

ABSTRAK

PT Hutama Karya dengan salah satu proyeknya yakni Jalan Tol Trans Sumatera memicu menimbulkan krisis karena beberapa faktor pembangunan, sehingga diperlukan strategi komunikasi agar bisa menjalin relasi dengan stakeholder untuk mengatasi hal tersebut . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi eksternal yang dilakukan Hutama Karya dilihat dari kesesuaian pada teori komunikasi external menurut Suranto AW (2015) dengan memuat unsur pola komunikasi eksternal antara perusahaan dengan stakeholder. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi eksternal di Hutama Karya dilakukan melalui tahapan manajemen komunikasi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Implementasinya dilakukan melalui beberapa program seperti *campaign*, *Focus Group Discussion*, optimalisasi media sosial, audiensi bersama pemerintah daerah, dan membina media. Komunikasi eksternal membantu Hutama Karya dalam menjalin relasi yang baik dan kerjasama dengan para stakeholder. Hal tersebut dibuktikan dengan penghargaan Hutama Karya di bidang komunikasi yang didapat sepanjang 2022.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Komunikasi Eksternal, Strategi Komunikasi