



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**TAHAPAN MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* PT. KERETA API  
INDONESIA (PERSERO) DALAM MENSOSIALISASIKAN  
APLIKASI KAI ACCESS**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana  
Jakarta Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Sheila Sarahthifa**

**44216010067**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Shella Sarahthifa  
44216010067

Tahapan Manajemen *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Mensosialisasikan Aplikasi KAI *Access*

Jumlah Halaman : 89 Halaman + 17 Lampiran + 4 Halaman Daftar Pustaka + 4 Halaman Daftar Riwayat Hidup

### ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai industri kereta api komersial yang berfokus kepada pelayanan pelanggan membuat inovasi atau sebagai suatu solusi dari permasalahan yang dialami pelanggan, yaitu inovasi pada aplikasi KAI *Access*. Berhasilnya program ini, salah satunya melalui tahapan manajemen *publicrelations* dalam melakukan sosialisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan manajemen *public relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui aktivitas komunikasi yaitu dalam melakukan sosialisasi pada aplikasi KAI *Access* mulai dari tahap *fact finding*, tahap *planning*, *communicating* dan sampai dengan tahap *evaluating*. Metodologi yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengamatan dan studi dokumentasi. Data dianalisis secara reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan manajemen *public relations* dalam mensosialisasikan aplikasi KAI *Access* belum sesuai dengan data pengguna yang ada, hingga pada implementasi *good governance*, *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) masih terbatas, hal ini berkaitan dengan tidak terlibatnya *Public Relations* dalam perkembangan pengguna pada inovasi terbaru aplikasi KAI *Access* dan hal tersebut dapat mempengaruhi citra yang diharapkan perusahaan yaitu sebagai perusahaan BUMN operator transportasi publik satu- satunya di Indonesia yang memfokuskan pada pelayanan pelanggan, dan memiliki *public service obligation* (PSO) yang merupakan kereta api subsidi dari pemerintah yang dimana perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat untuk menyalurkan PSO tersebut dengan baik.

**Kata Kunci : Tahapan Manajemen Public Relations, Sosialisasi, Good Governance**



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Study Field of Public Relations  
Shella Sarahthifa  
44216010067

Management Stages of Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in  
Socializing the KAI Access Application  
Number of Pages: 89 Pages + 17 Attachment + 4 Reference Pages + 4 Curriculum  
Vitae Pages

### **ABSTRACT**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) as a commercial railroad industry that focuses on customer service making innovations or as a solution to problems experienced by customers namely KAI access application. The success of this program is through the stages of public relations management in conducting socialization. This study aims to determine the stages of public relations management at PT Kereta Api Indonesia (Persero) through communication activities in socializing the KAI Access application starting from the fact-finding stage, the planning stage, the communicating stage, and up to the evaluating stage. The methodology used is a qualitative research method. Data collection was carried out through in- depth interviews, observation, and documentation study. Data were analyzed by data reduction, data presentation, verification, and conclusion.

The results showed that the stages of public relations management in socializing the KAI Access application were not by existing user data. In the end, the implementation of Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) good governance is still limited. This is related to the absence of Public Relations in the user's development in the latest innovations of the KAI Access application. This can affect the company's expected image as a state-owned company, the only public transport operator in Indonesia that focuses on customer service, and has a public service obligation ( PSO) which is a subsidized train from the government where the company has the responsibility to the community to distribute the PSO properly. socializing the KAI Access application was not in accordance with existing user data. In the end, the implementation of Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) good governance is still limited. This is related to the absence of Public Relations in the user's development in the latest innovations of KAI Access application and this can affect the company's expected image as a state-owned company, the only public transport operator in Indonesia that focuses on customer service, and has a public service obligation (PSO) which is a subsidized train from the government where the company has the responsibility to the community to distribute the PSO properly.

***Keywords : Management Stages of Public Relations, Socialization,  
Good Governance***

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Shella Sarahthifa

Nim : 44216010067

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: Tahapan Manajemen *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mensosialisasikan Aplikasi KAI *Access* adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Mercu Buana. Tugas Akhir Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Tugas Akhir atau Penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi dari awal.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 06 Oktober 2020

Yang Membuat Pernyataan,



(Shella Sarahthifa)

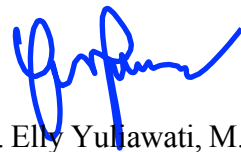
Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Irmulansati. T, SH. M.Si)

Ketua Bidang Studi PR



(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM SARJANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Judul : **TAHAPAN MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS*  
PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DALAM  
MENSOSIALISASIKAN APLIKASI KAI ACCESS**

Nama : Shella Sarahthifa

NIM : 44216010067

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

U Jakarta, 06 Oktober 2020 S

MENGETAHUI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**PEMBIMBING**

(Dr. Irmulansati. T, SH. M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **TAHAPAN MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS*  
PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DALAM  
MENSOSIALISASIKAN APLIKASI KAI *ACCESS***

Nama : Shella Sarahthifa

Nim : 44216010067

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 06 Oktober 2020

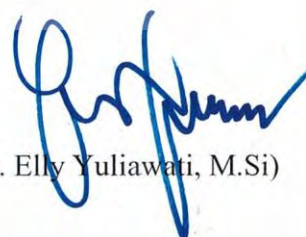
Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Irmulansati. T, SH, M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponso Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Judul : **TAHAPAN MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS*  
PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DALAM  
MENSOSIALISASIKAN APLIKASI KAI *ACCESS***

