



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DALAM MEMBANGUN
CORPORATE IMAGE MELALUI KAMPANYE CEGAH
PELECEHAN SEKSUAL**

SKRIPSI

AILEEN LILLIAN PAKPAHAN

UNIVERSITAS 44218120080

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aileen Lillian Pakpahan
NIM : 44218120080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 12 Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Aileen Lillian Pakpahan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aileen Lillian Pakpahan
NIM : 44218120080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.


Disahkan oleh:

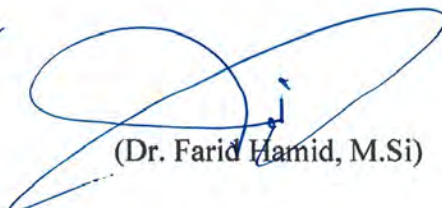
Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati T, S.H., M.Si ()
NIDN : 0330077301
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Siti Muslichatul M, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202

Jakarta, 12 Februari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun Corporate Image Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual”** untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan pihak yang berkontribusi baik secara materi maupun moril mulai dari penyusunan proposal sampai penyusunan laporan tugas akhir. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada, di antaranya :

1. Ibu Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si selaku dosen pembimbing dengan penuh kesabaran meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Kedua orangtua saya Bapak Loder Pakpahan dan Ibu Siti Patonah yang senantiasa selalu mendukung serta mendoakan dengan setulus hati dalam mengerjakan tugas akhir ini.
5. Kedua saudara saya Margaret Larissa Pakpahan dan Juventia Llewellyn Pakpahan yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam proses penyusunan tugas akhir.
6. Pelaksana Web Corporate, BUMN Portal and Social Media PT Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bapak Danang Novika Ruswantara dan Bapak Rahmad Hidayat yang telah memberikan izin dan menjadi informan kunci dalam wawancara penulis.
7. Asisten Manajer Eksternal Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 1 Jakarta Bapak Tohari yang telah

memberikan kesempatan dan waktunya sebagai informan dalam penyusunan skripsi.

8. *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bapak Fahrur Riza yang banyak membantu menjembatani komunikasi penulis dengan seluruh pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero).
9. Penumpang kereta Kak Devi Ramadhani dan Melly Safitri yang telah memberikan waktunya sebagai informan dalam penyusunan skripsi.
10. Lee Haechan yang selalu menginspirasi, memotivasi, dan menghibur penulis selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
11. *Support system*, sahabat, serta teman-teman saya yaitu Anggun Fitriani, Widias Putra Ananta, Ezy Alamsyah, Ari Sa'ban, Yulianing Tias, William yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam penulisan tugas akhir ini. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis serta masyarakat yang membutuhkan.

Jakarta, 12 Februari 2024

Aileen Lillian Pakpahan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aileen Lillian Pakpahan
NIM : 44218120080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Februari 2024

Yang menyatakan,



(Aileen Lillian Pakpahan)

ABSTRAK

Nama : Aileen Lillian Pakpahan
NIM : 44218120080
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual
Pembimbing : Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si

Pelecehan seksual adalah aksi tidak sopan yang melibatkan tindakan fisik maupun non-fisik dengan sasaran organ seksual atau seksualitas korban. Pelecehan seksual di kereta memengaruhi citra PT Kereta Api Indonesia (Persero). Citra merupakan aset tidak terlihat yang harus dibangun dan dipelihara. Salah satu peran *Public Relations* adalah membangun citra positif di mata publik. Dalam membangun citra, *Public Relations* harus memiliki strategi yang terencana. Kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu dan berupaya mempengaruhi khalayak sebagai target sasarannya.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam membangun *corporate image* melalui kampanye cegah pelecehan seksual. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam membangun *corporate image* melalui kampanye cegah pelecehan seksual. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Menggunakan sumber data primer dan sekunder, serta menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Sedangkan untuk keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program kampanye cegah pelecehan seksual PT Kereta Api Indonesia (Persero) sesuai dengan yang diinginkan perusahaan dalam membangun *corporate image*. Perwujudan dari strategi *Public Relations* dalam membangun *corporate image* adalah menggunakan tahapan manajemen *Public Relations* yakni, *fact finding, planning, communicationg, evaluations*. Secara keseluruhan *Public Relations* melaksanakan setiap proses dan tahapannya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan perusahaan. Implementasi strategi *Public Relations* berjalan dengan baik dan membentuk citra PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, *Corporate Image*, Kampanye

