

**STRATEGI HUMAS PERUSAHAAN DAERAH MITRA
PATRIOT (PDMP) KOTA BEKASI DALAM
MENSOSIALISASIKAN BUS TRANSPATRIOT
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASYARAKAT
KOTA BEKASI**

SKIPSI

**Oleh:
Bari Rakasiwi
201510415092**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

**STRATEGI HUMAS PERUSAHAAN DAERAH MITRA
PATRIOT (PDMP) KOTA BEKASI DALAM
MENSOSIALISASIKAN BUS TRANSPATRIOT
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASYARAKAT
KOTA BEKASI**

SKIPSI

**Oleh:
Bari Rakasiwi
201510415092**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot (PDMP) Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Bus Transpatriot Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Bari Rakasiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415092

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 23 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM
NID. 040503008


Astuty Pohan, S.Sos, MM
NID. 041303022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot
(PDMP) Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan
Bus Transpatriot Sebagai Sarana Transportasi
Masyarakat Kota Bekasi
Nama Mahasiswa : Bari Rakasiwi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415092
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 23 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom
NID. 041808046

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

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

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, M.I.Kom
NIP. 1904409

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul Strategi Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot (PDMP) Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Bus Transpatriot Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Bekasi. 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 memberikan izin kepada 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, 14 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



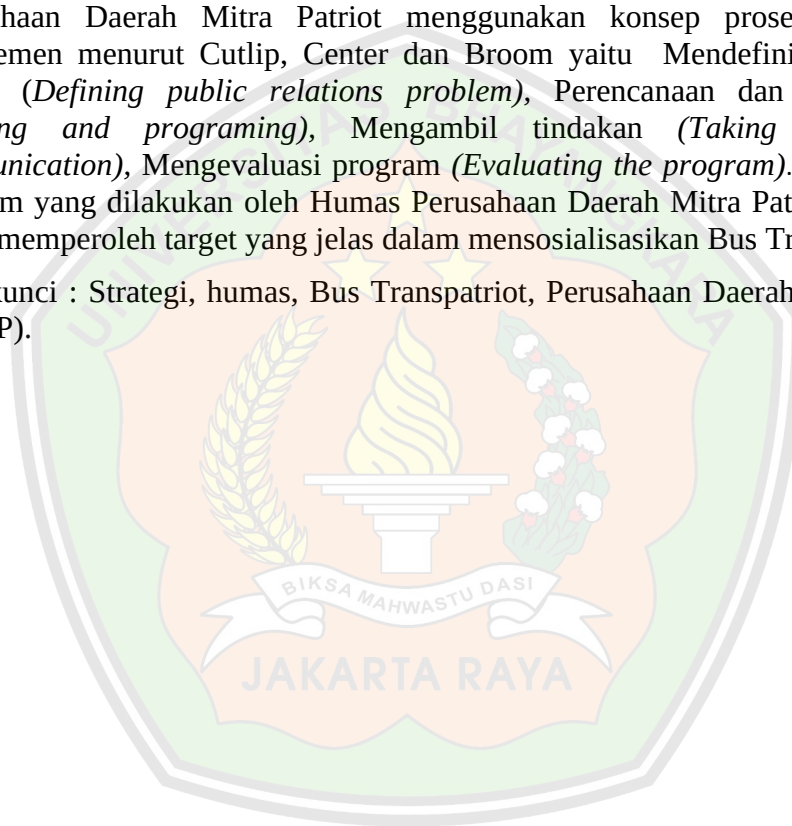
Bari Rakasiwi

201510415214

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi perusahaan daerah mitra patriot (PDMP) Kota Bekasi dalam mensosialisasikan Bus Transpatriot sebagai sarana transportasi masyarakat Kota Bekasi, Bus Transpatriot masih kurang diminati pada akhir tahun 2018. Target penumpang Bus Transpatriot masih dibawah target perusahaan yakni dibawah 60 penumpang setiap sekali jalan dikarenakan kurangnya sosialisasi Bus Transpatriot kepada masyarakat Kota Bekasi sehingga dibutuhkan strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah penumpang Bus Transpatriot. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi Humas di Perusahaan Daerah Mitra Patriot menggunakan konsep proses dan aspek manajemen menurut Cutlip, Center dan Broom yaitu Mendefinisikan masalah humas (*Defining public relations problem*), Perencanaan dan pemograman (*Planing and programing*), Mengambil tindakan (*Taking action and communication*), Mengevaluasi program (*Evaluating the program*). Kegiatan dan program yang dilakukan oleh Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot dirancang untuk memperoleh target yang jelas dalam mensosialisasikan Bus Transpatriot.

