

**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DIVISI CORPORATE  
COMMUNICATION PT. KERETA COMMUTER INDONESIA  
(KCI) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PIN KHUSUS  
IBU HAMIL**

(Studi Deskriptif : Terkait Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil)



**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya**

**Oleh :**

**HASNİ NUR FASIHA**

**4123165253**

**PROGRAM STUDI DIII HUBUNGAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**JANUARI**

**2020**

**HASNI NUR FASIHA (4123165253), PERENCANAAN KOMUNIKASI DIVISI  
CORPORATE COMMUNICATION PT. KERETA COMMUTER INDONESIA  
(KCI) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PIN KHUSUS IBU  
HAMIL (Studi Deskriptif : Terkait Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu  
Hamil), 93 halaman; 24 lampiran; 20 buku; 2010-2019; 3 jurnal, 6  
website; Tugas Akhir Karya Ilmiah, Januari 2020.**

## **ABSTRAK**

Dalam rangka merespon berbagai keluhan dan kerohanian ibu hamil yang kesulitan mendapatkan kursi di dalam kereta *commuter line*, PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) merilis program pin khusus ibu hamil pada 4 September 2019 sebagai bentuk kepedulian terhadap penumpang kereta *commuter line* khususnya penumpang ibu hamil. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi yang dilakukan PT. KCI dalam mensosialisasikan program pin khusus ibu hamil terkait dengan cara pembuatan pin khusus hamil tersebut.

Penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Assifi dan French mengenai langkah-langkah dalam perencanaan komunikasi yang terdiri dari menganalisis masalah, menganalisis khalayak, menetapkan tujuan, memilih media, mengembangkan pesan, memproduksi media, melaksanakan program, serta melakukan monitoring dan evaluasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif, dilakukan dengan wawancara mendalam dengan 2 *Key Informan* dan 6 *informan*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta menggunakan triangkulasi sumber dalam menguji keabsahan data.

Hasil dari penelitian ini diketahui dalam menganalisis masalah PT. KCI melihat dari keluhan pelanggan di media sosial PT. KCI dan mendiskusikan permasalahan tersebut dengan komunitas kereta api Jabodetabek, khalayak sasaran program ini adalah ibu hamil yang rutin dan loyal menggunakan kereta *commuter line*, tujuan program ini adalah meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, pin digunakan sebagai media penyampaian informasi, media komunikasi lainnya yang digunakan yaitu pemberitahuan di dalam kereta, website kereta *commuter line*, dan media sosial instagram dan twitter, pesan yang disampaikan bersifat informatif, sejak di rilis hingga saat ini program pin khusus ibu hamil masih tetap berjalan, saran, kritik serta keluhan menjadi bahan evaluasi PT.KCI demi tercapainya pelayanan yang maksimal

Kesimpulan penelitian ini yaitu untuk menjalankan suatu program yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai harus mengukur perencanaan komunikasi terlebih dahulu, apakah sudah sesuai dengan perencanaan awal.

**Kata kunci:** Perencanaan Komunikasi, Program Pin Khusus Ibu Hamil, Assifi dan French

**HASNI NUR FASIHA (4123165253), CORPORATE COMMUNICATION DIVISION COMMUNICATION PLANNING PT. INDONESIAN COMMUTER TRAIN (KCI) IN SOCIALIZING THE PREGNANT PROGRAM OF THE PREGNANT WOMEN'S MOTHER PIN (Descriptive Study: Related to the Way of Making a Special Pin for Pregnant Women), 93 pages; 24 attachments; 20 books; 2010-2019; 3 journals, 6 websites; Final Project Scientific Work, January 2020.**

## **ABSTRACT**

*In order to respond to various complaints and concerns of pregnant women who have difficulty getting a seat on the commuter line train, PT. Indonesian Commuter Train (KCI) released a special pin program for pregnant women on September 4, 2019 as a form of concern for commuter line train passengers, especially pregnant women passengers. The purpose of this study was to find out how the communication planning carried out by PT. KCI in socializing the program for special pins for pregnant women is related to the way of making these special pins for pregnant women.*

*In this research uses a communication planning model created by Assifi and French regarding the steps or stages in communication planning consisting of analyzing problems, analyzing audiences, setting goals, choosing media, developing messages, producing media, implementing programs, and monitoring and evaluation.*

*This research uses a qualitative approach with the type of descriptive method, conducted in-depth interviews with 2 Key Informants and 6 informants. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation, as well as using source triangulation in testing the validity of the data.*

*The results of this study are known in analyzing the problem of PT. KCI saw from customer complaints on PT.KCI social media and discussed the problem with the Jabodetabek railroad community, the target audience for this program was pregnant women who routinely and loyally used the commuter line train, the aim of the program was to improve service to customers, pins were used as media delivery of information, other communication media used, namely notifications on the train, the commuter line train website, and social media instagram and twitter, the message delivered is informative, since it was released until now the program pin khus pregnant women is still running, suggestions, criticism and complaints become PT.KCI's evaluation material for the achievement of maximum service*

