

ABSTRACT

Researchers conducted research at the Teluk Naga branch post office, in this case the researchers took the location there because when researchers visited there and saw so many activities or visits carried out by the community so that the place was very crowded. The purpose of this study is to find out how a Public Relations of PT Pos Indonesia in Socializing Mobile Giro Post Application in the Branch Office of the Teluk Naga Regional Office in Tangerang City. and to find out the obstacles faced by a Public Relations of PT Pos Indonesia in Socializing Mobile Giro Post Application at the Teluk Naga Regional Post Office Branch in Tangerang City. In this study, researchers chose to use descriptive qualitative research using the Type 2 (two) case study method, namely Single Case Design and Multi Case Analysis. By involving 1 (one) key informant, 2 (two) informants and 4 (four) surrounding communities, with 3 (three) who do not know about this application, and 1 (one) who already knows. The results of his research are the public relations of PT Pos Indonesia has a communication strategy in 4 elements, namely, fact finding, planning, communication, and evaluation.

Keyword : *Starategy Public Relations, Pos Giro Mobile, PT Pos Indonesia.*

ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian di kantor Pos cabang Teluk Naga, dalam hal ini peneliti mengambil lokasi disana kerana pada saat peneliti berkunjung kesana dan melihat begitu banyak kegiatan atau kunjungan yang dilakukan oleh masyarakat sehingga tempat tersebut sangat ramai. Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui cara Seorang Public Relations PT Pos Indonesia Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pos Giro Mobile Di Cabang Kantor Pos Daerah Teluk Naga Kota Tangerang. dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi seorang Public Relations PT Pos Indonesia Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pos Giro Mobile Di Cabang Kantor Pos Daerah Teluk Naga Kota Tangerang. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan tujuan kualitatif dengan menggunakan metode survei model penelitian Tipe 2 (dua) yaitu Desain Kasus Tunggal dan Multi Kasus Analisis. Dengan melibatkan 1 (satu) key informan, 2 (dua) informan dan 4 (empat) masyarakat sekitar, dengan 3(tiga) yang belum mengetahui tentang aplikasi ini, dan 1(satu) yang telah mengetahui. Humas PT Pos Indonesia memiliki strategi komunikasi dalam 4 unsur yaitu, *fact findding, planning, communication, dan evaluation.*

Kata Kunci : *Strategi Public Relations, Pos Giro Mobile, PT Pos Indonesia*