



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Fadliyah

44214120015

Strategi Humas PT. Kereta Commuter Indonesia Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Komunitas Pengguna Commuterline

Jumlah Halaman: xi + 81 Halaman + 8 Lampiran

Bibliografi: 22 Acuan, Tahun 2003 – 2015

### **ABSTRAK**

Sebagai perusahaan penyedia jasa angkutan umum PT. Kereta Commuter Indonesia dengan menggunakan sarana Kereta Rel Listrik atau commuterline di wilayah Jabodetabek dimana penggunanya sudah mencapai hampir satu juta per hari. Dari sekian banyaknya pengguna kereta commuterline terdapat komunitas yang sebagai sumber sekunder dalam mendapatkan informasi mengenai KRL commuter line yang juga menjadi sarana komunikasi antar pengguna kereta. Maka dari itu dibutuhkan strategi agar rencana program tersusun sistematis dengan membangun hubungan baik dengan komunitas pengguna *commuter line*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari strategi humas PT. Kereta Commuter Indonesia dalam membangun hubungan baik dengan komunitas pengguna commuterline.

Tipe penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif – kualitatif, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan narasumber.

Hasil dari penelitian ini membahas mengenai strategi humas KCI dalam membangun hubungan baik dengan komunitas pengguna commuterline yaitu dengan hasil yang berdampak positif, akses komunikasi dengan KCI mudah dan program silaturahmi dengan komunitas menjadi agenda rutin setiap tahun. Serta respon dari komunitas pun positif dan senang karena telah dilibatkan dalam acara KCI.

Kata kunci : Strategi, *Public Relations*, Komunitas, *Commuter line*



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

Mercu Buana University  
Faculty Of Communications  
Public Relations Study Program  
Fadliyah  
44214120015

Public Relations Strategy of PT. Kereta Commuter Indonesia In Building Good Relationship with Commuterline Community  
Number of Page: xi + 81 Pages + 8 Appendix  
Bibliography: 22 References, 2003 – 2015

### **ABSTRACT**

As a public transportation service company PT. Indonesian Commuter trains using the Electric Rail or commuterline in the Jabodetabek area where users have reached nearly one million per day. Of the many commuterline train users, there are communities that are secondary sources of information about commuter line KRLs, which are also a means of communication between train users. Therefore, a strategy is needed so that program plans are systematically arranged by building good relations with the commuter line user community. The purpose of this study was to determine the results of public relations strategy of PT. Indonesian Commuter Train in building good relations with the commuterline user community.

This type of research uses descriptive - qualitative research, the research method used is a case study. The technique of collecting data with in-depth interviews with speakers.

The results of this study discuss the KCI public relations strategy in building good relations with the commuterline user community, namely with positive results, easy access to communication with KCI and a community gathering program on a regular agenda every year. And the response from the community was positive and happy because it had been involved in the KCI program.

Keywords: Strategy, *Public Relations*, Community, *Commuter line*