*The conclusion of this research is to run a program in accordance with the objectives to be achieved must first measure communication planning.*

**Keywords:** Communication Planning, Special Pin Program for Pregnant Women, Assifi and French

## LEMBAR ORISINALITAS



**PROGRAM STUDI D-III HUBUNGAN MASYARAKAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul PERENCANAAN KOMUNIKASI DIVISI CORPORATE COMMUNICATION PT. KERETA COMMUTER INDONESIA (KCI) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PIN KHUSUS IBU HAMIL (Studi Deskriptif : Terkait Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil) adalah benar-benar karya saya dan sudah mengikuti ketentuan penulisan karya ilmiah yang ada. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, maka penulis sanggup menerima sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 31 Januari 2020



Hasni Nur Fasiha  
NIM. 4123165253

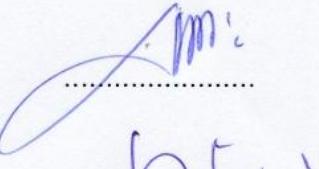
**LEMBAR PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

**NAMA : HASNI NUR FASIHA**

**NIM : 4123165253**

**JUDUL : PERENCANAAN KOMUNIKASI DIVISI CORPORATE COMMUNICATION PT. KERETA COMMUTER INDONESIA (KCI) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PIN KHUSUS IBU HAMIL (Studi Deskriptif : Terkait Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil)**

**TIM PENGUJI**

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> Ketua Sidang		31 Januari 2020
2.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> Pembimbing		31 Januari 2020
3.	<u>Menati Fajar Rizki, M.I.Kom</u> Penguji Ahli		31 Januari 2020
4.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> Sekretaris Sidang		31 Januari 2020

**Lulus Sidang, Januari 2020**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas berkat, rahmat, dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah (TAKI) yang berjudul “PERENCANAAN KOMUNIKASI DIVISI CORPORATE COMMUNICATION PT. KERETA COMMUTER INDONESIA (KCI) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PIN KHUSUS IBU HAMIL (Studi Deskriptif : Terkait Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil)” tepat pada waktunya.

Penulisan TAKI ini guna memperoleh gelar Ahli Madya serta memenuhi salah satu syarat kelulusan program studi Diploma III Hubungan Masyarakat di Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih terutama kepada kedua Orang tua, Abang, Kakak serta Adik yang selalu memberikan do'a, semangat serta dukungan yang tak terhingga kepada penulis secara materil dan moril. Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Umasih, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

3. Asep Soegiarto, M.Si. selaku Koordinator Program Studi D-III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Wina Puspita Sari, M.Si. selaku Dosen Pembimbing TAKI yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan nasehat dan saran dalam penyusunan karya ilmiah ini.
5. Seluruh dosen dan staff Prodi D-III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam kegiatan perkuliahan.
6. Pihak PT. Kereta Commuter Indonesia khususnya kepada Divisi *Corporate Communication* PT. KCI dan Pelayanan Keterbukaan Informasi Publik, Bapak Adli Hakim Nasution serta Petugas *Passenger Service* Stasiun Sudirman yang telah menerima penulis untuk melakukan penelitian dan wawancara terkait Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Informan penulis yaitu para Ibu hamil pengguna kereta commuter line dan Petugas Pengawalan Dalam Kereta (WALKA) yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penulis wawancarai.
8. Penyemangat dan penghibur penulis dikala suka maupun duka Dwi Octavia Khairani, Afifah, Shanum, Aina dan Khadijah.
9. Seluruh teman-teman Humas 2016 serta teman seperjuangan penulis dalam proses menyusun Tugas Akhir Karya Ilmiah (TAKI) 2019 Melvin

Afifa, Dimas Rezky, Tatu Mulyana, Maslihatun Malihah, Mutiara Novrezi dan Evi Amalia,

10. Sahabat penulis yaitu Handini Prabawati, Badria Agustina Putri, Selly Sahara, Riefira Asyifa, Anggita Ariesta, yang turut menemani, memberikan semangat, doa serta masukan dalam menyusun Tugas Akhir Karya Ilmiah (TAKI).
11. Serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Mengingat dalam penulisan karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi tercapainya hasil yang terbaik. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, Januari 2020

Penulis

Hasni Nur Fasiha

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Penelitian Sebelumnya .....	11
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	17
2.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i> .....	18

