

## **Transkrip Wawancara**

### **A. PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI**

**Eko Budiyanto *Manager* Humas PT Kereta Api Daerah Operasi VI**

**1. Apakah PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI memiliki divisi *Public Relations/ Humas* atau bagian yang melaksanakan fungsi sebagai *Public Relations/ Humas*?**

**Jawaban :**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI jelas memiliki bagian/devisi humas. Di setiap daerah operasi itu yang menjalankan fungsi sebagai humas disebut humas. Masing-masing di daerah operasi memiliki manager humas yang biasanya didampingi oleh asisten humas, termasuk daerah operasi VI ini. Dan dibawakan asisten humas kami memiliki staff yang diisi satu hingga tiga orang tergantung penempatan.

**2. Bagaimana *Public Relations/ Humas* melaksanakan fungsinya dalam PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Humas di daerah operasi VI itu memiliki fungsi untuk di optimalkan seperti *image building*, pencitraan ,penanganan *complain*, mengendalikan media, menyebarluaskan pesan dengan sosialisasi, mempublikasikan kegiatan yang ada kaitannya dengan perusahaan. Humas harus jadi jembatan komunikasi antara pihak internal perusahaan dan luar perusahaan agar satu pengertian. Humas memiliki juga menjalankan tugas yang dituliskan yang ada pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada. Semua sudah diatur disitu, kami menjalankan apa yang sudah dituliskan. Tapi secara garis besar itu ya *image building*, mengadakan sosialisasi dan mengendalikan media.

**3. Apa yang dimaksud dengan sosialisasi bagi PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dan apa tujuannya?**

**Jawaban :**

Sosialisasi yang di maksud oleh kita itu sifatnya persuasif, mempengaruhi pihak eksternal yaitu pengguna kereta api. Memahami apa mau perusahaan. Misalnya tentang kebijakan ya, para pengguna kereta api paham kalau perusahaan punya kebijakan baru. Dan gak cuma eksternal aja, tapi juga pihak internal, sosialisasi bisa membantu bagian SDM ( Sumber Daya Masyarakat) agar tau dengan tugas masing-masing untuk sosialisasi ini. Sosialisasi yang kita laksanakan ini dengan tujuan mengenalkan kebijakan atau jasa baru agar nantinya okupansi sesuai dengan target. Nah seperti KA Wijayakusuma, inikan kereta baru. Sudah jadi kewajiban humas untuk mensosialisasikannya. Tujuannya ya seperti yang saya katakan, agar dikenal dan okupansi sesuai target minimal BEP (*Break Event Point*). BEP itu seimbang, tidak ada kerugian”

**4. Apa tujuan sosialisasi bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

**5. Bagaimana fungsi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Ya sebagaimana fungsi humas dalam sosialisasi, menyampaikan informasi, mengemas sosialisasi menjadi menarik, sosialisasi sampai kepada target sasaran, rekan-rekan media meliput sehingga menjadi pemberitaan. Kurang lebih seperti itu.

**6. Bagaimana proses / tahapan perencanaan strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Pasti ada perencanaan untuk membuat strategi. Yang pertama kali dilakukan adalah survey, melihat lapangan sebelum kereta KA Wijayakusuma tersebut diluncurkan. Kita kumpulkan dulu, karena itu penting untuk merangkum informasi. Seperti harga, tarif kereta, waktu tempuh, apa saja kelebihan dari KA Wijayakusuma. Dan sebelum masuk ke perencanaan sosialisasinya, kita pastikan dulu kereta sudah siap atau belum. Kemudian kita koordinasi dengan beberapa pihak terkait untuk tanggal peresemian KA Wijayakusuma. Setelah survey dan pengumpulan data dirasa sudah cukup humas membuat perencanaan bagaimana sosialisasi yang akan dijalankan. Perencanaan itu meliputi tujuan, target sasaran dan juga media sosialisasi apa yang harus kami gunakan sehingga meningkatkan kesadaran mengenai adanya KA Wijayakusuma, syukur-syukur kalau mereka langsung memiliki minat untuk menggunakan kereta tersebut.

**7. Siapa saja yang terlibat perencanaan strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Untuk perencanaan KA Wijayakusuma dihadirkan menyambut momentum hari ulang tahun PT Kereta Api Indonesia (Persero) humas pusat memiliki keterlibatan. Tetapi untuk perencanaan bagaimana sosialisasi dilaksanakan, itu bagian humas yang ada di daerah operasi VI. Untuk kelengkapan data kami dibantu oleh beberapa pihak, seperti bagian komersial untuk mendapatkan data-data. Selibhnya humaslah yang membuat perencanaan strategi sosialisasi KA Wijayakusuma.

