



**FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* PT KERETA COMMUTER INDONESIA  
DALAM MENGELOLA REPUTASI**

**(Studi Deskriptif Pada PT Kereta Commuter Indonesia  
September 2020 – Januari 2021)**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Ilmu Komunikasi Bidang *Public Relations*

**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :  
**Hendra Sofyan**  
**44216120053**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hendra Sofyan  
NIM : 44216120053  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul : “Fungsi *Public Relations* PT Kereta Commuter Indonesia Dalam Mengelola Reputasi (Studi Deskriptif Pada PT Kereta Commuter Indonesia September 2020 – Januari 2021)”

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Riki Arswendi, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

### TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **“FUNGSI PUBLIC RELATIONS PT KERETA  
COMMUTER INDONESIA DALAM MENGELOLA  
REPUTASI (STUDI DESKRIPTIF PADA PT  
KERETA COMMUTER INDONESIA SEPTEMBER  
2020 – JANUARI 2021)”**

Nama : Hendra Sofyan  
NIM : 44216120053  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Maret 2021

1. Ketua Sidang

Dr. A. Rahman, HI, M.Si

(  )

2. Penguji Ahli

Ida Angraini Ananda, M.Si

(  )

3. Pembimbing

Riki Arswendi, M.Ikom

(  )



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **“FUNGSI PUBLIC RELATIONS PT KERETA  
COMMUTER INDONESIA DALAM MENGELOLA  
REPUTASI (STUDI DESKRIPTIF PADA PT KERETA  
COMMUTER INDONESIA SEPTEMBER 2020 –  
JANUARI 2021)”**

Nama : Hendra Sofyan  
NIM : 44216120053  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Maret 2021  
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

( Riki Arswedi, M.Ikom )

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Ponce Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.Di)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

### LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hendra Sofyan  
NIM : 44216120053  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : **“FUNGSI PUBLIC RELATIONS PT KERETA  
COMMUTER INDONESIA DALAM MENGELOLA  
REPUTASI (STUDI DESKRIPTIF PADA PT KERETA  
COMMUTER INDONESIA SEPTEMBER 2020 –  
JANUARI 2021)”**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusan dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya. Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, Maret 2021



Hendra Sofyan



## **Fungsi Public Relations PT Kereta Commuter Indonesia Dalam Mengelola Reputasi.**

### **ABSTRAK**

PT Kereta commuter Indonesia (KCI) merupakan anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia. Di mana citra dan reputasinya terutama terkait dengan layanan dan informasi di mata publik mengalami perubahan yang signifikan. Semula PT KCI memiliki reputasi yang negatif. Namun perlahan berbagai program komunikasi dijalankan hingga mendapatkan penghargaan dan pengakuan dari berbagai pihak terkait perubahan positif tersebut. Keunikan dari penelitian ini adalah PT KCI tidak memiliki divisi Humas/Public Relations.

Bagaimana fungsi Public Relations di PT KCI menjadi tujuan ingin diketahui dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun objek penelitian ini adalah PT KCI dengan subyek penelitian Vice President Corporate Communication PT KCI, Manajer External Relations and Corporate Image Care dan beberapa komunitas pengguna jasa layanan kereta api commuter line.

Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (Public Relationship). Pada PT KCI, peran Humas/Public Relations sebagai penasehat ahli dan problem solver dijalankan oleh divisi Corporate Communication dalam hal ini Vice President dan Manajer External Relations and Corporate Image Care. Sementara peran PR sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi dijalankan oleh divisi External Relations and Corporate Image Care PT KCI.

Fungsi dari Public Relations yang dijalankan oleh divisi Corporate Communication dan External Relations and Corporate Image Care PT KCI. Fungsi PR secara konsep dan hal yang strategis di jalankan oleh Vice President Corporate Communications dan Manajer External Relations and Corporate Image Care. Sementara fungsi membangun hubungan dengan media, komunitas, menjalankan program komunikasi oleh divisi External Relations and Corporate Image Care. Baik dengan menggunakan media internal maupun eksternal PT KCI.

***Kata Kunci : fungsi humas, reputasi, PT Kereta Commuter Indonesia***



## **Function of Public Relations of PT Kereta Commuter Indonesia in Managing a Reputation.**

### **ABSTRACT**

PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) is a subsidiary of PT Kereta Api Indonesia. Where the image and reputation, especially related to services and information in the eyes of the public, have undergone significant changes. Initially, PT KCI had a negative reputation. However, slowly various communication programs were carried out until they received awards as a form of recognition from various parties related to this positive change. The uniqueness of this research is that PT KCI does not have a PR / public relations division.

