

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN( studi pada program Pelayanan Prima PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir pada masa Covid-19)**

**Muhammad Asfian**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan *public relations* PT. JNE dalam mempertahankan citra perusahaan melalui pelayanan prima dan mengetahui bagaimana proses strategi *public relations* PT. JNE dalam mempertahankan citra perusahaan melalui pelayanan prima dengan menggunakan teori pelayanan dan manajemen strategik.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data dilakukan dengan. Peneliti menggunakan empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan triangulasi data.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan strategi dan proses yang dilakukan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yaitu dengan strategi *public relations* pendekatan pelayanan tanggung jawab sosial. Melalui kegiatan program Pelayanan prima yaitu berkolaborasi dalam membantu pengiriman alat pelindung diri kesehatan, pemberian uang donasi kepada pemerintah, penyemprotan disinfektan dan membagikan masker di lingkungan masyarakat. Dari proses strategi ini pendekatan tanggung jawab yang dilakukan untuk mewujudkan hasil yang positif kepada citra perusahaan. Serta kegiatan yang dijalankan PT. Tiki JNE pada masa covid-19 di Indonesia, mendapatkan hasil citra perusahaan yang positif dari pengguna JNE yang berkolaborasi mengirimkan donasi dan penerima bantuan yang dilakukan JNE.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Pelayanan Prima, *Public Relations*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MAINTAINING A CORPORATE IMAGE  
(study on the Excellent Service program of PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir  
during the Covid-19 period)***

**Muhammad Asfian**

***ABSTRACT***

*This study aims to find out what strategy the public relations of PT. JNE in maintaining the company's image through excellent service and knowing how to process the public relations strategy of PT. JNE in maintaining the company's image through excellent service by using service theory and strategic management.*

*The method used is descriptive qualitative using primary and secondary data sources. The sampling technique was done by purposive sampling. Researchers used four stages, namely data collection, data reduction, data presentation, and data triangulation.*

*The final result of this research shows the strategy and processes carried out by PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir is using a public relations strategy with a social responsibility approach. Through the Excellent Service program activities, namely collaborating in helping the delivery of health personal protective equipment, giving donations to the government, spraying disinfectants and distributing masks in the community. From this strategic process, a responsible approach is taken to achieve positive results for the company's image. As well as the activities carried out by PT. Tiki JNE during the covid-19 period in Indonesia, received positive corporate image results from JNE users who collaborated to send donations and recipients of assistance carried out by JNE.*

*Keywords: Corporate Image, Excellent Service, Public Relations*