

## **ABSTRACT**

***Innesa Shana Fadhilah. This research program titled Public Relations of PT Pos Indonesia (Persero) In Maintaining Good Relations With External Public (study case of Public Relations Program JL. Anggrek no 59, Cihapit, Bandung Wetan, Bandung, West Java In Maintaining Good Relationships With Customer).***

*PT Pos Indonesia (Persero) is a postal service or delivery of the oldest items is established in 1746 in Indonesia or can be considered as the pioneer of establishment business sectors of freight services in Indonesia. PT. Pos Indonesia is active in improving corporate image. In the area of service delivery, customer confidence is a key factor to be maintained by PT Pos Indonesia (Persero).*

*The purpose of this research is to know how the public relations program to maintaining good relations with the external public, especially in customer service*

*The concept used in this study is the External Relations and Customer Relations, that is how to PT Pos Indonesia (Persero) in serving the interests of various groups of external public, especially in Customer Relations. Because Customer Relations is a function that has the most contact with the external environment. Therefore, Customer Relations is an important role in PT Pos Indonesia (Persero) to maintaining a good relationship between the company and their customers*

*The method used in this research is qualitative method with case study design. Because the the main goal of this research is to understand observed object in detail, describe, explain and interpret comprehensively about various aspects of individuals who represent a company in the scope of the problem is being investigated.*

*These results is indicate Customer PT Pos Indonesia (Persero) to maintaining good relations with the external public, especially customers in make improvements to the quality of service the customer, from the advent of new services in the postal services which happen on the basis of partnership or cooperation. nowadays of competition, PT Pos Indonesia (Persero) is able to compete well and maintain existence with innovations PT Pos Indonesia (Persero).*

## **ABSTRAK**

***Innesa Shana Fadhilah. Skripsi ini berjudul Program Humas PT Pos Indonesia (Persero) Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Publik Eksternal (Studi Kasus Program Humas JL. Anggrek No.59, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Customer).***

PT Pos Indonesia (Persero) merupakan jasa perposan atau pengiriman barang tertua yaitu berdiri pada tahun 1746 di Indonesia atau dapat dikatakan sebagai pioner berdirinya bidang usaha jasa pengiriman barang di Indonesia. PT. Pos Indonesia sedang aktif dalam meningkatkan citra perusahaannya. Dalam bidang jasa pengiriman, kepercayaan customer merupakan kunci utama yang harus dijaga oleh PT Pos Indonesia (Persero).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana program humas dalam membina hubungan baik dengan publik eksternal khususnya dalam pelayanan customer.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Eksternal Relations dan Customer Relations, yaitu bagaimana PT Pos Indonesia (Persero) dalam melayani kepentingan berbagai macam kelompok publik eksternal khususnya dalam Customer Relations. Karena Customer Relations merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu Customer Relations memainkan peranan penting dalam PT Pos Indonesia (Persero) dalam menjalin hubungan baik antara perusahaan dan Customernya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan rancangan studi kasus (*case study*). Karena tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam, menguraikan, menjelaskan serta menginterpretasikan secara komprehensif mengenai berbagai aspek individu-individu yang mewakili sebuah perusahaan yang berada di dalam ruang lingkup masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan Customer PT Pos Indonesia (Persero) dalam membina hubungan baik dengan publik eksternal khususnya customer dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanannya pada customer, yaitu dari munculnya layanan jasa baru pada pos yang terwujud atas dasar kemitraan atau kerjasama. Di era persaingan saat ini, PT Pos Indonesia (Persero) mampu bersaing dengan baik serta mempertahankan eksistensi dengan inovasi-inovasi PT Pos Indonesia (Persero).