Kata kunci : Strategi, humas, Bus Transpatriot, Perusahaan Daerah Mitra Patriot (PDMP).



ABSTRACT

The aim of this study is to explain the strategy of Bekasi City patriot partner companies (PDMP) in socializing Transpatriot Buses as a means of transportation for the people in Bekasi. Transpatriot buses have not been in great demand as they began operations at the end of 2018. Transpatriot bus passengers are still below the company's target which is under 60 passengers each trip, due to the lack of Transpatriot Buses socialization to the people in Bekasi. So the right strategy is needed in increasing the number of Transpatriot Bus passengers. This research used descriptive study with qualitative methods. Techniques in collecting data were obtained from in-depth interviews, observation and documentation. The results of the research stated that the PR strategy in the Patriot Partner Regional Company uses the concept of processes and management aspects according to Cutlip, Center and Broom (that is defining public relations problems), Planning and programming, Taking action and communication, Evaluating the program. Activities and programs carried out by Patriot Mitra Regional Company Public Relations are designed to obtain the right targets in socializing Transpatriot Buses.

Keywords: Strategy, public relations, Transpatriot Bus, Regional Company Patriot Partners (PDMP)



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Penulis berterima kasih kepada kedua orang tua, karena doa dan suportnya penulis mampu menyelesaikan dengan lancar. Dengan selesainya proses penulisan ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

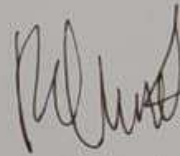
1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M selaku Dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberi masukan kepada penulis.
5. Ibu Astuty Pohan, S.Sos, M.M., selaku Dosen Pembimbing kedua
6. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Ibu Kartika Mustika Selaku Humas di Perusahaan Daerah Mitra Patriot.
8. Sahabat-sahabat saya yang selalu menghibur dan memberikan semangat, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat di sebutkan satu persatu.
9. Teman teman dan orang terdekat saya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangannya, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan ilmiah ini, harapan penulis semoga penulisan ilmiah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca, dan dapat menjadi pertimbangan, khususnya bagi mereka yang ini membuat laporan skripsi yang serupa.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih untuk semua bimbingan yang telah diberikan.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Penulis



Bari Rakasiwi

NPM : 201510415092



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Secara Teoritis	7
1.5.2 Secara Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep	11
2.2.1 Definisi Komunikasi	11

2.2.2 Pengertian Hubungan Masyarakat	11
2.2.3 Fungsi Humas	12
2.2.4 Peran Humas	15
2.2.5 Definisi Strategi	16
2.2.6 Manajemen Strategi	17
2.2.7 Strategi Humas	18
2.2.8 Sosialisasi	21
2.2.9 Transportasi	23
2.2.10 Peran dan Manfaat Transportasi	23
2.3 Kerangka Teori	25
2.3.1 Teori Peranan (Role Theory)	25
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4.1 Kerangka	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> Penelitian	31
3.3.1 Teknik Penentuan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	31
3.3.2 <i>Key Informan</i>	32
3.3.3 <i>Informan</i>	33
3.4 Jenis Data	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38

