

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM  
MENINGKATKAN PELAYANAN  
PENGGUNA KRL COMMUTER  
LINE MELALUI FACEBOOK  
DAN TWITTER**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Natalia Melysa Cyntia  
201410415151**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan  
Pelayanan Pengguna KRL *Commuter Line* Melalui  
*Facebook* Dan *Twitter*

Nama Mahasiswa : Natalia Melysa Cyntia

Nama Pokok Mahasiswa : 201410415151

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Senin, 13 Mei 2019

Jakarta, 27 Mei 2019

MENYETUJUI

Pembimbing I



Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NID. 041310016

Pembimbing II



Elisabeth Dana Pertiwi, S.Si, M.Si

NID. 041208013

# LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan  
Pelayanan Pengguna KRL *Commuter Line* Melalui  
*Facebook* Dan *Twitter*  
Nama Mahasiswa : Natalia Melysa Cyntia  
Nama Pokok Mahasiswa : 201410415151  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Illu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Senin, 13 Mei 2019

Jakarta, 27 Mei 2019

MENGESAHKAN

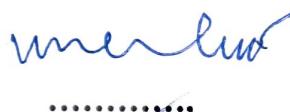
Ketua Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM,  
NID. 040503008

.....  


Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom,  
NID. 041310016

.....  


Penguji II : Mia Meilina, S.IP, M.Comm,  
NID. 041509030

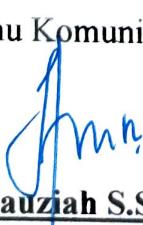
.....  


MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

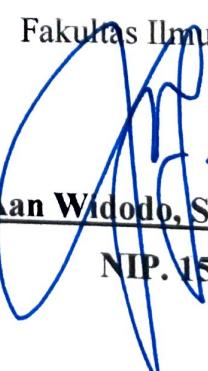
Nurul Fauziah S.Sos, M.I.Kom,  
NIP. 1602244



Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom,  
NIP. 1504222



## **LEMBAR PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “*Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Pengguna KRL Commuter Line Melalui Facebook Dan Twitter*” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 27 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



Natalia Melysa Cyntia

201410415151

## ABSTRAK

**Natalia Melysa Cyntia. 201410415151.** Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pengguna KRL *Commuter Line* Melalui *Facebook* Dan *Twitter*.

PT. Kereta *Commuter* Indonesia (PT. KCI) menggunakan media sosial yaitu, *facebook*, *twitter*, *instagram* dan *youtube* sebagai sarana komunikasi dengan pengguna (konsumen). Dalam rangka peningkatan pelayanan pengguna KRL *commuter line* praktisi *public relations* PT. KCI memanfaatkan *facebook* dan *twitter*, sedangkan media sosial *instagram* dan *youtube* digunakan PT. KCI sebagai media promosi. Dalam penelitian ini penulis khusus membahas mengenai penggunaan media sosial *facebook* dan *twitter* sebagai salah satu cara sarana penyampaian informasi yang berkaitan dengan perusahaan sebagai salah satu strategi meningkatkan pelayanan kepada pengguna KRL *commuter line*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *four steps public relations* yang dilakukan oleh praktisi *public relations* PT. KCI dalam pengelolaan media sosial perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan yang prima kepada pengguna KRL (*customer*). Bahwa penelitian akan menjelaskan langkah-langkah strategi yang dilakukan oleh praktisi *public relations* PT. KCI yang mengelola media sosial, yaitu *facebook* dan *twitter*.

Penelitian ini menggunakan konsep atau landasan teori strategi *public relations* menurut Cutlip dan Center yang dikenal dengan strategi *four step public relations* yaitu mendefinisikan masalah, merencanakan dan memprogramkan, melakukan aksi dan mengkomunikasikannya, dan melakukan evaluasi program. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penilitian ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktisi *public relations* dari PT. KCI melakukan strategi *four step public relations* secara sistematis dan tersusun dengan rapih. Pertama, melakukan identifikasi masalah yang terjadi berkaitan dengan respon masyarakat tentang penilaian citra perusahaan melalui media sosial. Kedua, melakukan perencanaan yang sesuai dengan masalah yang ditemukan pada identifikasi masalah dengan melakukan perumusan konten informasi demi tercapainya tujuan. Ketiga, melakukan aksi dan mengkomunikasikannya dengan cara melaksanakan setiap rumusan rencana yang disusun. Keempat, melakukan evaluasi program dengan cara mengevaluasi *report* konten yang ada di media sosial, kemudian menentukan waktu pelaksanaan evaluasi agar evaluasi dilakukan secara teratur.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, Pelayanan

## ABSTRACT

**Natalia Melysa Cyntia. 201410415151** Public Relations Strategy in Improving the Service of KRL Commuter Line Users through Facebook and Twitter.

