



Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fita Rizky Fadhilla

44219210069

**STRATEGI HUMAS DALAM SOSIALISASI APLIKASI TRAVOY 3.0
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGGUNA JALAN TOL TAHUN 2022**
Bibliografi : V Bab 66 Halaman + 10 Lampiran + 18 Buku + 3 Internet

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan teknologi dan komunikasi di Indonesia telah berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu. Kemajuan teknologi menjadikan arus informasi melalui berbagai media mendorong para pelaku bisnis untuk membuat sebuah wadah yang terhubung antar realita dengan masyarakat yaitu dengan menghadirkan sebuah aplikasi digital.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk mengembangkan inovasinya yaitu dengan menghadirkan aplikasi digital yang bernama *Travoy 3.0* dengan menerapkan strategi humas melalui dua pendekatan yaitu, Pendekatan Persuasif dan Edukatif dan Pendekatan Operasional. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh PT Jasamarga dalam menerapkan strategi humas yaitu dengan memperkenalkan aplikasi Travoy 3.0 melalui media massa / media sosial seperti, platform resmi media massa, website, dan media sosial lainnya (Instagram, TikTok, FB, dan Twitter).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk Dalam Sosialisasi Aplikasi "*Travoy 3.0*" Sebagai Media Informasi Pengguna Jalan Tol Tahun 2022. Dengan menggunakan teori 4 tahapan strategi humas menurut Cutlip M. Centre yaitu *Define Problem, Planning & Programming, Action & Communication, Evaluation*. Metode yang digunakan pada penelitian ini studi deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma Post-Positivism melalui wawancara mendalam. Sumber informan berjumlah 5 orang.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam menjalankan tugasnya dinilai sudah berhasil menjalankan fungsi humas dengan baik. Dalam mencapai tujuan perusahaan, humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk melakukan perencanaan program melalui strategi humas yang dilakukan dengan melakukan aspek-aspek pendekatan strategi humas dan empat tahapan strategi humas. Namun perlu adanya upaya yang lebih maksimal lagi dalam melakukan sosialisasi dengan melalui kegiatan publikasi yang dilakukan melalui event perusahaan, kegiatan pers, DMS (Dynamic Message Sign), dan media sosial.

Kata Kunci : Strategi Humas, Sosialisasi, Aplikasi Travoy 3.0



Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Fita Rizky Fadhilla

44219210069

**STRATEGI HUMAS DALAM SOSIALISASI APLIKASI TRAVOY 3.0
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGGUNA JALAN TOL TAHUN 2022**

Bibliografi : V Chapter 66 Pages + 10 Attachments + 18 Books + 3 Internet

ABSTRACT

Nowadays, the development of technology and communication in Indonesia has developed rapidly over time. Advances in technology make the flow of information through various media encourage business people to create a forum that is connected between reality and society, namely by presenting a digital application.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk develops its innovation by presenting a digital application called *Travoy 3.0* by implementing a public relations strategy through two approaches, namely, Persuasive and Educational Approaches and Operational Approaches. Socialization activities carried out by PT Jasa Marga (Persero) Tbk in implementing public relations strategies are by introducing the *Travoy 3.0* application through mass media / social media such as, official mass media platforms, websites, and other social media (Instagram, TikTok, FB, and Twitter).

This study aims to determine the Public Relations Strategy of PT Jasamarga (Persero) Tbk in Socializing the "*Travoy 3.0*" Application as a Medium for Information on Toll Road Users in 2022. By using the theory of 4 stages of public relations strategy according to Cutlip M. Center, namely *Define Problem, Planning & Programming, Action & Communication, Evaluation*. The method used in this study is a qualitative descriptive study using the Post-Positivism paradigm through in-depth interviews. The source of informants is 5 people.

The results of this study can be concluded that the public relations of PT Jasa Marga (Persero) Tbk in carrying out their duties are considered to have succeeded in carrying out the public relations function well. In achieving the company's objectives, PT Jasa Marga (Persero) Tbk 's public relations conducts program planning through a public relations strategy which is carried out by conducting aspects of the public relations strategy approach and four stages of public relations strategy. However, there is a need for even more optimal efforts in socializing through publication activities carried out through company events, press activities, DMS (Dynamic Message Sign), and social media.

Keywords: Public Relations Strategy, Socialization, Travoy 3.0 Application