

ABSTRAK

Transportasi merupakan kebutuhan utama di zaman yang sudah modern seperti sekarang ini. Salah satu transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat di dunia maupun di Indonesia adalah moda transportasi kereta api. Perkembangan kereta api di Indonesia sendiri dimulai saat masa penjajahan Hindia Belanda. Setelah Indonesia merdeka, pengoperasian kereta api diambil alih oleh pemerintah Indonesia.

Perusahaan Badan Usaha Milik Negara PT. Kereta Api Indonesia (Persero), merupakan satu-satunya operator tunggal pengoperasian moda transportasi kereta di Indonesia. Dalam menjaga reputasi dan citra perusahaannya dibutuhkan peran *Public Relations* untuk memelihara hubungan dengan publik internal dan eksternal perusahaan. Publik internal perusahaan diantaranya ialah para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan publik eksternal perusahaan diantaranya ialah media massa, penumpang kereta/pengguna jasa transportasi kereta api, dan *community relations*.

Peran *Public Relations* dalam tubuh perusahaan sekelas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ada tiga tanggung jawab yang harus diemban secara profesional, yaitu peran sebagai *interpreter/penerjemah*, peran sebagai *boundary managers*/memainkan peran diperbatasan diantara publiknya, dan yang terakhir ialah peran sebagai penasihat *top level management*. Judul penelitian ini adalah Citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui peran *Public Relations*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui usaha yang dilakukan oleh *Public Relations* dalam mengelola citra perusahaan. Di dalam penelitian ini juga dibahas mengenai bagaimana pandangan dan citra perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di mata pengguna atau penumpang kereta api.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui bagaimana peran dan usaha apa saja yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menjaga citra perusahaan diantaranya dengan membina hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal.

ABSTRACT

Transportation is the main requirement in the modern era. One transportation that is widely used by people in the world and in Indonesia is the mode of rail transportation. The development of trains in Indonesia itself began during the Dutch East Indies colonial period. After Indonesia's independence, the operation of the railroad was taken over by the Indonesian government.

Company of State Owned Enterprises PT. Kereta Api Indonesia (Persero), is the only single operator operating train transportation modes in Indonesia. In maintaining the reputation and image of the company, the role of Public Relations is needed to maintain relationships with internal and external public companies. Among the company's internal public are employees of PT Kereta Api Indonesia (Persero) and external public companies including mass media, train passengers / users of railroad transportation services, and community relations.

The role of Public Relations in the body of a company classmate PT. Kereta Api Indonesia (Persero) there are three responsibilities that must be carried out professionally, namely the role of interpreters / translators, roles as boundary managers / role playing in the borders among the public, and the last is the role of top level management advisors. The title of this research is the Image of Indonesian Railroad Companies Through the Role of Public Relations.

This study aims to determine the efforts made by Public Relations in managing corporate image. In this study also discussed how the views and corporate image of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in the eyes of train users or passengers.

This study used qualitative research methods. From the results of the study, it can be seen how the roles and efforts of the Public Relations of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) in maintaining the company's image including by fostering good relationships with internal and external public.

RINGKESAN

Angkutan mangrupikeun sarat utama di kali modern geus kiwari. Salah sahiji alat transportasi anu dipaké ku jalma réa di dunya tur di Indonésia mangrupikeun mode angkutan kareta api. Ngembangkeun karéta di Indonésia sorangan dimimitian sabot panjajahan Hindia Walanda. Sanggeus Indonesia merdeka, operasi karéta ieu direbut ku pamaréntah Indonésia.

Kaayaan-milik usaha PT. Kereta Api Indonesia (Persero), nyaeta hiji-hijina operasi mode pamawa tunggal angkutan kareta api di Indonésia. Dina ngajaga kalayan reputasi sarta gambar nyokot peran Public Relations keur ngajaga hubungan jeung publik internal tur éksternal. Pausahaan publik internal karyawan sapertos anu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) jeung parusahaan publik luar nu media massa, anu pamaké layanan angkutan karéta panumpang / kareta, sarta community relations.

Peran Public Relations dina awak pausahaan kayaning PT. Kereta Api Indonesia (Persero) aya tilu tanggung jawab anu kudu dilaksanakeun di luhur profésional, yén peran juru / penerjemah, peran manajer wates / maénkeun peran wates antara umum, sarta dimungkinkeun teh peran piwuruk ngeunaan manajemen tingkat luhur. Judul ieu panalungtikan nyaeta Gambar PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Ngaliwatan Peran Hubungan Masyarakat.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun usaha-usaha anu parangkat ku hubungan umum dina ngatur manajemen pausahaan. Dina ulikan ieu ogé ngabahas ngeunaan kumaha carana nempo na gambar pausahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di panon tina pamaké atawa panumpang karéta.

Ulikan ieu dipaké métode panalungtikan kualitatif. Ti hasil panalungtikan dipikawanoh kumaha peran sarta bisnis naon anu dilakukeun ku Public Relations PT. Kereta API Indonesia (Persero) dina ngajaga gambar parusahaan kaasup ku ngabina hubungan alus jeung publik internal tur éksternal.