PT. Kereta Commuter Indonesia (PT. KCI) uses social media, namely, facebook, twitter, instagram and YouTube as a means of communication with customers. In order to improve the services of commuter KRL users, improve public relations at PT. KCI uses facebook and twitter, while instagram and youtube social media are used by PT. KCI as a media campaign. In this study, the author discusses the use of social media facebook and twitter as one way to convey information related to the company as one of the strategies to improve service for line commuter KRL users.

The purpose of this study was to find out how the four steps public relations strategy carried out by public relations practitioners PT. KCI in managing corporate social media as an effort to improve excellent service to KRL customer. That research will explain the strategic steps taken by the public relations practitioner PT. KCI that manages social media, namely facebook and twitter.

This research uses the concept or theoretical basis of the public relations strategy according to Cutlip and the Center, known as the four step strategy of public relations, is to defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, and evaluation program. The method used in this study is a qualitative case study. The technique of collecting data in this research is by conducting interviews, observation and documentation.

The results of the study show that public relations practitioners from PT. KCI carries out a four step public relations strategy systematically and neatly arranged. First, identify problems that occur related to the community's response to the evaluation of the company's image through social media. Second, carry out planning in accordance with the problems found in identifying problems by formulating information content to achieve goals. Third, take action and communicate it by implementing each formulation of the plan prepared. Fourth, evaluate the program by evaluating the report content on social media, then determining the timing of the evaluation so that the evaluation is carried out regularly

Keywords: Strategy, Public Relations, Service

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Pelayanan Pengguna KRL Commuter Line Melalui Facebook Dan Twitter*” dengan tepat waktu. Saya menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih banyak sekali kekurangannya, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat saya perlukan dari para pembaca.

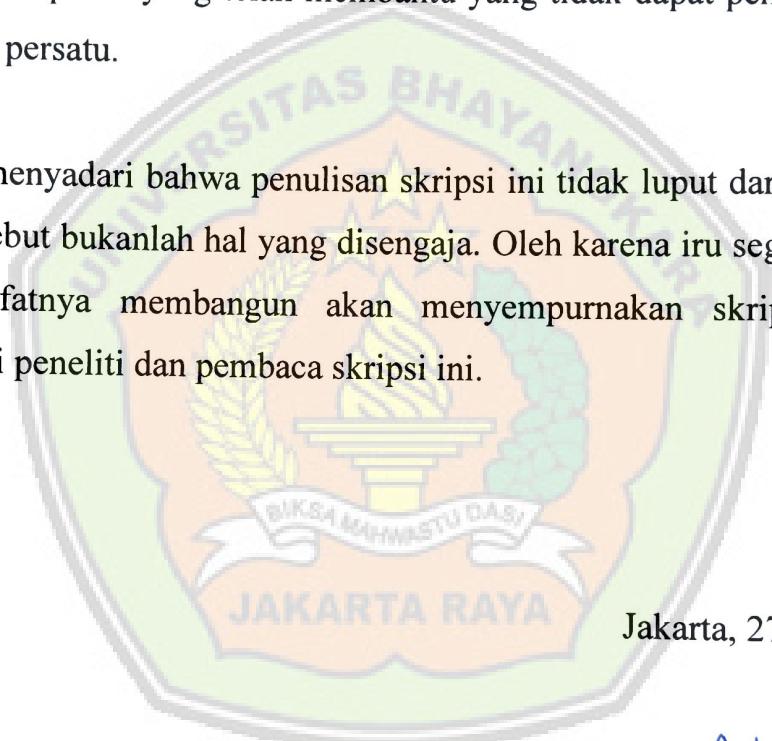
Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan doa yang tidak ada hentinya untuk orang tua yang selalu menyemangati penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Seiring dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Nurul Fauziah S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I dan Ibu Elisabeth Dana Pertiwi, S.Si, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang turut memberikan masukan dan dukungan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Orang tua dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan yang tak henti-hentinya kepada peneliti.
7. Untuk Dylan Colus terkasih yang selalu memberikan semangat, motivasi, tenaga dan doa yang tiada hentinya kepada peneliti.

