

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Public Relations Unit Multimedia PT Kereta Api Indonesia Dalam Produksi Konten Tahunan Di Media Sosial Youtube Dan Instagram @keretaapikita. (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Unit Multimedia PT Kereta Api Indonesia Dalam Produksi Konten Tahunan Di Media Sosial Youtube dan Instagram @keretaapikita). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dibalik unit multimedia PT KAI dalam memproduksi konten tahunan di media sosial mereka.

Peneliti menggunakan konsep SOSTAC dari Philip Kotler untuk mengemukakan pertanyaan serta menganalisis strategi *public relations*. Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini dengan pendekatan studi deskriptif kualitatif. Prosedur pengumpulan data untuk penelitian ini adalah studi pustaka, observasi dan wawancara mendalam. Penelitian ini bersifat menjabarkan dan mendeskripsikan strategi produksi yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia.

Hasil penelitian ini adalah PT Kereta Api Indonesia sudah menjalankan konsep SOSTAC didalam produksi konten tahunan untuk media sosial @keretaapikita. Namun, ada beberapa hal yang harus dioptimalkan, yaitu PT KAI bisa terus mengembangkan strategi mereka supaya lebih menarik dan unik, serta mengoptimalkan media sosial untuk mengevaluasi hasil dari konten mereka supaya lebih beragam di khalayak luas.

Kata Kunci : *Public Relations*, Konten, PT KAI, Multimedia

ABSTRACT

This research is entitled "Public Relations Strategy of PT Kereta Api Indonesia's Multimedia Unit in Annual Content Production on Social Media Youtube and Instagram @keretaapikita. (Qualitative Descriptive Study of Public Relations Strategy of PT Kereta Api Indonesia's Multimedia Unit in Annual Content Production on Social Media Youtube and Instagram @keretaapikita). This research aims to find out the strategy behind PT KAI's multimedia unit in producing annual content on their social media.

The researcher used Philip Kotler's SOSTAC concept to ask questions and analyze *public relations* strategies. The researcher used a qualitative method in this study with a qualitative descriptive study approach. The data collection procedure for this study was literature study, observation and in-depth interviews. This research describes and describes the production strategy carried out by PT Kereta Api Indonesia.

The result of this study is that PT Kereta Api Indonesia has implemented the SOSTAC concept in the production of annual content for social media @keretaapikita. However, there are several things that must be optimized, namely PT KAI can continue to develop their strategies to make them more attractive and unique, as well as optimize social media to evaluate the results of their content so that it is more diverse in a wide audience.

Keywords : *Public Relations*, Content, PT KAI, Multimedia

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulna “Stratégi Public Relations Unit Multimedia PT Kereta Api Indonesia Dina Produksi Eusi Tahunan Dina Média Sosial YouTube Jeung Instagram @keretaapikita. (Studi Déskriptif Kualitatif Stratégi Public Relations Unit Multimedia PT Kereta Api Indonesia Dina Produksi Eusi Tahunan Dina Média Sosial YouTube jeung Instagram @keretaapikita). Panalungtikan ieu tujuanana pikeun nyaho strategi di balik unit multimedia PT KAI dina nyieun eusi tahunan dina média sosialna.

Panalis ngagunakeun konsép SOSTAC ti Philip Kotler pikeun nyusun patanyaan ogé nganalisa strategi public relations. Panalis ngagunakeun métode kualitatif dina panalungtikan ieu kalayan pendekatan studi déskriptif kualitatif. Prosédur ngumpulkeun data dina panalungtikan ieu nyaéta studi pustaka, observasi, jeung wawancara jero. Panalungtikan ieu sipatna ngajelaskeun jeung ngadéskripsikeun strategi produksi anu dipigawé ku PT Kereta Api Indonesia.

Hasil tina panalungtikan ieu nyaéta PT Kereta Api Indonesia geus ngalaksanakeun konsép SOSTAC dina produksi eusi tahunan pikeun média sosial @keretaapikita. Tapi, aya sababaraha hal nu kudu dioptimalkeun, nyaéta PT KAI bisa terus ngamekarkeun stratégina supaya leuwih narik jeung unik, sarta ngoptimalkeun média sosial pikeun ngévaluasi hasil tina eusina supaya bisa leuwih rupa-rupa jeung ngahontal pamirsa nu leuwih lega.

Kecap Konci: Public Relations, Eusi, PT KAI, Multimedia