

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Humas Terhadap Citra Perusahaan Pada Kantor Pusat PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengolah dan menganalisis bagaimanakah pengaruh Humas Terhadap Citra Perusahaan pada Kantor Pusat PT. Pos Indonesia Kota Bandung melalui fungsi humas itu sendiri yaitu sebagai *Communicator*, *Relationship*, *Backup Management* dan *Good Image Maker*. Teori yang digunakan adalah teori humas Ruslan (2014) dan citra dari Vos (2000). Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pada penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey melalui Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran angket/kuesioner kepada pengunjung PT. Pos Indonesia yang peneliti rumuskan sesuai jumlah pengunjung pertahun 2022 sebagai populasi. Teknik sampling yang digunakan yaitu metode *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Jalur (*Path Analysis*) di bantu dengan IBM SPSS 27. Berdasarkan hasil uji t, sub variabel dari Humas memiliki 4 dimensi yang berpengaruh secara signifikan dan satu sub variabel yang berpengaruh tetapi tidak signifikan yakni *Relationship* dengan jumlah koefisien determinasi 39.8% dengan sig 0.017 yang lebih besar dari $\alpha = 0.05$. hasil uji f membuktikan Humas memiliki pengaruh secara simultan terhadap citra perusahaan dengan nilai f hitung 45,043 > f tabel 2.47.

Kata Kunci : Pengaruh Humas, Citra Perusahaan, PT. Pos Indonesia (Persero)

ABSTARCT

This study entitled The Effect of Public Relations on Corporate Image at the Head Office of PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung City. This research aims to process and analyze how the influence of Public Relations on Corporate Image at the Head Office of PT. Pos Indonesia Bandung City through the public relations function itself, namely as a Communicator, Relationship, Backup Management and Good Image Maker. The theory used is the public relations theory of Ruslan (2014) and imagery from Vos (2000). This research methodology uses a quantitative approach. The research method used in this research is a survey method through data collection techniques by distributing questionnaires to visitors of PT. Pos Indonesia, which researchers formulate according to the number of visitors per year 2022 as a population. The sampling technique used is using the accidental sampling method with a total sample of 90 respondents. Data analysis in this study used Path Analysis assisted by IBM SPSS 27. Based on the results of the t test, the sub-variables of Public Relations have 4 dimensions that have a significant effect and one sub-variable that has an effect but is not significant, namely Relationship with the number of coefficients determination 39.8% with sig 0.017 wich is more than $\alpha=0.05$. f test results prove that Public Relations has a simultaneous influence on corporate image with a calculated f value of 45,043 > f table 2.47.

Keywords: The Influence of Public relations, Corporate Image, PT. Pos Indonesia (Persero)

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan Pangaruh Humas Terhadap Citra Perusahaan di Kantor Pusat PT. Pos Indonésia (Persero) Kota Bandung. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun ngolah jeung nganalisis kumaha pangaruh Humas kana Citra Perusahaan di Kantor Pusat PT. Pos Indonésia Kota Bandung ngaliwatan fungsi humas sorangan, nya éta salaku Communicator, Relationship, Backup Management jeung Good Image Maker. Téori anu digunakeun nyaéta tiori humas Ruslan (2014) jeung citraan ti Vos (2000). Méthode panalungtikan ieu ngagunakeun pamarekan kuantitatif. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode survéy ngaliwatan téhnik ngumpulkeun data ku cara ngadistribusikaeun kuesioner ka sémah PT. Pos Indonésia, anu panalungtik ngarumuskeun nurutkeun jumlah pengunjung per taun 2022 salaku populasi. Téhnik sampling anu digunakeun nyaéta ngagunakeun méthode *accidental sampling* kalawan jumlah sampel 90 réspodén. Analisis data dina ieu panalungtikan ngagunakeun Path Analysis dibantuan ku IBM SPSS 27. Dumasar kana hasil uji t, subvariabel Humasmibanda 4 diménsi anu miboga pangaruh signifikan jeung hiji subvariabel anu miboga pangaruh tapi henteu signifikan, nya éta Patalina jeung jumlah koefisien determinasi 39,8% jeung sig 0.017 nu dimana eta leuwih gede ti $\alpha = 0.05$. Hasil ujif ngabuktikeun yén Humas boga pangaruh simultaneous kana citra perusahaan kalawan nilai f diitung $45,043 > f$ tabel 2,47.

Konci: Pangaruh Humas, Citra Pausahaan, PT. Pos Indonesia (Persero)