8. Untuk Jessy Angelliza Chantica adik tersayang yang selalu memberikan semangat, tenaga dan masukan kepada peneliti.
9. Untuk Anita Chatrine sahabat sejati yang telah memberikan motivasi, dukungan dan semangat setiap saat kepada peneliti.
10. Untuk “*Receh Squad*” terbaik Fahrul Nisa Novi Yanti dan Leones Henka Dewana yang selalu memberikan semangat dan menemani peneliti saat pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman sekelas “Kertas Nasi” Ilmu Komunikasi angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat kepada peneliti.
12. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan, namun hal tersebut bukanlah hal yang disengaja. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi peneliti dan pembaca skripsi ini.



Jakarta, 27 Mei 2019



Natalia Melysa Cyntia  
(201410415151)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Komunikasi .....	7
2.2 <i>Public Relations</i> .....	8
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	8
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	9

2.2.3 Peran <i>Public Relations</i> .....	11
2.2.4 Tanggung Jawab <i>Public Relations</i> .....	12
2.3 Pengertian Strategi .....	14
2.4 Strategi <i>Public Relations</i> .....	14
2.5 <i>Public Relations</i> Dalam Perusahaan .....	18
2.6 Manajemen <i>Public Relations</i> .....	19
2.6.1 Fungsi Manajemen <i>Public Relation</i> .....	20
2.7 Media Sosial .....	21
2.7.1 Facebook .....	23
2.7.2 Twitter .....	24
2.8 Pelayanan .....	25
2.9 Pelanggan .....	26
2.10 Teori Komunikasi Harold Lasswel .....	27
2.11 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Paradigma Penelitian .....	30
3.3 Metode Penelitian .....	30
3.4 <i>Key Informan</i> Dan <i>Informan</i> Penelitian .....	32
3.4.1 Teknik Penentuan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> .....	32
3.4.2 <i>Key Informan</i> .....	33
3.4.3 <i>Informan</i> .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data .....	36
3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	38

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	39
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.1.1 Gambaran Umum PT. Kereta <i>Commuter</i> Indonesia .....	39
4.1.2 Sejarah Perusahaan PT. Kereta <i>Commuter</i> Indonesia .....	39
4.1.3 Visi Dan Misi PT. Kereta <i>Commuter</i> Indonesia .....	41
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Kereta <i>Commuter</i> Indonesia .....	42
4.1.5 Penyajian Data .....	42
4.2 Profil <i>Key Informan</i> Dan <i>Informan</i> .....	43
4.2.1 <i>Key Informan</i> Penelitian .....	43
4.2.2 <i>Informan</i> Penelitian .....	44
4.3 Reduksi Data .....	47
4.4 Pembahasan Penelitian .....	62
4.4.1 Tugas <i>Corporate Communication Manager</i> PT. KCI .....	62
4.4.2 Strategi <i>Public Relations</i> PT. KCI .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	85
5.1 Kesimpulan .....	85
5.1 Saran .....	86

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial KRL.....	2
Gambar 2.1 Akun <i>Facebook Commuter Line</i> .....	23
Gambar 2.2 Akun <i>Twitter @CommuterLine</i> .....	24
Gambar 2.3 Teori Komunikasi Harold Laswell .....	27
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 4.1 Logo PT. KCI .....	39
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. KCI .....	42
Gambar 4.3 Tabel <i>Key Informan</i> .....	44
Gambar 4.4 Tabel <i>Informan</i> .....	44
Gambar 4.5 Souvenir KRL <i>Commuter Line</i> .....	66
Gambar 4.6 <i>Twitter KRL Commuter Line</i> .....	67
Gambar 4.7 <i>Facebook KRL Commuter Line</i> .....	67



## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.1 Reduksi Data Wawancara .....	47
Tabel 4.2 <i>Defining The Problem</i> .....	70
Tabel 4.3 <i>Planning And Programming</i> .....	73
Tabel 4.4 <i>Taking Action And Communicating</i> .....	78
Tabel 4.5 <i>Evaluate The Program</i> .....	84



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1** Form Perbaikan Skripsi
- Lampiran 2** Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2** Kartu Bimbingan
- Lampiran 3** Daftar Pertanyaan
- Lampiran 4** Transkip Wawancara
- Lampiran 5** Hasil Dokumentasi
- Lampiran 6** Daftar Riwayat Hidup

