



ABSTRAK

STRATEGI HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 3 CIREBON DALAM UPAYA MENJAGA CITRA PERUSAHAAN MELALUI KOMUNITAS RAILFANS

Stephany Rachel Vania Christy
5201711244

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan strategi humas mengelola komunitas Railfans serta mendapatkan gambaran dalam pelaksanaan kegiatan bersama komunitas Railfans yang dijalankan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya menjaga citra perusahaan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan model analisis empat langkah strategi humas milik Cutlip, Center, and Broom Mendefinisikan masalah (*Defining the problem*), Perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*), tindakan dan komunikasi (*taking action and communication*), dan evaluasi (*evaluation*). Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan informasi bahwa upaya dalam menjaga citra perusahaan, PT. Kereta Api Indonesia dengan mengelola komunitas serta membuat kegiatan-kegiatan yang positif bersama komunitas Railfans.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Strategi Humas, Komunitas

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF PT. KERETA INDONESIA (PERSERO) DAOP 3 CIREBON IN AN EFFORT TO MAINTAIN THE COMPANY'S IMAGE THROUGH THE RAILFANS COMMUNITY

Stephany Rachel Vania Christy
5201711244

This study aims to determine the stages of public relations strategy in managing the Railfans community and to obtain an overview of the implementation of activities with the Railfans community carried out by PT Kereta Api Indonesia (Persero) in an effort to maintain the company's image. This study is a type of descriptive qualitative research with a four-step analysis model of the public relations strategy owned by Cutlip, Center, and Broom Defining the problem, Planning and programming, taking action and communication, and evaluation. Data collection from this study used observation, in-depth interviews, and documentation. The results of this study show information that efforts to maintain the image of the company PT Kereta Api Indonesia are carried out by managing the community and creating positive activities with the Railfans community.

Keywords: *Company Image, Public Relation Strategy, Community*