

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tantangan dan strategi Humas PT Telkom Regional 1 Sumatera dalam membangun citra positif melalui media Instagram. Adanya transformasi organisasi dan perubahan struktural, terutama rangkap fungsi, menghambat peran Humas dalam memenuhi tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas dalam membangun citra di PT Telkom Regional 1 Sumatera melalui media Instagram. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan, strategi yang dijalankan, serta efektivitasnya. Teori manajemen *public relations* menjadi dasar dalam merancang strategi Humas untuk membangun citra positif perusahaan. Hasil penelitian ini mengungkapkan Humas Telkom Regional 1 Sumatera memulai dengan mendefinisikan masalah melalui observasi terhadap kondisi perusahaan melalui media. Proaktif mencari dan mengatasi informasi negatif, langkah kedua melibatkan pembuatan rencana dan program. Tahap pelaksanaan program dan komunikasi memaksimalkan media Instagram sebagai media utama. Terakhir, evaluasi program dilakukan secara rutin untuk menilai pencapaian target dan mengidentifikasi peluang perbaikan. Saran bagi objek penelitian dan penelitian selanjutnya mencakup perluasan subjek penelitian hingga ke Telkom Indonesia sebagai kantor pusat, serta evaluasi dampak rangkap fungsi setelah satu tahun implementasi. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami dinamika strategi Humas di tengah transformasi organisasi dan mendukung pengembangan penelitian lanjutan.

**Kata kunci:** *Citra, Humas, Media Sosial, Teori Manajemen Public Relations, Telkom Regional*