**8. Siapakah target dari humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Kalau target sebenarnya ya luas ya, karena kereta api ini memang harapannya bisa membantu seluruh masyarakat. Tapi pengguna kereta api yang

kami fokuskan adalah yang berada dibawah daerah operasi VI yaitu Yogyakarta dan Solo. Jadi ada primer dan sekunder gitu saja mudahnya. Yogyakarta adalah target primer dan Solo adalah target sekunder. Jadi sosialisasi ini lebih terpusatkan di Yogyakarta.

**9. Seberapa pentingkah strategi bagi kegiatan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Saya rasa penting, karena setiap kegiatan, setiap program yang dilakukan itu memang harus memiliki strategi. Karena strategi kan acuan sekaligus jadi cara kita untuk berhasil ketika melaksanakan sesuatu, seperti sosialisasi ini. Jika humas tidak memiliki strategi tertentu bagaimana maksud perusahaan bisa sampai kepada para pengguna kereta api. Bagaimana para pengguna kereta api mengerti adanya kereta api Wijayakusuma jika humas tidak mensosialisasikan dan tidak punya strategi tertentu.

**10. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyusun strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Tidak lama untuk kami menyusun strategi untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma ini. Yang lama ada dibagian awal saat kami mengumpulkan data-data untuk menunjang sosialisasi. Setelah data terkumpul kami menunggu dana yang turun dari keuangan, sehingga kami bisa menyesuaikan bagaimana sosialisasi yang akan dijalankan. Setelah dana turun dari keuangan sekitar satu bulan waktu untuk menyusun strategi sosialisasi KA Wijayakusuma.

**11. Apa tujuan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI menerapkan strategi tersebut dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Harapan dari strategi yang dilakukan pertama mereka mengenal bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kereta baru dengan rute Cilacap – Yogyakarta- Solo Balapan. Kemudian masyarakat tau kalau kereta tersebut adalah bukti kecintaan perusahaan kepada pengguna kereta api yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan permintaan. Sehingga tugas PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah memenuhi kebutuhan dihari ulang tahunnya. Dan semoga setelah adanya sosialisasi ini muncul minat dari penggun kereta api untuk menggunakan KA Wijayakusuma, minimal mereka tau dulu.

**12. Bagaimana humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI memilih media komunikasi untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Menyampaikan informasi mengenai KA Wijayakusuma kami humas harus dibantu dengan keberadaan media. Media massa misalnya koran, nah itu penting sekali dalam kegiatan seperti ini. Untuk memilih media apa yang cocok kita selaku humas berunding, kita rencanakan, kita sesuaikan. Mulai dari media yang berbayar maupun tidak, media sosial juga kita rundingkan kontennya.

**13. Apakah alasan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Derah Operasi VI memilih media komunikasi tersebut untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Media yang kita gunakan untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma ini ya macam-macam. Kita ada pakai advetorial di koran, jadi modelnya kaya berita tapi itu berbayar. Ada yang pakai *release* juga. Itu yang utama, karena ini kan sifatnya massal. Jadi secara singkat gimana caranya banyak yang tau, ya lewat media massa. Koran-koran yang kami libatkan yang bersifat lokal seperti suara merdeka, KR. Kemudian ada juga talkshow radio, media sosial, website, flyer dan juga poster. Kalau ditanya alasannya, karena kita merasa cocok, sesuai dengan apa

yang kita butuhkan. Kita sudah rundingkan, kemudian kita gunakan media-media tersebut dengan harapan bisa efektif. Para pengguna kereta api yang jadi target sasaran kita bisa kenal KA Wijayakusuma melalui media-media yang kita gunakan.

**14. Apa saja hambatan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawab :**

Alhamdulillah hambatan saya rasa tidak banyak. Ini sifatnya kan pengenalan kereta baru. Itupun bukan masalah sosialisasi, hanya ada permintaan mengenai jadwal kereta yang kurang sesuai dengan keinginan penumpang.

**15. Siapakah yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan sosialisasi KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Sosialisasi KA Wijayakusuma ini sepenuhnya tanggung jawab Humas, ya saya selaku Manager Humas di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI.