Nama : Shella Sarahthifa

Nim : 44216010067

Fakultas : Ilmu Komunikasi

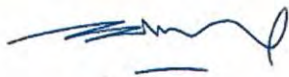
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 06 Oktober 2020

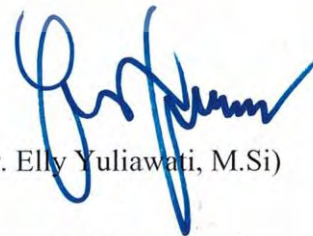
Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Irmulansati. T, SH, M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dimana skripsi ini peneliti sajikan dalam bentuk yang sederhana. Adapun judul skripsi yang peneliti ambil adalah sebagai berikut : “Tahapan Manajemen *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Mensosialisasikan Aplikasi *KAI Access*”.

Tujuan pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) ilmu komunikasi bidang studi *Public Relations*. Sebagai bahan penulisan skripsi ini diambil berdasarkan hasilwawancara dan beberapa sumber literatur yang mendukung pembuatan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka pembuatan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkalah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dalam membantu peneliti dan memberikan arahan penyelesaian skripsi
2. Ponco Budi Sulistyono, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Elly Yuliani, M.si selaku Kepala Bidang Studi *Public Relations*
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi IlmuKomunikasi
5. Ida Anggraeni Ananda, Dra. M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik



6. Kepala Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi beserta Jajarannya
7. Orang Tuaku tercinta, Almh. Rela Widiastuti, Papah AgusAchsanu dan Mamih Durrotul Komariah Yusuf yang telah memberikan dorongan untuk saya, baik moril maupun materil sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini denganbaik
8. Kakak beserta adik-adik saya, Rayyan Firdaus, Salma Nurhalizah, Muhammad Ariq Basilla Ikram, Abil Muhammad Fathin dan Eshan Athmarrizqi yang selalu membantu saya lewat doa. Terima kasih kaka dan adik-adik yang saya cintai
9. Keluarga besar saya, nenek, kakek, paman, bibi, sepupu-sepupu saya yang tidak dapat saya sebut namanya. Terimakasih atas dukungan moril kehidupan dan agama saya
10. Para sahabat saya, Lina, Tami, Arini, Lulu, Yovi, Ukhty, Tika dan Kyai yang selalu menghibur, mendukung dan membuat saya semangat kuliah. Terima kasih atas dukungan kalianselama ini
11. Park Seo Joon, So Ji Sub, Hae In Jung, Oh Sehun, Park Chanyeol, Shawn Mendes, Ben Simmons, Theo James, Michele Morrone yang telah menjadi penyemangat bagi peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
12. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penyusunan skripsi ini.

Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Skripsi ini saya susun dari hari ke hari, waktu ke waktu dengan sungguh-sungguh. Skripsi ini sempurna dengan kekurangannya. Akan tetapi, terwujudnya penulisan ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis memohon kritik

dan saran. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan penelitian skripsi dimasa yang akan datang. Mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa saran yang membangun. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca yang berminat.

Jakarta, 12 September 2020

**Shella Sarahthifa**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	18
1.3 Identifikasi Masalah.....	18
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	19
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	19
1.4.2 Kegunaan Penelitian .....	19
1.4.2.1. Kegunaan Akademis.....	19
1.4.2.2. Kegunaan Praktis.....	19
1.4.2.3. Kegunaan Sosial .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
2.2 Landasan Teori.....	26

2.2.1 Komunikasi .....	26
2.2.2 Public Relations .....	27
2.2.3 Peran Public Relations .....	28
2.2.4 Fungsi Public Relations.....	30
2.2.5 Tujuan Public Relations .....	31
2.2.6 Strategi Public Relations .....	34
2.2.7 Tahapan Manajemen Public Relations.....	36
2.2.8 Konsep Sosialisasi.....	40
2.2.9 Image atau Citra .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Subjek Penelitian.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
4.1.1 Profile Perusahaan.....	55
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	55
4.1.3 Logo Perusahaan .....	60
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.5 Budaya Perusahaan .....	61
4.1.6 Jenis-Jenis Pelayanan .....	62

4.1.7 Aplikasi KAI Access .....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.3 Pembahasan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran .....	89
5.2.1 Saran Akademis .....	89
5.2.2 Saran Praktis.....	89
5.2.3 Saran Sosial.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Pertumbuhan Pelanggan PT KAI pada tahun 2016-2017.....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 1.2 Pertumbuhan Pelanggan PT KAI pada tahun 2017-2018.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 4.1 Ringkasan Sejarah Perusahaan Perkeretaapian Indonesia .....</b>	<b>58</b>





## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.3 Aplikasi KAI Access .....</b>	<b>12</b>
<b>Gambar Logo Perusahaan .....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar Jajaran Direksi KAI menacanakan Tahun 2018-2019 sebagai Tahun Inovasi .....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar Momen launching fitur baru KAI Access.....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar Logo Baru KAI Access .....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar Fitur Aplikasi KAI Access .....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 4.2.2 Jumlah pengguna aplikasi KAI Access pada September 2018-November 2018 .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4.2.3 Jumlah pengguna aplikasi KAI Access pada 3 bulan terakhir ini .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Key informan .....	94
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	95
Lampiran 3 Informan Kedua.....	103
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	111

