



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM PPKL PT. JASA RAHARJA DIY DALAM UPAYA PENCEGAHAN KECELAKAAN DI WILAYAH KABUPATEN SLEMAN

Ratih Kusumastuti  
5211711079

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi PT. Jasa Raharja DIY dengan Program PPKL dalam Upaya Pencegahan Kecelakaan di Wilayah Kabupaten DIY. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Model analisis yang digunakan yaitu 7C oleh Cutlip, Center & Broom. 7C ini sendiri terdiri dari Kredibilitas, Konteks, Konten, Kejelasan, Kesenambungan dan Konsistensi, Saluran, dan Kemampuan Komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu milik Miles Huberman Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Jasa Raharja DIY dalam menyampaikan pesan dan informasi bekerjasama dengan Dinas Perhubungan, Korlantas DIY, dan instansi terkait lainnya. Melakukan interaksi dengan audience, pemilihan kata dan penyesuaian bahasa yang digunakan dalam setiap sosialisasi membuat audience memiliki trust dan memahami semua informasi yang disampaikan.

**Kata Kunci:** 7C, Strategi Komunikasi, Jasa Raharja Yogyakarta

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION STRATEGY OF PPKL PROGRAM PT. JASA RAHARJA DIY IN ACCIDENT PREVENTION EFFORTS IN SLEMAN REGENCY**

*Ratih Kusumastuti*  
5211711079

*This study was conducted to determine the communication strategy of PT Jasa Raharja DIY concerning the PPKL Program for accident prevention efforts in the DIY Regency area. A qualitative method with a descriptive approach was employed for this research. The analysis model utilized is the 7C framework developed by Cutlip, Center, and Broom, which includes Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channels, and Communicator Ability. Data collection techniques included observations, interviews, and documentation, as outlined by Miles and Huberman. The findings indicate that PT. Jasa Raharja DIY effectively delivers messages and information in collaboration with the Transportation Agency, the DIY Traffic Corps, and other relevant agencies. By interacting with the audience, carefully selecting words, and adjusting the language used during each socialization effort, the organization fosters trust and ensures that the audience comprehends all conveyed information.*

**Keywords:** 7C, Communication Strategy, Jasa Raharja Yogyakarta