**16. Bagaimana penerapan strategi dan pemilihan media sosialisasi dari humas PT Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

**17. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawab :**

Ya dievaluasi, melalui rapat setiap bulannya. Untuk KA Wijayakusuma evaluasi dapat kita lihat dari okupansi penumpang, memenuhi target atau tidak. Kemudian mulai naik atau tidak jumlah penumpangnya. Dari situ bisa kelihatan berhasil atau

tidaknya. Nah, itu salah satu indikator keberhasilan yang menandakan minat masyarakat yang baik atas hadirnya KA Wijayakusuma ini.

**18. Apakah indikator keberhasilan dari Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

**19. Apakah penerapan strategi yang dilaksanakan oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI sudah berhasil untuk mengenalkan KA Wijayakusuma kepada masyarakat?**

**Jawaban :**

Untuk sosialisasinya sudah berhasil saya rasa, cuma harus lebih ditingkatkan lagi, karena okupansi sepertinya baru sampai 80 persen.

## **Interview Guide**

### **A. PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI**

**Anwar Solikhin Assistant Manager PT. Kereta Api Indonesia (persero)  
Daerah Operasi VI**

**1. Apakah PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI memiliki divisi *Public Relations/ Humas* atau bagian yang melaksanakan fungsi sebagai *Public Relations/ Humas*?**

**Jawaban :**

Tentu saja daerah operasi VI memiliki humas. Jadi tugasnya humas untuk hubungan masyarakat, baik internal dan eksternal. Dan humas ini bukan hanya fungsi tapi ada di struktur juga. Terdiri dari manager huma , asisten humas dan staff humas.

**2. Bagaimana *Public Relations/ Humas* melaksanakan fungsinya dalam PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Fungsi dari humas sendiri dikita untuk menjembatani komunikasi antara masyarakat atau pelanggan *stakeholders* khususnya eksternal tapi internal juga. Kalau internal itu biasanya untuk menyampaikan kebijakan - kebijakan perusahaan.

**3. Apa yang dimaksud dengan sosialisasi bagi PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Sosialisasi bagi kami itu menyampaikan apa yang khalayak yang belum tau. Bisa berupa *roadshow* atau lewat media. Kita seringnya kebijakan atau sesuatu yang



baru seperti sistem atau kereta baru. Jangan sampai eksternal dan internal tidak tau, begitu sih intinya.

**4. Apa tujuan sosialisasi bagi PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Tujuannya agar tidak terjadi *miss*, agar mereka tau sesuatu yang baru, jadi lebih ke *awareness* sih. Jangan sampai ada sesuatu yang baru tapi eksternal (terutama) tidak tau.

**5. Bagaimana fungsi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Untuk menyampaikan informasi yang perlu diketahui oleh pengguna kereta api, tentunya dengan sesuatu yang bisa mencuri perhatian dan mudah diterima.

**6. Bagaimana proses / tahapan perencanaan strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Humas harus menentukan apa yang ingin disosialisasikan itu yang paling pertama. Kemudian materi yang akan dihadirkan pada sosialisasi kira-kira apa saja. Misal KA Wijayakusuma ini, kereta baru. Tentukan apa saja yang ingin disampaikan, kumpulkan informasi yang dibutuhkan. Setelah itu media apa yang mau digunakan untuk mempermudah sosialisasi ini. Kemudian baru bisa kita lihat hasilnya.

**7. Siapa saja yang terlibat perencanaan strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Yang terlibat dalam sosialisasi KA Wijayakusma oleh daerah operasi VI satu pintu yaitu humas.

**8. Siapakah target dari humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Masyarakat, terutama masyarakat Jogja. Untuk mendukung mobilitas orang-orang Jogja, sehingga itu kita mengutamakan Jogja. Sosialisasi ini harus tersampaikan kepada masyarakat agar masyarakat Jogja tau.

**9. Seberapa pentingkah strategi bagi kegiatan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Sangat penting, karena akan mempermudah jalannya sosialisasi. Membuat strategi tentunya harus ada data pendukung. Harus paham materi, seperti contohnya rangkaian kereta yang digunakan, fasilitas dan lain sebagainya. Semua kami rencanakan dan kami bentuk didalam sebuah strategi. Ada sih beberapa yang tiba-tiba. Tapi kalau yang seperti ini harus direncanakan.