ABSTRACT

Name : Aileen Lillian Pakpahan
NIM : 44218120080
Title Internship Report : Strategi *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui Kampanye Cegah Pelecehan Seksual
Counsellor : Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si

Sexual harassment is a disrespectful act involving physical or non-physical actions targeting the victim's sexual organs or sexuality. Sexual harassment on trains affects the image of PT Kereta Api Indonesia (Persero). Image is an invisible asset that must be built and maintained. One of the roles of Public Relations is to build a positive image in the eyes of the public. In building an image, Public Relations must have a planned strategy. A campaign is a planned communication activity to achieve certain goals and seeks to influence the target audience.

The focus of this research is the Public Relations strategy of PT Kereta Api Indonesia (Persero) in building its corporate image through campaigns to prevent sexual harassment. The purpose of this research is to determine the Public Relations strategy of PT Kereta Api Indonesia (Persero) in building its corporate image through campaigns to prevent sexual harassment. The paradigm used is the constructivism paradigm. This type of research uses a qualitative approach with a case study research method. Using primary and secondary data sources, and using data collection techniques in the form of interviews, documentation and literature study. Meanwhile, the validity of the data was carried out by source triangulation.

The results of this research show that PT Kereta Api Indonesia (Persero)'s campaign program to prevent sexual harassment is in line with what the company wants in building its corporate image. The embodiment of the Public Relations strategy in building a corporate image is using the stages of Public Relations management, namely, fact finding, planning, communication, evaluations. Overall, Public Relations carries out each process and stage in accordance with the provisions set by the company. The implementation of the Public Relations strategy went well and shaped the image of PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Keywords: *Public Relations Strategy, Corporate Image, Campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat Praktis.....	8
1.4.2 Manfaat Akademis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi Korporat	17
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Korporat	17
2.2.3 Strategi.....	18
2.2.4 Public Relations.....	19
2.2.5 Tujuan Public Relations	19
2.2.6 Fungsi dan Peran Public Relations	21
2.2.7 Strategi Public Relations	23
2.2.8 Tahapan Manajemen Public Relations	24

2.2.9 Citra	26
2.2.10 Jenis - Jenis Citra.....	26
2.2.11 Manfaat Citra Bagi Perusahaan.....	27
2.2.12 Citra dalam Public Relations.....	28
2.2.13 Kampanye.....	29
2.2.14 Tujuan Kampanye	30
2.2.15 Jenis Kampanye.....	31
2.2.16 Media Kampanye.....	32
2.2.17 Pesan Kampanye	33
2.2.18 Model Kampanye	34
2.2.19 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subjek Penelitian	38
3.4 Teknik pengumpulan data	40
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Subjek dan Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
4.1.1.2 Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	46
4.1.1.3 Logo Perusahaan	46
4.1.1.4 Struktur Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero)	47
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Penemuan Fakta (<i>Fact Finding</i>).....	51

4.2.2 Perencanaan (<i>Planning</i>).....	53
4.2.3 Komunikasi (<i>Communicating</i>)	58
4.2.4 Evaluasi (<i>Evaluations</i>).....	67
4.2.5 Hambatan.....	71
4.2.6 Umpan Balik.....	72
4.3 Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN & SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis.....	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kasus Pelecehan Seksual Contact Center.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Tahapan Manajemen <i>Public Relations</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun <i>Corporate Image</i>	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kasus Pelecehan Seksual Viral di Media Sosial	4
Gambar 1.2 Respons Publik Terhadap Kasus Pelecehan Seksual	5
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Humas / Public Relations.....	48
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Humas / Public Relations Corporate Image Care	48
Gambar 4.5 Timeline Kegiatan Kampanye Cegah Pelecehan Seksual.....	55
Gambar 4.6 Sosialisasi Kampanye PT Kereta Api Indonesia (Persero)	60
Gambar 4.7 Konten Kampanye PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	65
Gambar 4.8 Konten Narasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	65
Gambar 4.9 Konten PT Kereta Api Indonesia (Persero)	66
Gambar 4.10 Pengukuran Kuantitatif	68
Gambar 4.11 Hasil Monitoring Rentang Waktu 19 Juni – 1 Juli 2022.....	70
Gambar 4.12 Dampak Kampanye	70