4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Gambaran umum Perusahaan Daerah Mitra Patriot	38
4.1.2	Profil Perusahaan Daerah Mitra Patriot	40
4.1.3	Logo Perusahaan Daerah Mitra Patriot	40
4.1.4	Visi Misi Perusahaan Daerah Mitra Patriot	41
4.1.5	Nilai Nilai Perusahaan	41
4.1.6	Cakupan dan Ruang Lingkup Usaha	42
4.1.7	Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Mitra Patriot	43
4.2	Deskripsi Data Key Informan dan Informan	44
4.2.1	Deskripsi Data Key Informan	44
4.2.2	Deskripsi Data Informan	46
4.3	Sajian Data	48
4.4	Hasil Penelitian	49
4.4.1	Strategi Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Mensosialisasikan Bus Transpatriot	50
4.4.2	Membuat Sasaran dan Tujuan	51
4.4.3	Melakukan Identifikasi Khayalayang Penentu (<i>Key Public</i>).....	54
4.4.4	Menetapkan Kebijakan atau Aturan Untuk Menentukan Strategi Yang Akan Diilih	56
4.4.5	Memutuskan Staretegi Yang Akan Dipilih	59
4.4.6	Faktor Penghambat Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Mensosialisasikan Bus Transpatriot	63
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.5.1	Strategi Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Mensosialisasikan Bus Transpatriot	65
4.5.2	Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Menentukan	

Masalah	65
4.5.3 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Perencanaan dan Penyusunan Program	69
4.5.4 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi	71
4.5.5 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Evaluasi Program	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



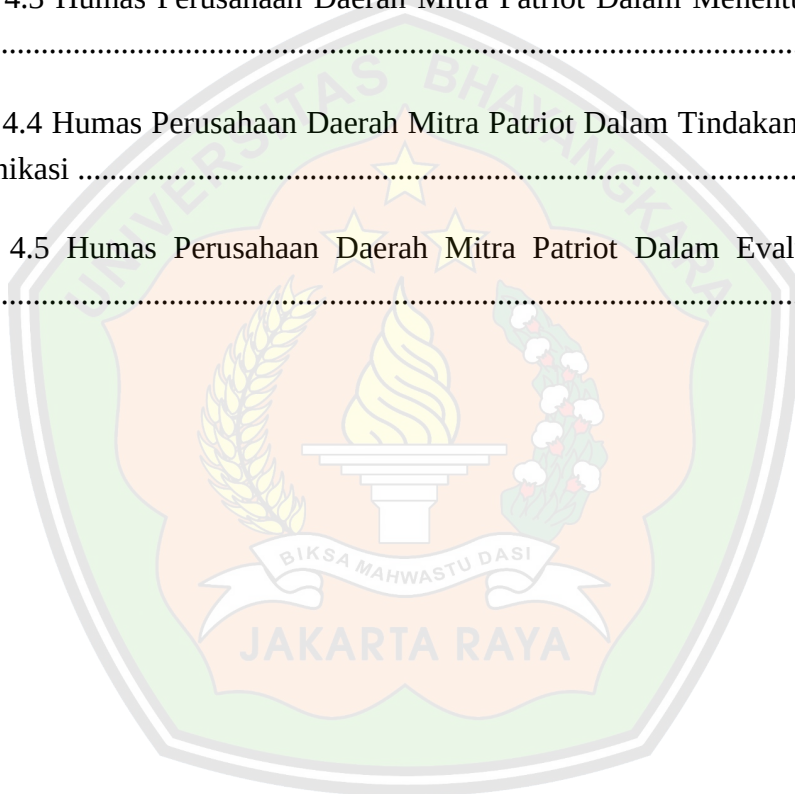
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Profil Key Informan dan Informan	44



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Bagan 3.1 Model Analisis Data	35
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	43
Bagan 4.2 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Menentukan Masalah	69
Bagan 4.3 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Menentukan Program	71
Bagan 4.4 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Tindakan Program dan Komunikasi	74
Bagan 4.5 Humas Perusahaan Daerah Mitra Patriot Dalam Evaluasi Program	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : CV (Curriculum Vitae)

Lampiran 2 : Reduksi Data Pertanyaan Umum Key Informan

Lampiran 3 : Reduksi Data Pertanyaan Umum Informan 1

Lampiran 4 : Reduksi Data Pertanyaan Umum Informan 2

Lampiran 5 : Reduksi Data Pertanyaan Umum Informan 3

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 : Form Perbaikan Skripsi

