



Mercu Buana University
FACULTY OF COMMUNICATION
STUDY PUBLIC RELATIONS

Aninda Rahmawati (44209010046)
Management Media Relations Public Relations of PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
Jakarta Daop 1 In Building Corporate Reputation
(The period September 2012-August 2013)
ix + 97 pages + appendix 61 pages
Bibliography: 22 books (Year 1984 Year 2007)

ABSTRACT

The mass media is one of the parties who have an important role in the life of a company , such as PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 1 Jakarta , especially in support of the publication and socialization activities and work program to assist PR in building the company's reputation .

Therefore, this study aims to determine how the management of media relations PR PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Operations 1 (period September 2012 - August 2013).

The theory used in this thesis is a theory about the PR process according to Scott M. Cutlip , there are four steps in the process of PR , namely : research (fact finding) , planning (planning) , activation (communicating) , and assessment (evaluating) . Study this type of research uses descriptive qualitative approach and the case study method . Data collection techniques such as in-depth interviews with informants and literature study .

The results of this study discusses about media relations public relations activities of PT . Railway in building company's reputation , such as : Media Monitoring , Press Release , Press gathering , Converence Press and others. Thus , researchers can gain an overview of the management of media relations PR PT . Kereta Api Indonesia (Persero) in building the company's reputation

Based on the research results , it is concluded that the management of media relations PR PT . Kereta Api Indonesia is quite good so it helps in building a company's reputation . For the PT . Indonesian Railways must be able to maintain the image and reputation so that its existence can continue to survive .



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**

Aninda Rahmawati (44209010046)

**Management Media Relations Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 1 Jakarta Dalam Membangun Reputasi Perusahaan
(Periode September 2012-Agustus 2013)
ix + 97 halaman + lampiran 61 halaman
Bibliografi: 22 buku (Thn 1984-Thn 2007)**

ABSTRAKSI

Media massa merupakan salah satu pihak yang memiliki peran penting dalam kehidupan sebuah perusahaan, seperti PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 1 Jakarta, terutama dalam mendukung publikasi dan sosialisasi berbagai kegiatan program kerja dan untuk membantu Humas dalam membangun reputasi perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen *media relations* Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 (Periode September 2012-Agustus 2013).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai proses Humas menurut Scott M. Cutlip, ada empat langkah dalam proses Humas, yaitu: penelitian (*fact finding*), perencanaan (*planning*), penggiatan (*communicating*), dan penilaian (*evaluating*). Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif dan dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan narasumber dan studi kepustakaan..

Hasil penelitian ini membahas mengenai kegiatan-kegiatan media relations humas PT. Kereta Api dalam membangun reputasi perusahaan, seperti: Media monitoring, Press Release, Press gathering, Press Converence dan lain-lain. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh gambaran tentang manajemen media relations humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam membangun reputasi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa manajemen media relations Humas PT. Kereta Api Indonesia cukup baik sehingga sangat membantu dalam membangun reputasi perusahaan. Untuk itu PT. Kereta Api Indonesia harus bisa mempertahankan citra dan reputasi agar keberadaannya bisa terus bertahan.