How the function of public relations at PT KCI is the aim to be known in this research. This research is a qualitative research with a descriptive approach. The object of this research is PT KCI with the research subjects of PT KCI's vice president of corporate communication, Manager of External relations and corporate image and several communities of commuter line train service users.

An experienced and highly skilled practitioner of public relations experts can help find solutions in solving public relations problems (Public Relationship). At PT KCI, the role of PR / public relations as an expert advisor and problem solver is carried out by the corporate communication division, in this case the vice president and manager of external relations and corporate image. Meanwhile, the role of PR as a communication facilitator and communication technician is carried out by the external relations and corporate image division of PT KCI.

The function of public relations is carried out by the corporate communication division and external relations and corporate image care of PT KCI. The public relations function is conceptually and strategically carried out by the vice president of corporate communications and the manager of external relations and corporate images. Meanwhile, the function of building relations with the media, community, running the communication program by the external relations and corporate image division. Either by using PT KCI's internal and external media.

**Keywords: public relations function, reputation, PT Kereta Commuter Indonesia**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan seluruh rahmat, hidayah dan karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“FUNGSI PUBLIC RELATIONS PT KERETA COMMUTER INDONESIA DALAM MENGELOLA (STUDI DESKRIPTIF PADA PT KERETA COMMUTER INDONESIA SEPTEMBER 2020 – JANUARI 2021)”**.

Laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*, Universitas Mercu Buana. Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tentunya ada hambatan dan rintangan yang penulis hadapi. Namun akhirnya dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Riki Arswendi, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atau kesulitan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comm, P.Hd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. A. Rahman, HI, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Elly Yuliaty, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Novi Erlita, MA selaku Sekretaris Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.



7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
8. Segenap Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
9. Keluarga dan istri tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan doa.
10. Terima kasih untuk seluruh teman-teman jurusan *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
11. PT. Kereta Commuter Indonesia yang telah memberikan ijin serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam menyusun tugas akhir.
12. Narasumber dari Perwakilan Komunitas Pengguna Jasa KRL lintas Bogor, Bekasi dan Tangerang yang telah bersedia diwawancarai dalam penelitian tugas akhir skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis saat melakukan penelitian serta menyusun skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Riset penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi para pembaca dan semua pihak khususnya bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Maret 2021

Hendra Sofyan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1. Penelitian Sebelumnya.....	13
2.2. Kajian Teoritis.....	21
2.2.1. Sosiokultural .....	21
2.2.2. Manajemen Keselarasan Makna .....	22
2.2.3. Komunikasi Organisasi .....	23
2.2.4. Public Relations .....	24
2.2.5. Strategi Public Relations.....	31
2.2.6. Komunikasi Korporasi .....	38
2.2.7. Reputasi.....	40

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	49
3.3. Subyek Penelitian.....	51
3.4. Teknis Pengumpulan Data .....	53
3.5. Teknik Analisis Data.....	55
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1. Profil Perusahaan .....	57
4.1.2. Data Perusahaan.....	59
4.1.3. Visi, Misi, Maksud Dan Tujuan Perusahaan.....	60
4.1.4. Value Perusahaan.....	60
4.1.5. Struktur Organisasi .....	62
4.1.6. Logo Perusahaan .....	63
4.2. Hasil Penelitian .....	63
4.2.1. Fungsi Dan Peran Public Relations Oleh Corporate Communication PT. Kereta Commuter Indonesia.....	64
4.2.2. Fungsi Dan Peran Public Relations Oleh Divisi External Relations And Corporate Image Care PT. Kereta Commuter Indonesia .....	66
4.2.3. Komunikasi Eksternal PT. Kereta Commuter Indonesia.....	67
4.2.4. Special event: Membangun Hubungan Baik dengan Komunitas Pencinta dan Pengguna Jasa Kereta Api .....	74
4.3. Pembahasan.....	77
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
5.1. Kesimpulan .....	96
5.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Matriks Penelitian .....	13



## DAFTAR BAGAN

	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT. Kereta Commuter Indonesia .....	62



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Tangkap Layar Berita Online Merdeka.com.....	3
Gambar 1.2 Tangkap Layar Berita Online Republika.co.id.....	4
Gambar 1.3 Gambar CCTV Gerbong KRL .....	7
Gambar 1.4 KRL Normal Anker Senang.....	8
Gambar 2.1 Logo Perusahaan .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup .....	103
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian .....	104
Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian .....	105
Lampiran 4 Wawancara Key Informan .....	106
Lampiran 5 Wawancara Informan 1 .....	109
Lampiran 6 Wawancara Informan 2 .....	123
Lampiran 7 Wawancara Informan 3 .....	133
Lampiran 8 Wawancara Informan 4 .....	139

