



**Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi Vandalisme untuk
Mendukung Kampanye Program Edukasi Cinta KRL oleh
PT Kereta Commuter Indonesia**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA
ANSI HAHURI

55218110009

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

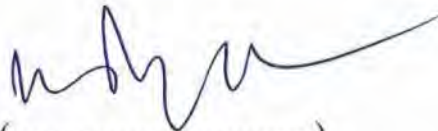
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Judul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi
Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi
Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia

Jakarta, 4 September 2020

MERCU BUANA

Pembimbing



(.....)

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi
Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi
Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication


Tanggal : 4 September 2020

Jakarta, 4 September 2020

UNIVERSITAS
Mengetahui,


Ketua Sidang

Dr. Henni Gusfa, M.Si


(.....)

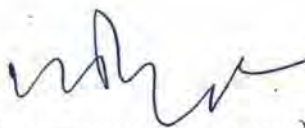
Penguji Sidang

Dr. Achmad Jamil, M.Si


(.....)

Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


(.....)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi
Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi
Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Tanggal : 4 September 2020

Jakarta, 4 September 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

Penguji Sidang

Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi
Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi
Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 4 September 2020

Jakarta, 4 September 2020

UNIVERSITAS

Pembimbing
MERCUBUANA

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi



Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul "*Prevention Campaign In Handling Vandalism*" telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Agustus 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 13%.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Administrator Turnitin



UNIVERSITAS

Arie Pangudi, A.Md

MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia

Nama : Ansi Hahuri

NIM : 55218110009

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 4 September 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya-karya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semoga informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 4 September 2020



Ansi Hahuri

ABSTRACT

PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) is one of the public transportation providers that often experiences vandalism. The vandalism, which is committed by the people living around the railroad track, continues to increase each year. In 2017, there were 34 reported cases, while in 2018 and 2019, the figure increased to 37 and 56 cases, respectively. The increase needs special attention from PT KCI so that the company can achieve its vision and mission. PT KCI, in preventing the vandalism, needs to build good community relations as a community is not only a group of people living in one location but it also shows interaction among the people within the group. The Corporate Communication Division at PT KCI under the prevention campaign of the Cinta KRL Education Program takes a persuasive approach to invite and encourage the community to accept and carry out guidelines from PT KCI conveyed at schools and the community around the railroad tracks.

The researchers use a post positivism paradigm with a qualitative approach and a case study method. The researchers collected information using various data collection procedures by combining the results of interviews and collecting the data needed to conduct the research process. The theories used as references in this research are the stage of community relations by Yosol Iriantara and eight campaign elements in the Nowak and Warneryd campaign model.

PT KCI has implemented the stages of community relations and campaign work processes, but vandalism acts are still recurring. Therefore, a campaign mapping is needed so that the community relations approach in the prevention campaign can run more effectively and produce strategic innovations in accordance with the evaluation results.

Keywords : Community Relations, Public Relations, Campaign, Vandalism.

ABSTRAK

PT Kereta Commuter Indonesia merupakan salah satu transportasi umum yang sering mengalami aksi vandalisme. Aksi vandalisme yang dilakukan oleh masyarakat sekitar rel kereta api terus meningkat pada setiap tahunnya, pada tahun 2017 terjadi sebanyak 34 kasus, pada tahun 2018 terjadi peningkatan menjadi 37 kasus dan pada tahun 2019 juga terjadi peningkatan sebanyak 56 kasus. Peningkatan disetiap tahunnya menjadi perhatian khusus bagi PT KCI agar tercapainya visi dan misi perusahaan. PT KCI dalam mencegah aksi vandalisme ini perlu membangun community relations dengan baik, karena komunitas bukan lagi sekedar kumpulan orang yang tinggal pada lokasi yang sama tapi juga menunjukkan terjadinya interaksi diantara kumpulan orang tersebut. Divisi Corporate Communication PT KCI melalui kampanye pencegahan Program Edukasi Cinta KRL melakukan persuasi untuk mengajak dan mendorong masyarakat untuk dapat menerima serta melakukan arahan dari PT KCI yang dilakukan di sekolah-sekolah dan dilingkungan masyarakat sekitar rel kereta api.

