

ABSTRAK

Dherra Gustia. *Strategi Brand Image Pos Indonesia Sebagai Support Bisnis Online (Studi Deskriptif pada Bagian Public Relations di Jasa Pengiriman Logistik PT Pos Indonesia (Persero) Jln. Anggrek No.59 Bandung).*

Jasa logistik masih menjanjikan dan akan terus berkembang di Indonesia, optimisme ini juga menghinggapi PT Pos Indonesia (Persero) yang namanya tersohor di masyarakat luas. Masyarakat lebih mengenal *brand image* yang ditonjolkan tersebut sebagai perusahaan jasa pengiriman logistik baik surat maupun paket dan mendominasi dibandingkan perusahaan ekspedisi lain. Jasa logistik kian dibutuhkan, hal ini didukung dengan kebijakan serta keterbukaan dunia perniagaan saat ini dan dengan maraknya bisnis *online* membuat jasa pengiriman barang akan semakin jauh meningkat.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui atas empat persoalan yaitu rencana, metode, kendala beserta solusinya saat pengaplikasian strategi yang dilakukan oleh Bagian *Public Relations* Pusat PT Pos Indonesia (Persero) sebagai *support* bisnis *online*.

Penelitian ini menggunakan teori *The Four Model of Public Relations* gagasan James Grunig menjelaskan perkembangan *Public Relations* dalam praktik terdapat empat model, baik secara konseptual maupun secara praktisi dalam manajemen komunikasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang akan menjelaskan dan menggambarkan sebuah fenomena dengan cara narasi. Tahapan pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara mendalam dan tinjauan pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rencana yang dilakukan Bagian *Public Relations* Pusat PT Pos Indonesia (Persero) yaitu sesuai standarisasi visi dan misi korporat, penginformasian, ekspansi kerjasama dengan beberapa perusahaan dan *market place e-commerce*, publikasi transformasi, pengembangan teknologi dan survey untuk jangka waktu 10 tahun kedepan. Metodenya itu dengan pengeloan isu melalui media massa yang meliputi media cetak, elektronik dan *online*, *Agenda Setting*, survei *sponsorship* dan ikut serta pada setiap *event*. Kendalanya yaitu pemberitaan negatif, pesaing bermunculan, peralihan nama Pos Giro menjadi Pos Indonesia, Pos Indonesia gagal *Go Public*. Solusinya menyewa konsultan, *Agenda Setting*, melakukan *press briefing*, editor *briefing* dan *press conference*.

Kata Kunci : *Brand Image, Binsis Online*