**10. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyusun strategi humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Cari data gitu biasanya satu minggu. Sekaligus pelaksanaannya juga. Satu minggu itu kita gunakan untuk menentukan siapa yang mau diundang, membuat *release*, tempat sosialisasi berlangsung, menentukan keterlibatan wartawan dan sebagainya. Ya kurang lebih seminggu.

**11. Apa tujuan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI menerapkan strategi tersebut dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Agar memudahkan pengguna kereta api dan masyarakat mengenali KA Wijayakusuma dan menyadari keberadaannya. Melalui media-media yang sudah kami pilih, menggunakan momentum, dan lain sebagainya.

**12. Bagaimana humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI memilih media komunikasi untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Untuk kegiatan sosialisasi ini media yang dipilih untuk digunakan lebih cenderung kepada media konvensional, seperti koran, radio karena sesuai dengan target kita. Kita sesuaikan saja, karena ini kereta daerah jadi kita menggunakan yang mencakup daerah. Seperti Tribun Jogja, KR Jogja. Kalau di televisi mahal untuk kelas kereta ini. Tapi bukan berarti kita tidak menggunakan media sosial juga. Media sosial tentu tetap digunakan tapi target sarannya lebih luas.

**13. Apakah alasan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI memilih media komunikasi tersebut untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Karena kita merasa media tersebut tepat untuk mensosialisasikan KA Wijayakusuma.

**14 . Apa saja hambatan humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Pecarian data lumayan sulit, kadang unit terkait kurang memahami dan juga lambat memberikan data ke humas. Jadi kita sebagai humas harus lebih intens,

nagih-nagih data yang dibutuhkan, karena kan penting itu data supaya sosialisasi ga kurang.

**15. Siapakah yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan sosialisasi KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Manager humas daerah operasi VI, Pak Eko Budiyanto.

**16. Bagaimanakan penerpan strategi dan pemilihan media sosialisasi dari humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Apa yang sudah ada pada strategi kita terapkan dan alhamdulillah berjalan baik. Ada hambatan tapi tidak banyak. Untuk pemilihan media sudah dirasatepat karena hubungan kita dengan media juga baik.

**17. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Kita melakukan evaluasi pada agenda bulanan. Biasanya itu pembahasannya mengenai kegiatan yang terjadi pada bulan tersebut dan apa yang ingin dilakukan pada bulan berikutnya. Kekurangannya apa saja itu juga dipaparkan.

**18. Apakah indikator keberhasilan dari humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma kepada masyarakat?**

**Jawaban :** Melihat pada berita yang dimuat pada media-media, baik cetak maupun online. Media yang sudah kita undang meliput atau tidak, bisa juga dari review-review railfans. Biasanya railfans inisiatif membuat review singkat.

Setelah itu melalui keterisian KA Wijayakusuma juga menjadi salah satu indikator keberhasilan kita sih.

**19. Apakah penerapan strategi yang dilaksanakan oleh humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI sudah berhasil untuk mengenalkan KA Wijayakusuma kepada masyarakat?**

**Jawaban :**

Kalau saya pribadi sih merasa berhasil, karena pemberitaan juga lumayan banyak. Baik dari pemberitaan media cetak maupun online. Penumpang diawal juga lumayan memenuhi KA Wijayakusuma. Masyarakat terlihat antusias dengan kehadiran KA Wijayakusuma. Antusias mereka itu salah satunya dari usaha humas, yaitu mengenalkan KA Wijayakusuma sebagai kereta premium pertama milik PT Kereta Api Indonesia (Persero).

## **B. Penumpang KA Wijayakusuma**

**Yusuf Harfi**

**1. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai keberadaan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Awal mula saya mengetahui adanya kereta baru ini dari berita-berita yang ada di media online. Setelah itu saya juga mendapatkan informasi melalui media sosial resminya. Waktu itu saya gunakan untuk mencari informasi lebih *detil* adalah twitter dan instagram. Karena saya juga termasuk pengguna aktif twitter dan instagram. Walaupun *unggahannya* mengenai KA Wijayakusuma gak banyak. Lebih kepada orang-orang yang saya kenal juga rame membicarakan KA Wijayakusuma, mereka posting di media sosial mereka masing-masing, saya jadi semakin penasaran. Akhirnya saya mulai mencari lagi informasinya.

