ABSTRAK

STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. KERETA API (PERSERO) PUSAT BANDUNG UNTUK MENINGKATKAN INFORMASI KEPADA SETIAP DIVISI MELALUI PENYEBARAN KLIPING

Oleh :

Gina Sari Komara

Nim.41806030

Skripsi ini di bawah bimbingan,
Santi Indra Astuti, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung Untuk Meningkatkan Informasi Mengenai Kereta Api Kepada Setiap Divisi Melalui Penyebaran Kliping.

Pendekatan penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung dengan menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan pengambilan informan diambil sebanyak 3 orang dari Divisi Public Relations. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, Observasi, Dokumentasi, Internet Searching dan juga Studi Kepustakaan.

Hasil penelitian yang dihasilkan yaitu suatu rencana, dimana Public Relations harus menentukan rencana jangka pendek maupun rencana jangka panjang, yakni untuk meningkatkan informasi karena dengan adanya perencanaan kedepan diharapkan informasi yang disampaikan bisa lebih cepat diterima oleh para karyawan,; sebuah cara, yaitu dimana Public Relations menjelaskan bagaimana cara pembuatan kliping sampai dengan penyebaran; sebuah perspektif yaitu dimana seorang Public Relations mempunyai pandangan tersendiri terhadap penyebaran kliping kepada setiap divisi. Dan karyawan yang ada pada setiap divisi sebagai sasaran khususnya karyawan di PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian, Strategi yang dilakukan oleh Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung Untuk Meningkatkan Informasi Kepada Setiap Divisi Melalui Penyebaran Kliping sudah dilaksanakan cukup baik, karena kliping tersebut disusun secara rapih dan dibuat layout semenarik mungkin sehingga kliping enak dibaca dan mudah dimengerti oleh para karyawan setiap divisi.

Untuk itu peneliti menyarankan kepada Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung Untuk Meningkatkan Informasi Kepada Setiap Divisi Melalui Penyebaran Kliping diharapkan kedepannya bisa memberikan informasi melalui email atau website sehingga informasi lebih cepat diterima dan bisa meningkatkan kualitas maupun kuantitas dari isi kliping yang disampaikan mengenai perusahaan khususnya berita yang berhubungan dengan kereta api.

ABSTRACT

STRATEGY PUBLIC RELATION IN PT. KERETA API (PERSERO) PUSAT BANDUNG TO INCREASING THE INFORMATION TO EACH DIVISION THROUGH CLIPPING

By :

Gina Sari Komara

Nim.41806030

This scripts under Supervise of
Santi Indra Astuti, S.Sos., M.Si.

The aim of this research is to know how strategy public relations in PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung to increasing information about the train for each division through clipping. This research use qualitative approximation with descriptive method. Data association technique that used was interview, observation, documentation, and study literature.

Based on the result, public relations must have planning to increasing information about the train through clipping. This is a strategy which public relations explain how to make a clipping until how to spread the clipping. Public relations must have own vision toward spread the clipping to each division and employee in each division as a target in PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung.

The results produced are of a plan, which the Public Relations plan must specify short and long term plans, namely to improve the information due to the expected future plans submitted information can be more quickly accepted by employees,; a way, that is where Public Relations explaining how to manufacture up to the spread of clippings; a perspective that is where a Public Relations has its own views to the spread of clippings to each division. And existing employees in each division as a target, especially employees at PT. Kereta Api (Persero) Bandung Center.

Based on this research, conducted by Strategic Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Bandung Center for Improving Information to Any Division Through Distribution Clipping been implemented quite well, because the clippings are arranged in a neat and attractive as possible so that the layout made clipping easily readable and understandable by the employees of each division.

For that researchers suggest to the Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Bandung Center for Improving Information to Any Division Through Distribution of expected future Clippings can provide information via email or website so that information is more readily accepted and can improve the quality and quantity of content delivered clippings about the company, especially news related to railway .