

## ABSTRAK

Haris Ahza, 2013 Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat PT. DOK Dalam Menciptakan Keharmonisan Masyarakat Desa Sidokelar Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Skripsi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi Humas, Menciptakan Keharmonisan**

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: Bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT. DOK Dalam Menciptakan Keharmonisan Masyarakat Desa Sidokelar Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

Dalam menjawab permasalahan tersebut, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode Deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai Strategi Komunikasi Humas PT. DOK PANTAI LAMONGAN, kemudian data tersebut dianalisis secara induktif, karena penelitian ini ingin mengungkapkan data lapangan secara holistik yang berkaitan dengan masalah tersebut.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa dalam Strateginya Humas PT. DOK PANTAI LAMONGAN mencampurkannya dengan kegiatan-kegiatan atau program perusahaan, yakni, menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, mengikut sertakan peran aktif organisasi seperti (Karang Taruna), sosialisasi tentang sekolah mengelas kepada warga masyarakat sekitar perusahaan. Strategi ini dipakai supaya terjalin rasa keharmonisan yang baik dengan masyarakat sekitar. Mengadakan Bakti sosial sebagai bentuk rasa solidaritas PT. DOK PANTAI LAMONGAN kepada masyarakat desa sidokelar, demi menjalin keharmonisan yang baik dengan warga Sidokelar.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan strategi yang dilakukan oleh humas, yakni: dalam melakukan strateginya untuk memperoleh kesan yang positif dimata masyarakat, diharapkan pihak humas PT. DOK PANTAI LAMONGAN untuk lebih dekat kepada masyarakat, terutama masyarakat Desa Sidokelar. Pada dasarnya masyarakat lah yang menilai perusahaan itu bagus atau tidak. Sehingga dengan adanya pendekatan kepada masyarakat, maka masyarakat akan memahami dan mengerti permasalahan yang dimiliki perusahaan.