## ABSTRAK

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. POS INDONESIA (PERSERO) BANDUNG MELALUI KEGIATAN LOMBA MENULIS ARTIKEL HUT PT. POS INDONESIA (PERSERO) YANG KE 265 TAHUN DALAM MENARIK MINAT PESERTA**

**Oleh :**
**Ahmad Wahyudi**
**NIM 41806897**

**Skripsi ini dibawah bimbingan :**
**Adiyana Slamet, S.IP., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menguraikan, serta menjelaskan bagaimana strategi *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) melalui kegiatan HUT PT. Pos Indonesia (Persero) yang ke 265 tahun dalam menarik minat pengguna jasa pos yang ditinjau dari empat proses kerja Public Relations, yaitu *fact finding, planning, communicating, evaluating*.

Metode yang digunakan dalam peneletian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif, menggunakan empat proses kerja *Public Relations*. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, dokumentasi, studi kepustakaan dan *internet searching*. Pemilihan informan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan peneliti. Teknik analisa data yang digunakan penyeleksian data, klasifikasi data, merumuskan hasil penelitian, menganalisa hasil penelitian, sedangkan demi mendapatkan kebenaran hasil data digunakan teknik triangulasi data agar didapat keabsahan data.

Hasil penelitian ini adalah penemuan fakta di lapangan, dimana kurang kesadaran masyarakat dan seluruh stakeholder lainnya terhadap peran strategis layanan pos di Indonesia, sehingga *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) membuat perencanaan melalui lomba menulis artikel dalam rangka memperingati HUT PT. Pos Indonesia (Persero) yang ke 265 tahun untuk menyampaikan informasi kepada seluruh masyarakat tentang eksistensi pelayanan pos dengan segala perkembangannya, pelaksanaan dilakukan berdasarkan apa yang telah direncanakan dengan menggunakan media massa sehingga diharapkan informasi dapat tersebar luas, dari segi evaluasi semua berjalan sesuai dengan rencana meskipun terdapat sedikit kendala yang ditemui, yaitu kurang tepat waktu dengan apa yang sudah ditetapkan.

Simpulan dari penelitian ini, strategi yang telah dilakukan belum terlalu maksimal, meskipun dalam perencanaan sudah matang, mengingat kurangnya tepat waktu pada saat kegiatan lomba, sehingga disarankan untuk membenahi berbagai hal yang masih kurang, terutama unsur tepat waktu.

Saran yang diberikan adalah sebaiknya PT. Pos Indonesia (Persero) secara rutin mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pendidikan dan lebih variatif, agar peserta yang mengikuti kegiatan pos semakin banyak dan keeksistensian pos pun terjaga.

## *ABSTRACT*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF PT. POS INDONESIA (PERSERO) BANDUNG THROUGH ACTIVITIES ARTICLE WRITING CONTEST THE 265TH ANNIVERSARY OF PT. POS INDONESIA (PERSERO) IN ORDER TO ATTRACT THE INTEREST OF PARTICIPANTS***



***By :***
**Ahmad Wahyudi**
**NIM 41806897**

***Research under supervise:***
**Adiyana Slamet, S.IP., M.Si**



*This study aims are to describe, elaborate, and explain how the strategy of Public Relations of PT. Pos Indonesia (Persero) through the activities of the 265th anniversary of PT. Pos Indonesia (Persero) to attract postal users in terms of four public relation work process, which are fact finding, planning, communicating and Evaluating.*

*The method used in this study is descriptive qualitative approach, using four work processes of Public Relations. collecting data is done by in-depth interviews, documentation, literature study and internet searching. The selection of informants is in accordance with the goals and needs of researcher. Data analysis techniques that used are selecting and classificating data, formulating and analizing the results of research, while to get the truth results of the data, triangulation technique is used in order to obtain the validity of the data*

*The results of this study was the discovery of the facts in the field, where the lack of public and other stakeholders awareness on the strategic role of postal services in Indonesia, so, Public Relations of PT. Pos Indonesia (Persero) make a plan through article writing competition to commemorate the 265th anniversary of PT. Pos Indonesia (Persero) to deliver information to the entire community about the existence of the postal service with all the development. The implementation is based on what had planned by using the mass media so that information expected will be widespread. In terms of evaluation, all is running in conformity with the plan despite there are few obstacles encountered, which is less timely with what is already planned before.*

*The conclusions of this research is a strategy that has been done has not been maximum, despite the planning was great. Considering the lack of timeliness of the activities during the competition, so it is recommended to fix things that is still lacking, especially the element of timeliness.*

*Researcher suggest of PT. Pos Indonesia (Persero) constantly doing activities that are related to education and more varieties, so that the participants that are involved with the activities of post will increase and the existence of the company is stable.*