

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas public relations apa saja yang dilakukan PT Pos Indonesia wilayah Yogyakarta dalam peningkatan citra. Sehingga dapat merubah citra yang berlaku di masyarakat yang cenderung negatif menjadi citra yang diinginkan perusahaan. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap informan. Dari hasil penelitian dengan menganalisa data primer dan sekunder, dapat diketahui bahwa aktivitas public relations yang digunakan PT Pos Indonesia wilayah Yogyakarta dalam peningkatan citra perusahaan menjalin hubungan dengan publik internal dan eksternal perusahaan, melakukan customer relations, media relations, melakukan kegiatan lobbying dengan mitra kerja, serta melakukan program peningkatan citra. Kesimpulannya adalah PT Pos Indonesia wilayah Yogyakarta berhasil meningkatkan citranya dengan melakukan aktivitas public relations sehingga pelanggan lebih puas dan loyal dengan pelayanan yang diberikan perusahaan. Terbukti dengan peningkatan transaksi produksi pengiriman layanan jasa PT Pos Indonesia wilayah Yogyakarta

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine what public relations activities conducted by PT Pos Indonesia Yogyakarta region in image enhancement. So as to change the image of the general population, which tends to be a negative image of the desired company. Method of this research is descriptive qualitative nature of the research. Authors use the technique of collecting data through in-depth interviews of the informant. From the results of research by analyzing primary and secondary data, it is known that the activity of public relations used by PT Pos Indonesia Yogyakarta region in improving the company's image and public internal relationships with external companies, customer relations, media relations, lobbying activities with partners, as well as image. Its conclusion is that the improvement program is doing PT Pos Indonesia Yogyakarta region managed to improve its image with the public relations activities to more satisfied and loyal customers with the services provided by the company.