



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
*Public Relations*  
Arief Budiawan Sugiri  
44214110118

Pengelolaan *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia Dalam Mengomunikasikan Sistem *Check-In* Dan *Boarding Pass* (Studi Kasus: Komunikasi PT Kereta Api Indonesia Terkait Pembaharuan Sistem Pelayanan)  
Jumlah halaman: xi + 101 Halaman + 83 lampiran  
Bibliografi: 22 acuan, Tahun 1993-2016

#### ABSTRAK

PT Kereta Api Indonesia (Persero) menerapkan Sistem *Check In* dan *Boarding Pass* dalam mengatasi permasalahan tentang pelayanan khususnya tiket. Sebagai wujud nyata peningkatan pelayanan, dan pengguna kereta api yang terus meningkat dari tahun 2011 - 2015, banyak masyarakat memerlukan informasi yang detail terkait kebijakan pembaharuan sistem berdasarkan surat keputusan direksi. Informasi dapat dilakukan oleh peran *Public Relations* yang memiliki fungsi manajemen untuk mendukung dan membantu perusahaan dengan mengelola komunikasi yang efektif demi tercapainya tujuan dari kebijakan tersebut.

Tujuan penelitian untuk menggambarkan pengelolaan *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia dalam mengomunikasikan Sistem *Check In* dan *Boarding Pass* dengan menggunakan landasan teori tentang komunikasi organisasi, proses perencanaan *Public Relations* dan sistem pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber, melakukan obeservasi, dan telaah dokumen.

Hasil penelitian pengelolaan *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia dalam mengomunikasikan Sistem *Check In* dan *Boarding Pass* seperti tahapan kegiatan *Public Relations* mencakup analisis situasi dan teknis (*Research-Listening*), penentuan tujuan dan sasaran (*Planning-Decision*), Komunikasi Langsung, Konferensi pers, media sosial (*Communication-Action*), dan Media Monitoring (*Evaluation*).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai pengelolaan *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia dalam mengomunikasikan Sistem *Check In* dan *Boarding Pass* yaitu proses perencanaan *Public Relations* dari *Research-Listening* hingga *Evaluation*. Sejauh penelitian ini juga menyarankan untuk menambah peran *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia dalam manajemen dan koordinasi yang lebih baik antar unit *Public Relations* dengan unit lain dengan diadakannya pelatihan atau *briefing*.