

## ABSTRAK

Dewasa ini muncul banyak akun-akun Instagram perusahaan termasuk perusahaan jasa transportasi di Indonesia sebagai salah satu cara untuk melakukan fungsi *public relations*, salah satu perusahaan jasa tersebut adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Walau menjadi satu-satunya perusahaan perkeretaapian di Indonesia, namun PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus tetap melakukan *public relations* demi menjaga hubungan dengan masyarakat dan membangun citra positif perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah pengelolaan akun resmi Instagram yaitu @keretaapikita. Maka dari itu, penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya perusahaan untuk *melakukan public relations* guna menjaga hubungan dengan masyarakat serta membangun citra perusahaan. Objek penelitian ini adalah proses *public relations* akun resmi Instagram @keretaapikita yang unik dan tentu saja berbeda dengan akun-akun Instagram perusahaan jasa transportasi lainnya. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep *public relations*, proses *public relations*, dan citra. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa unit *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan semua proses *public relations* seperti *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating* dalam mengelola akun Instagram @keretaapikita dengan mengemas konten yang menarik sehingga dapat membuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

**Kata Kunci:** *Public Relations, Proses Public Relations, Citra, Instagram.*