

## ABSTRAK

Perubahan perusahaan pada transformasi *digital* pada teknologi informasi membuat aktivitas dan perangkat *digital* saling terhubung dengan internet, pada perubahan tersebut perusahaan melibatkan proses, strategi, dan struktur penggunaan teknologi dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga perusahaan akan menjadi lebih efisien pada bisnis serta sesuai dengan tujuan perusahaan salah satunya mengharuskan *public relations* (PR) konvensional untuk menerapkan *Digital Public Relations* (Digital PR) dalam membangun komunikasi, citra, dan reputasi perusahaan melalui *digital* dalam memberikan informasi. Maka dari itu diterapkan Digital PR agar dengan mudah penyebaran informasi dengan mudah sehingga Strategi Digital PR PT Pegadaian memiliki strategi dalam memberikan informasi sehingga publik menjadi tau terkait PT Pegadaian dan adanya kecenderungan untuk memberikan nuansa akan anggapan publik terhadap PT Pegadaian yang kini beralih ke *digital* serta mengubah target pasar yaitu generasi milenial empat konsep yang digunakan PR PT Pegadaian dalam strategi Digital PR yaitu *Transparancy*, *Internet As an Agent*, *Richness In Content*, dan *Reach* dalam melakukan kegiatan *Digital PR*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui mengetahui peran PR dalam mengimplementasikan strategi Digital PR dalam mendukung transformasi *digital* PT Pegadaian dan Mengetahui strategi Digital PR dalam mendukung transformasi *digital* PT Pegadaian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menjabarkan fenomena yang terjadi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dan strategi Digital PR pada praktiknya dalam mensosialisai transformasi *digital* PT Pegadaian peran PR dalam mengimplementasi Digital PR.

Kata Kunci: *Public Relations* ,Strategi Digital PR, Transformasi *digital*