**2. Apakah anda pernah mendapatkan informasi mengenai keberadaan KA Wijayakusuma dari pihak PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Pernah, melalui berita yang dipublikasikan oleh media di mana di situ ada kutipan informasi berupa wawancara dari Humas Daerah Operasi VI Yogyakarta PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dan juga di media sosial, saya rasa itu bagian dari pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) juga.

**3. Apakah kegiatan sosialisasi PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI sudah berjalan baik dan tepat? Bagaimana tanggapan anda?**

**Jawaban :**

Menurut saya pribadi sih kegiatan sosialisasi yang diadakan oleh PT. Kereta Api Indonesia Daop VI mengenai keberadaan KA Wijayakusuma sudah cukup baik. Hal itu bisa saya liat dari okupansi penumpang pada bulan-bulan pertama KA Wijayakusuma beroperasi yang saya pikir cukup tinggi, apalagi didukung dengan

pemberian diskon yang membuat harga tiket cukup terjangkau pada saat itu. Karena kebetulan waktu saya naik itu diawal-awal kereta itu diresmikan. Jadi keliatan banyak yang berminat dengan adanya kereta premium tersebut.

**4. Jika sosialisasi ini tidak berjalan baik, bagaimana harapan anda kedepan agar PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mengenalkan kereta barunya?**

**Jawaban :**

Menurut saya sudah berjalan cukup baik, harapan saya dalam mengenalkan kereta barunya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tetap fokus menyosialisasikan kereta baru melalui media sosial, mengingat ketika ada kereta baru perbincangan masyarakat selalu ramai di media sosial, terlebih di kalangan para pecinta kereta api Indonesia (railfans) yang jumlahnya cukup besar.

Saya pikir dengan adanya para railfans tersebut dapat menjadi peluang besar bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) apabila hendak menyosialisasikan kereta baru. Walaupun demikian, saya pikir media konvensional seperti koran masih tetap dibutuhkan meskipun presentasinya lebih sedikit.

**5. Menurut anda, bagaimanakan strategi yang diharapkan agar PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI agar kereta barunya lebih dikenal oleh masyarakat?**

**Jawaban :**

Menurut saya strategi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) agar kereta premiumnya ini dikenal oleh masyarakat adalah dengan memberikan diskon yang lebih banyak bagi penumpang yang tentunya juga dibarengi dengan peningkatan pelayanan. Menurut saya hal tersebut cukup efektif melihat kesuksesan sosialisasi KA Wijayakusuma.

Selain itu, saya pikir PT. Kereta Api Indonesia saya pikir dapat lebih membuat konten promosi yang lebih kreatif secara digital, bisa saja dengan menggandeng figur publik yang dikenal di kalangan para penumpang atau pun menggandeng para vlogger untuk diajak mencoba menggunakan kereta baru.



## **B. Penumpang KA Wijayakusuma**

**Rizma Al-fisha**

**1. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai keberadaan KA Wijayakusuma?**

**Jawaban :**

Saya tau ada KA Wijayakusuma ini dari temen-temen saya yang juga orang Cilacap. Pada girang banget, sampe ada yang naik Wijayakusuma hanya untuk jalan-jalan. Sempat ga nyangka aja akan ada kereta ke Cilacap. Dan akhirnya beneran ada. Oiya, temen-temen saya dapet dari *screenshot* di media sosial gitu, Instagram dan Facebook sih biasanya. Terus *screenshot* itu terus dikirim ke grup-grup whatsapp, jadi taunya dari situ deh.

**2. Apakah anda pernah mendapatkan informasi mengenai keberadaan KA Wijayakusuma dari pihak PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI?**

**Jawaban :**

Saya pernah dapet poster digital, terus liat di instagram juga. Awalnya ada yang bilang hoax, tapi eh lihat diberita-berita. Ternyata benar ada KA Wijayakusuma karena ada penuturan dari pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI

**3. Apakah kegiatan sosialisasi PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI sudah berjalan baik dan tepat? Bagaimana tanggapan anda?**

**Jawaban :**

Lumayan efektif sih kalau bagian media sosialnya. Karena jujur saya sudah jarang beli koran, pun baca berita itu lewat berita online. Tapi kurang maksimal aja, apalagi itu dalam rangka menyambut hari ulang tahun yang saya tau. Tapi secara keseluruhan lumayan sih.

