh Syariah telah melakukan transformasi media digital dengan baik sejak lama. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT. Bank Aceh Syariah dalam melakukan transformasi media digital dan bagaimana perubahan yang dirasakan oleh audiens selaku penerima informasi dari transformasi media digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, sedangkan model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Strategi Humas yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas PT. Bank Aceh Syariah telah melakukan perencanaan program sesuai dengan tahapan yang ada pada Model Humas Cutlip & Center.

Kata Kunci : *New Media*, Strategi Humas, Transformasi Media Digital.