Peneliti menggunakan paradigma post positivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan yang telah ditentukan dengan menggabungkan hasil wawancara dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam melakukan proses penelitian. Teori yang digunakan sebagai referensi penelitian adalah tahapan community relations Yosali Iriantara dan proses kerja kampanye berdasarkan model kampanye Nowak dan Warneryd.

Hasil penelitian, PT KCI menerapkan tahapan community relations dan proses kerja kampanye, namun aksi vandalisme masih terus terjadi sehingga perlu adanya pemetaan kampanye, agar pendekatan community relations dalam kampanye pencegahan dapat berjalan lebih efektif dan menghasilkan inovasi strategi berdasarkan evaluasi yang dilakukan.

Kata kunci : Community Relations, Public Relations, Kampanye, Vandalisme.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada peneliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pendekatan Community Relations dalam Pencegahan Aksi Vandalisme untuk Mendukung Kampanye Program Edukasi Cinta KRL oleh PT Kereta Commuter Indonesia.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Peneliti ini mengkaji tentang proses kampanye pencegahan untuk menekan angka aksi vandalisme yang terjadi pada PT Kereta Commuter Indonesia melalui pendekatan *community relations*.

Peneliti menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada: Dr. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku Penguji Sidang, Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Pemimpin Sidang, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Demikian juga peneliti menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberikan sumbangsih dalam masalah menangani aksi vandalisme di Indonesia.



Peneliti,

Ansi Hahuri

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY</i> CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3. Identifikasi Masalah	4
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4.1. Maksud Penelitian.....	5
1.4.2. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	5
1.5.1. Manfaat Penelitian	5
1.5.2. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teori	13
2.2.1. Komunikasi Organisasi	13
2.2.2. Public Relations	15
2.2.3. Community Relations	17
2.2.4. Kampanye	21
2.2.5. Perancangan Kampanye Melalui Model Kampanye.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27

3.1. Objek Penelitian	27
3.2. Paradigma Penelitian.....	27
3.3. Metode Penelitian.....	28
3.4. Key Informan dan Informan.....	29
3.5. Unit Analisis	30
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.6.1. Jenis Data	31
3.6.2. Sumber Data.....	31
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	34
3.9. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	38
4.1.2. Logo Perusahaan	40
4.1.3. Struktur Perusahaan	42
4.2. Hasil Penelitian	42
4.2.1. Gambaran Umum Program Edukasi Cinta KRL.....	44
4.2.2. Proses Community Relations	46
4.2.3. Perancangan Kampanye	50
4.3. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	66
5.2.1. Saran Akademis	66
5.2.2. Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: 2.1 A Model Of A Communication Campaign	24
Gambar 2: 3.1 Teknik Analisis Data Kualitatif Menurut Miles Dan Hubberman	35
Gambar 3: 4.1 Logo Pt Kereta Commuter Indonesia.....	40
Gambar 4: 4.2 Struktur Pt Kereta Commuter Indonesia	42
Gambar 5: 4.3 Laporan Media Monitoring Pt Kereta Commuter Indonesia	47
Gambar 6: 4.4 Kegiatan Pembukaan Taman Baca Inovator Si Karel.....	48
Gambar 7: 4.5 Kegiatan Program Edukasi Cinta Krl.....	49
Gambar 8: 4.6 Laporan Jumlah Kasus Tekait Jenis Gangguan Kamtibmas Tahun 2017	57
Gambar 9: 4.7 Laporan Jumlah Kasus Tekait Jenis Gangguan Kamtibmas Tahun 2018	57
Gambar 10: 4.8 Laporan Jumlah Kasus Tekait Jenis Gangguan Kamtibmas Tahun 2019	58

