

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi humas PT Len Industri (Persero) pada kegiatan komunikasi eksternal dalam membangun hubungan dengan *stakeholder* untuk mencapai target *Top 50 Global Defence Industry*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan melibatkan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini mengacu pada model strategi komunikasi eksternal menurut Smith (2021) yang mencakup empat tahapan strategis yaitu riset formatif, strategi, taktik, dan riset evaluatif. Tahap penyusunan *key message* merupakan tahap utama strategi komunikasi eksternal humas PT Len Industri (Persero). Proses pengolahan tahap strategi komunikasi eksternal humas PT Len Industri (Persero) melibatkan tiga tahap utama yaitu penyusunan *key message* dengan unit *marketing*, pengolahan *key message* oleh bagian publikasi dan dokumentasi, serta pengolahan *key message* oleh bagian protokoler. Meski tujuan utama humas dengan unit *marketing* secara umum berbeda, namun melalui strategi komunikasi yang terintegrasi, humas PT Len Industri (Persero) dapat memaksimalkan interaksi dalam membangun hubungan dengan *stakeholder* melalui penyusunan pesan yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan kebutuhan *stakeholder*, sehingga pada gilirannya dapat mencapai tujuan dan target perusahaan sebagai industri pertahanan negara.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, *Key Message*, PT Len Industri (Persero), *Stakeholder*, Strategi Komunikasi Eksternal.