



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Nama : Naufhal Fadhly
Judul : Strategi Komunikasi PT Kereta Api Indonesia Melalui Social Media Untuk Membangun Opini Positif di Mata Masyarakat
Bibliografi : 37 Buku (1948 sampai dengan 2016) + 2 Website dan 2 Jurnal

ABSTRAK

Media massa menjadi sarana untuk menyampaikan pesan dan informasi yang sangat cepat dan dapat diterima oleh banyak orang. Saat ini media massa sudah berbagai macam jenisnya seperti, media cetak, media elektronik, dan baru – baru ini ada media sosial. media sosial merupakan media baru yang digunakan melalui akses dari internet. Media sosial ini dapat digunakan oleh semua orang bahkan perusahaan atau organisasi juga menggunakan media sosial sebagai media berkomunikasi dengan para khalayaknya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

Teori penelitian yang digunakan menggunakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian menggunakan metode studi kasus dan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan pengamatan.

Kesimpulan penelitian ini adalah opini positif dapat diciptakan dengan sendirinya oleh PT Kereta Api Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia untuk membangun opini positif di mata masyarakat melalui sosial media dapat dikatakan telah memberikan kepuasan akan informasi yang disampaikan kepada khalayaknya.

Kata kunci : Media sosial, kepuasan informasi