

ABSTRAK

Pelecehan seksual di lingkungan kerja merupakan masalah serius yang dihadapi PT Arteria Daya Mulia, di mana karyawan perempuan, yang hanya berjumlah 30-35% dari total karyawan, menjadi kelompok yang rentan terhadap pelecehan. Menyadari hal ini, perusahaan meluncurkan kampanye pencegahan pelecehan seksual dengan fokus pada menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan inklusif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kampanye tersebut serta mengevaluasi strategi komunikasi *public relations* (PR) yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan model komunikasi Cutlip, Center, dan Broom, yang terdiri dari tahapan pencarian fakta (*fact-finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan evaluasi (*evaluation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran karyawan mengenai pelecehan seksual dan memperbaiki citra perusahaan dalam hal kesetaraan gender dan keamanan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi perusahaan lain yang ingin menerapkan program pencegahan yang lebih efektif. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan PT Arteria Daya Mulia dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan bebas dari pelecehan seksual, serta memperkuat reputasi perusahaan.

Kata kunci: *Public Relations*, Kampanye Pencegahan, Pelecehan Seksual, Strategi Komunikasi, Kesetaraan Gender.