

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana penerapan model PENCILS (*publications, event, Corporate social responsibility, news, lobbying and negotiation*) berkontribusi dalam mempertahankan citra positif PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dalam konteks persaingan industri transportasi yang semakin ketat, menjaga reputasi yang baik menjadi hal yang krusial bagi perusahaan. Melalui analisis mendalam terhadap berbagai aktivitas *Public Relations* perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran strategis komunikasi dalam membangun hubungan yang positif dengan berbagai stakeholders.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis peran *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mempertahankan citra positif perusahaan. Studi ini mengadopsi model bauran *Public Relations* “PENCILS” yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Thomas L. Harris sebagai kerangka analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menjalankan peran bauran *Public Relations* PENCILS. Peran *publications* dengan melalui media online, media massa dan media konvensional, *event* dengan cara menyelenggarakan launching produk aplikasi dan promo tiket, *social responsibility* berfokus di bidang lingkungan, pendidikan, dan pengembangan UMKM, *news* dengan membuat berita dan press release, *lobbying and negotiations* dengan melakukan pendekatan dengan masyarakat, pemerintah dan media. Dilihat dari persepsi, kognisi, motivasi dan sikap yang terbentuk di public PT. KAI (Persero) mampu mempertahankan citra perusahaan.

Kata Kunci : Peran *Public Relations*, Citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

ABSTRACT

This study aims to examine the extent to which the application of the PENCILS model (publications, events, corporate social responsibility, news, lobbying and negotiation) contributes to maintaining a positive image of PT Kereta Api Indonesia (Persero). In the context of increasingly fierce competition in the transportation industry, maintaining a good reputation is crucial for companies. Through in-depth analysis of the company's Public Relations activities, this research is expected to provide a more comprehensive understanding of the strategic role of communication in building positive relationships with various stakeholders.

This research uses a descriptive qualitative approach to analyze the role of Public Relations of PT Kereta Api Indonesia (Persero) in maintaining the company's positive image. This study adopted the Public Relations mix model "PENCILS" proposed by Philip Kotler and Thomas L. Harris as an analytical framework. Data collection was conducted through observation, in-depth interviews, and documentation studies.

The results of this study indicate that the Public Relations of PT Kereta Api Indonesia (Persero) has carried out the role of the PENCILS Public Relations mix. The role of publications through online media, mass media and conventional media, events by organizing product launching applications and ticket promos, social responsibility focusing on the environment, education, and UMKM development, news by making news and press releases, lobbying and negotiations by approaching the community, government and media. Judging from the perceptions, cognitions, motivations and attitudes formed in the public, PT KAI (Persero) is able to maintain the company's image.

Keywords : *The role of Public Relations, Image of PT Kereta Api Indonesia (Persero)*

RINGKESAN

Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo mengkaji sa jauh manten penerapan model PENCILS (publications, event, Corporate social responsibility, news, lobbying and negotiation) berkontribusi dina ngabela wangwangan positip PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dina konteks persaingan industri transportasi anu beuki heureut, ngajagi reputasi anu sae barobah kaayaan perkawis anu krusial kanggo pausahaan. Ngaliwatan analisis mendalam ka sagala rupa aktivitas Public Relations pausahaan, panalungtikan ieu dipambrih tiasa mikeun pamahaman anu langkung komprehensif ngeunaan peran strategis komunikasi dina ngawangun hubungan anu positip kalawan sagala rupa stakeholders.

Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif deskriptif kanggo menganalisis peran Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dina ngabela wangwangan positip pausahaan. Studi ieu mengadopsi model bauran Public Relations "PENCILS" anu diungkabkeun ku Philip Kotler sarta Thomas L. Harris minangka carangka analisis. Pengumpulan data dipigawe ngaliwatan observasi, wawancara mendalam, sarta studi dokumentasi.

Kenging panalungtikan ieu nunjukkeun yen Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) atos ngajalankeun peran bauran Public Relations PENCILS. Peran publications kalawan ngaliwatan media onlie, media massa sarta media konvensional, event ku cara meyelenggaran launching produk aplikasi sarta promo tiket, social responsibility berfokus di widang lingkungan, atikan, sarta pengembangan UMKM, news kalawan midamel wartos sarta press release, lobbying and negotiations kalawan ngalakukeun pendekatan kalawan balarea, pamarentah sarta media. Ditingali ti persepsi, kognisi, motivasi sarta daweung anu kabentuk di public PT. KAI (Persero) sanggem ngabela wangwangan pausahaan.

Kata Kunci : Peran Humas, Citrat. Kereta Api Indonesia