

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Rizka Almira Amalia / 2014 053 0067

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

Tahun Skripsi : 2018 + 116 Halaman + 22 Gambar + 3 Tabel

Daftar Pustaka : 12 Buku + 3 Jurnal

Penelitian ini menganalisis strategi Humas Daerah Operasi VI PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mensosialisasikan KA Wijayakusuma. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tahapan strategi sosialisasi yang digunakan oleh Humas Daerah Operasi VI PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, karena penelitian ini menggambarkan dan menginterpretasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah pada objek penelitian. Adapun objek pada penelitian ini adalah Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI ini. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam dengan Manajer Humas (1 orang) dan Asisten Humas (1 orang) dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI, serta penumpang (2 orang) KA Wijayakusuma. Selain itu penelitian ini juga mengumpulkan studi dokumen, seperti kliping, foto kegiatan, dan data lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi KA Wijayakusuma menggunakan momentum hari ulang tahun PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang ke 72, *talkshow* di radio (Star Jogja FM, RRI Pro Jogja, RRI Pro Solo), *launching*, *release* berita, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram), *website*, majalah internal (Kontak), poster, *flyer*, *advetorial* dan mengajak komunitas Railfans. Kekurangan pada strategi sosialisasi ada pada tahap evaluasi. Tidak ada evaluasi khusus pada sosialisasi, sehingga tahapan strategi humas pada penyusunan program sosialisasi tidak sempurna dilakukan. Melalui proses evaluasi seharusnya humas dapat mengetahui efektivitas sosialisasi yang dilaksanakan.

Kata Kunci : Strategi, Sosialisasi, Humas, KA Wijayakusuma.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication

Concentration Public Relations

RizkaAlmiraAmalia / 2014 053 0067

Public Relations Strategy of Operation Area VI PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in Socializing KA Wijayakusuma

Year of Thesis: 2018 + 116 pages + 22 Pictures + 3 Tables

Bibliography: 12 Books + 4 Journals

This research analyzed the strategy of the Public Relations (PR) of the Operation Area VI PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in socializing the KA Wijayakusuma. The purpose of this research is to describe the stages of the socialization strategy used by the PR of the Operation Area VI PT Kereta Api Indonesia (Persero). The research method used is descriptive qualitative because this research described and interpreted everything that was related to the problem of the research's object. The object of this research was the PR of the Operation Area VI of PT. Kereta Api Indonesia (Persero). To gather the data, the researcher used in-depth interview with the Manager of the Public Relation (1 person) and the Assistant of the Public Relations (1 person) of the Operation Area IV of PT. Kereta Api Indonesia (Persero), and two passengers of KA Wijayakusuma. In addition, this research also gathered document study, such as clipping, photos of activities, and other data. The result of this research showed that the KA Wijayakusuma socialization strategy by using the momentum of PT. Kereta Api Indonesia's 72nd anniversary, talkshow on the radio (Star Jogja FM, RRI Pro Jogja, RRI Pro Solo), launching, news release, social media (Facebook, Twitter, Instagram), website, internal magazine (Kontak), poster, flyer, advertorial and inviting Railfans communities. Lackness of this socialization staregy is in the evaluations stages. There was no specific evaluation on the socialization, thus the PR strategy in the preparation of the socialization program was imperfect. With evaluation, Public Realtions should be able to find out whether the socialization was in line with the purpose or not.

Key words: Strategy, Socialization, Public Relations, KA Wijayakusuma.