

## ABSTRAK

PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) memiliki peranan dalam melakukan inovasi produk dan jaringan, mendukung seluruh kegiatan yang sifatnya dua arah dengan public sasarannya, memperkenalkan produk, melakukan back up manajemen dan kerjasama kepada pihak terkait. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus tipe 2. Pengambilan data menggunakan wawancara kepada Head Manajer dan Kepala Divisi Public Relation PT Telkomsel Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Telkomsel Tbk menjalankan strategi public relation dalam meningkatkan citra perusahaan berupa (1) *Strategy of publicity* dengan melakukan buhungan baik dengan pihak internal dan eksternal, seperti media, pers dan sebagainya, (2) *Strategi of persuasion* dengan menggunakan jurnalis untuk membentuk opini public atas kegiatan perusahaan, (3) *Strategy of argumentation* dengan melakukan kontrol arus informasi yang berkaitan dengan perusahaan guna mengendalikan jenis pesan dan infromasi yang boleh tersebar baik dilingkungan internal maupun dilingkungan eksternal perusahaan dan (4) *Strategy of image* dengan melaksanakan kegiatan corpoorate social responsibility (CSR).

Kata Kunci: Public Relation, Citra Perusahaan