**4. Jika sosialisasi ini tidak berjalan baik, bagaimana harapan anda kedepan agar PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI dalam mengenalkan kereta barunya?**

**Jawaban :**

Dikatakan tidak baik itu enggak, sudah cukup baik. Tapi, perlu ada informasi yang lebih banyak di stasiun, seperti X Banner dan poster. Karena X-Banner dan poster bisa meningkatkan kesadaran pengguna kereta api yang ada di stasiun.

**5. Menurut anda, bagaimanakan strategi yang diharapkan agar PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi VI agar kereta barunya lebih dikenal oleh masyarakat?**

**Jawaban :**

Harapannya sosialisasi lebih seimbang lagi, seperti pada radio, koran, media sosial. Agar bisa di sesuaikan dengan target agar mencapai hasil yang maksimal. Ini kereta premium yang sangat keren bisa menjadi nilai jual yang baik. Jadi kalau sosialisasinya lebih seimbang antar media yang digunakan, saya rasa akan jauh lebih baik.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Status : AKREDITASI A Nomor : 203/SK/BAN-PT/AK-XVII/S1/X/2013  
Alamat : Kampus Terpadu Ngebel, Tamantirto, Kasihan, Bantul  
Yogyakarta 55001 Telp. (0274) 387656 (hunting)

No : 936/Pra Survey/KJIK // 2018 Yogyakarta, 5 Januari 2018  
Hal : Permohonan Pra Survey Penelitian  
Lampiran : -

Kepada Yth:  
Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero)  
di Perintis Kemerdekaan No. 1  
Bandung

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan perizinan untuk keperluan penelitian bagi mahasiswa berikut ini:

Nama : Rizka Almira Amalia  
NIM : 20140530067  
Judul : *Strategi Humas PT Kereta Api Daerah Operasi 6 (Persero) dalam Mensosialisasikan KA Wijayakusuma*  
No.Hp : 081254548565

Untuk permohonan surat ijin pra survey (wawancara /permohonan data) sebagai keperluan penelitian skripsi yang akan dilakukan di PT Kereta Api Api Daerah Operasi 6 (Persero).

Demikian atas kesediaan dan bantuannya serta kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Prodi IK,  
  
Haryati Arief Nur Rasyid S.IP, M.Sc.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Status : AKREDITASI A Nomor : 203/SK/BAN-PT/AK-XVI/S1/X/2013  
Alamat : Kampus Terpadu Ngebel, Tamantirto, Kasihan, Bantul  
Yogyakarta 55001 Telp. (0274) 387656 (hunting)

No : 018/KJK/II/2018 Yogyakarta, 07 Februari 2018  
Hal : Permohonan Data  
Lampiran :-

Kepada Yth.

*Public Informations Care* PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Jl Perintis Kemerdekaan No.1 Bandung, 40117

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan perizinan untuk keperluan penelitian mahasiswa berikut ini :

**Nama** : Rizka Almira Amalia

**NIM** : 20140530067

**Judul** : Strategi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero)  
Daerah Operasi VI dalam Mensosialisasikan KA Wijayakusuma

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi (*Public Relations*)

**No. HP** : 081254548565

Untuk permohonan surat ijin pra survey (wawancara/permohonan data) sebagai keperluan penelitian skripsi yang akan dilakukan di PT. Kereta Api Daerah (Persero) Daerah Operasi VI .

Demikian surat permohonan wawancara ini kami sampaikan, atas kerjasama dan perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc



PT. KERETA API INDONESIA(Persero)  
NOTA

MENGENAI NO. ....  
LAMPIRAN : -  
PERIHAL : Permohonan  
Data/survey

No. 060/SDM/III/D.6-2018

Yogyakarta, 16 Maret 2018

Kepada  
Yth. Manager Humas  
Daop 6 Yk  
di  
TEMPAT


1. Menunjuk surat dari Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta no. 053/KJIK/VI/2018 tanggal 28 Februari 2018 perihal permohonan Data/Survey mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sbb :

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Pelaksanaan
1	RIZKA ALWIRA AMALIA	20140530067	19-03-2018 s.d. 30-05-2018

mohon ijin untuk melaksanakan Penelitian di Unit HUMAS PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 6 Yogyakarta.

2. Demikian atas perhatian dan ijin yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

JM Sumber Daya Manusia  
DAOP 6 Yogyakarta

  
MUCHAMAD SOLEH  
NIPP. 45544

Nama & Jabatan	Keterangan Setuju/ Tidak Setuju (harap diisi)	Tanda Tangan
<u>EKO BUDIYANTO</u> Manager HUMAS		