

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi *Public Relations***

**Amaliana Zelvitasanny**

**Strategi Komunikasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta  
dalam Sosialisasi Keselamatan Perjalanan Kereta Api Tahun 2016**

**Tahun skripsi 2017**

**130 halaman, 21 lampiran, 13 buku, 4 media daring**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi, apa saja faktor penghambat dan pendukung, dan tanggapan masyarakat terhadap sosialisasi keselamatan perjalanan kereta api yang dilakukan PT KAI Daop 6 Yogyakarta tahun 2016. Keselamatan perjalanan kereta api tidak hanya menjadi tanggung jawab PT KAI tetapi juga menjadi tanggung jawab bersama dengan masyarakat. Kasus kecelakaan dan pelemparan batu yang masih terjadi setiap tahun, serta kurangnya kesadaran terhadap UU No.23 Tahun 2007 menjadi salah satu dasar pelaksanaan sosialisasi keselamatan perjalanan kereta api.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan ditentukan dengan teknik *purposive* sampling. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis interaktif. Validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta sudah melakukan tahapan sosialisasi keselamatan perjalanan kereta api mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Komunikator dan tim kerja sosialisasi terdiri dari internal dan eksternal perusahaan. Sasaran sosialisasi ditujukan kepada anak-anak dan masyarakat umum yang ditentukan hanya dari data PL-PLH PT KAI Daop 6 Yogyakarta tahun 2016. Sosialisasi melalui komunikasi tatap muka diantaranya sosialisasi di sekolah, lomba mewarnai anak-anak, dan sosialisasi saat penutupan perlintasan liar. Sedangkan sosialisasi melalui komunikasi di media menggunakan iklan layanan masyarakat di Radio Star Jogja, *talkshow* di radio, wawancara dengan media, dan *pers release*.

Tidak adanya indikator keberhasilan dalam sosialisasi menjadi kekurangan dalam strategi komunikasi ini. Setelah dilakukan perencanaan dan pelaksanaan sosialisasi, tidak dilakukan evaluasi. Sosialisasi kepada masyarakat juga tidak menggunakan alat peraga pendukung misalnya seperti brosur sehingga informasi sosialisasi yang disampaikan kurang jelas. Selain itu pelaksanaan sosialisasi hanya berfokus pada wilayah Yogyakarta dan Solo sehingga sosialisasi yang disampaikan tidak merata pada seluruh wilayah kerja Daop 6 Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Sosialisasi Keselamatan Perjalanan Kereta Api.

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah Yogyakarta University  
Faculty of Social and Politic  
Department of Communication  
Public Relations Concentration**

**Amaliana Zelvitasanny**

**Communication Strategies of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6  
Yogyakarta in Socializing a Train Safety Trip in 2016**

**A graduating paper in year 2017**

**130 pages, 21 attachments, 13 books, 4 online media sites**

The purpose of this study is to describe about the communication strategies with its positive and negative factors and the citizens' responds toward the train safety trip socialization that was held by PT KAI Daop 6 Yogyakarta in 2016. The responsibility in having a train safety trip is not only PT KAI's duty but also all citizens, together keeping the safety trip. The accident and rock throwing cases that are still happening every year, and the lack of awareness towards UU No 23 in year 2007 become the parts of the main factors in having train safety trip socialization.

This study uses a qualitative descriptive method. The finding of informants uses a purposive sampling technique. The collecting data process uses in-depth interview, observation, and documentation techniques. The data analysis is done by using interactive analysis. The data validity is done by triangulation technique.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta already doing the train safety trip socialization stages, start from arranging the plans until the execution. The communicators and the socialization team consist of internal and external company's workers. The target of the socialization are kids and the citizens that have been chosen by the data of PL-PLH PT KAI Daop 6 Yogyakarta 2016. The socialization is done by having direct communications (face to face), such as in-school socialization, coloring contest for kids, and socialization when holding the closing event of wild crossings. The socialization is also done with having media communications, such as community services advertising in Star Jogja Radio, talkshow in radio, interview, and pers release.

These communication strategies are still having lack because there is no successful indicator in the socialization event. After doing the plans and executing the socialization, there is no evaluation. On the other hand, the socialization towards citizens is not using some supporting tools such as brochures, so that the information is not being clearly explained. In addition, the executing process of the socialization is only been focused in Yogyakarta and Solo region, so that the messages are not being sent completely in the whole Daop 6 Yogyakarta's area.

**Keywords:** Communication Strategies, Train Safety Trip Socialization.