

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Triana Ayu Susanti
44213110146

Peran Hubungan Klien dan Riset dalam Produksi Iklan Layanan Masyarakat
“Tempat Duduk Ini Miliknya”
(Konten Instagram Untuk Sosialisasi Tempat Duduk Prioritas KRL Commuter Line)
Jumlah halaman: xx + 128 halaman + 59 lampiran
Bibliografi: 46 acuan, tahun 2000 – 2018

ABSTRAK

Tempat duduk prioritas adalah salah satu pelayanan yang disediakan oleh PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI) di dalam rangkaian KRL Commuter Line. Layanan tempat duduk prioritas, yang sejatinya diperuntukkan untuk kenyamanan dan kemudahan penumpang prioritas, namun kerap kali disalahkan oleh para penumpang yang bukan prioritas. Bahkan, sejumlah penyalahgunaan ini sempat menjadi pemberitaan media massa. Hal ini dapat berdampak pada terbentuknya citra negatif perusahaan di benak para *stakeholder*.

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari upaya penyelesaian permasalahan yang terjadi. PT KCI perlu mengembangkan strategi komunikasi berkelanjutan yang dapat mempersuasi dan mengedukasi para pengguna KRL sekaligus mendorong perubahan perilaku dalam menggunakan tempat duduk prioritas dengan didasari pada keinginan untuk mengelola hubungan baik dengan konsumen sebagai *stakeholder*-nya.

Peran hubungan klien dalam proses produksi merupakan upaya untuk menciptakan hubungan kemitraan yang efektif, sehingga strategi komunikasi yang dilakukan sejalan dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan riset memegang peranan penting dalam perencanaan program *public relations*, dimana hasil riset digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi komunikasi yang akan digunakan dalam proses produksi iklan layanan masyarakat.

Peneliti memproduksi iklan layanan masyarakat bertema imbauan dan anjuran dengan judul “Tempat Duduk Ini Miliknya”. Judul ini dibagi menjadi empat *key message* yang dituangkan ke dalam empat poster. Iklan layanan masyarakat menggunakan ilustrasi gambar latar yang merepresentasikan pesan dan memadukan unsur visual grafis. Target khalayak adalah pengguna KRL Commuter Line yang berada di Jabodetabek, laki-laki dan perempuan, berusia 21-40 tahun, dan bekerja sebagai pegawai swasta dan mahasiswa. Iklan layanan masyarakat ini dipublikasikan secara digital melalui akun instagram resmi PT KCI.

Dua iklan layanan masyarakat yang telah dipublikasikan memperoleh interaksi yang cukup signifikan lebih tinggi bila dibandingkan dengan publikasi PT KCI lainnya di akun instagram. Iklan layanan masyarakat mendapatkan komentar beragam dengan mayoritas bernada positif dan netral. Dari pemantauan sejumlah komentar, informasi yang disampaikan dalam iklan layanan masyarakat berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesadaran target khalayak terhadap tempat duduk prioritas.

Kata kunci: *Public Relations, sosialisasi, iklan layanan masyarakat, tempat duduk prioritas*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Public relations Program
Triana Ayu Susanti
44213110146

Client Relations and Research Function in The Production of Public Service Announcement
“Tempat Duduk Ini Miliknya”
(Priority Seat Socialization for KRL Commuter Line through Instagram Content)
Content: xviii + 128 pages + 59 attachments
Bibliography: 46 references, 2000 – 2018

ABSTRACT

Priority seat is one of services provided by PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI) inside the KRL Commuter Line. The service is provided to create comfort and ease for prioritized passenger. However, the seats are often occupied by non-prioritized passengers. Moreover, this misuse of the priority seat once became the news in mass media and this can damage the company image in the mind of its stakeholder.

This research is conducted as part of the efforts to solve that issue. PT KCI should develop a sustainable communication strategy as the company's willingness to maintain a good relationship with the consumers or passenger as its stakeholder, to persuade and educate the KRL passengers as well as to encourage behavior change in occupying priority seats.

Client Relations in this production has a function to establish an effective partnership, thus the communication strategy be in accordance with the company vision. Whilst the research has a significant function in *public relations* program planning activity, where the result will be used as the basis to set the communication strategy in the production of this public service announcement.

Researcher produce a public service announcement (PSA) with appeal and encouragement as the theme, entitled “Tempat Duduk Ini Miliknya” (These Seats are Theirs). The main title is divided into four key messages, and each attached in four posters. The PSA contain illustrations as the background that represents the message and combined with the visual graphic element. The target audience is KRL Commuter Line passengers in Jabodetabek, men and women, 21-40 years old, and have occupation as employee and college students. This PSA will be published digitally through official Instargram of PT KCI.

Two published PSA gained significantly higher interactions compared to other publications on official Instagram of PT KCI. The PSA gained various comments with the majority of them indicating positive and neutral feedback. According to several comments, information included in the PSA successfully improve the knowledge and awareness of the audience towards the priority seats.

Keywords: *Public relations, socialization, public service announcement, priority seats*