2.2.3 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.4 Peran <i>Public Relations</i> .....	20
2.3 Perencanaan Komunikasi.....	22
2.3.1 Definisi Perencanaan .....	22
2.3.2 Fungsi Perencanaan .....	23
2.3.3 Definisi Komunikasi .....	24
2.4 Model Perencanaan Komunikasi .....	27
2.4.1 Menganalisis Masalah.....	28
2.4.2 Menganalisis Khalayak.....	28
2.4.3 Merumuskan Tujuan.....	29
2.4.4 Memilih Media dan Saluran Komunikasi.....	29
2.4.5 Mengembangkan Pesan.....	30
2.4.6 Merencanakan Produksi Media.....	30
2.4.7 Merencanakan Manajemen Program .....	30
2.4.8 Merencanakan Monitoring dan Evaluasi.....	31
2.5 Keterkaitan Antar Konsep.....	31
2.6 Kerangka Penelitian.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34

3.2 Jenis Penelitian .....	36
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.4 <i>Key Informan dan Informan</i> .....	39
3.4.1 <i>Key Informan</i> .....	40
3.4.2 <i>Informan</i> .....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6 Teknik Analisis Data .....	48
3.7 Uji Keabsahan Data.....	49
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.8.1 Uji Validitas.....	51
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	53
4.1.1 Profil dan Sejarah PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) ...	53
4.1.2 Program Pin Khusus Ibu Hamil .....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.3 Model Perencanaan Komunikasi Assifi dan French.....	64
4.3.1 Menganalisis Masalah .....	64
4.3.2 Menganalisis Khalayak.....	68
4.3.3 Merumuskan Tujuan.....	71

4.3.4 Memilih Media atau Saluran Komunikasi.....	73
4.3.5 Mengembangkan Pesan.....	76
4.3.6 Merencanakan Produksi Media .....	82
4.3.7 Merencanakan Manajemen Program .....	86
4.3.8 Monitoring dan Evaluasi .....	90
<b>4.4 Analisis dan Pembahasan .....</b>	<b>94</b>
4.4.1 Menganalisis Masalah .....	95
4.4.2 Menganalisis khalayak .....	96
4.4.3 Merumuskan Tujuan.....	97
4.4.4 Memilih Media dan Saluran Komunikasi.....	98
4.4.5 Mengembangkan Pesan.....	100
4.4.6 Merencanakan Produksi Media .....	101
4.4.7 Merencanakan Manajemen Program .....	102
4.4.8 Merencanakan Monitoring dan Evaluasi.....	103
4.5 Triangulasi .....	105
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>CXV</b>

**CURRICULUM VITAE..... ccxxix**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1Kerangka Penelitian .....	33
Tabel 3. 1Data <i>Key Informan</i> .....	40
Tabel 3. 2Data <i>Informan</i> .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Observasi .....	cxvi
Lampiran 2 Screenshot Keluhan Ibu Hamil Pengguna Kereta Commuter Line di Media Sosial.....	cxvii
Lampiran 3 Transkrip Wawancara bersama <i>Key Informan 1 Corporate Communication</i> PT. Kereta Commuter Indonesia.....	cxviii
Lampiran 4 Transkrip Wawancara bersama <i>Key Informan 2 Petugas Passenger Service</i> .....	clxii
Lampiran 5 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 1 Pengguna Pin Khusus Ibu Hamil</i> .....	clxxiii
Lampiran 6 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 2 Pengguna Pin Khusus Ibu Hamil</i> .....	clxxx
Lampiran 7 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 3 Pengguna Pin Khusus Ibu Hamil</i> .....	clxxxix
Lampiran 8 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 4 Pengguna Pin Khusus Ibu Hamil</i> .....	cxcv
Lampiran 9 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 5 Ibu Hamil Pengguna Commuter Line</i> .....	cci
Lampiran 10 Transkrip Wawancara bersama <i>Informan 6 Petugas Pengawalan Dalam Kereta (WALKA)</i> .....	ccvi
Lampiran 11 Publikasi Pin Khusus Ibu Hamil di Akun Instagram @commuterline.....	ccx
Lampiran 12 Publikasi Pin Khusus Ibu Hamil di Akun Twitter @commuterline.....	ccxiii

Lampiran 13 Form Pengisian Tata Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil di Booth (Langsung) .....	ccxv
Lampiran 14 Form Pengisian Tata Cara Pembuatan Pin Khusus Ibu Hamil.....	ccxvii
Lampiran 15Gambar Pin Khusus Ibu Hamil .....	ccxviii
Lampiran 16 Booth Pin Khusus Ibu Hamil di Stasiun Sudirman .....	ccxix
Lampiran 17 Papan Himbauan Mengenai Pin Khusus Ibu Hamil .....	ccxx
Lampiran 18 Portal Berita Online Mengenai Peluncuran Pin Khusus Ibu Hamil.....	ccxxi
Lampiran 19 Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Adli Hakim Nasution.....	ccxxii
Lampiran 20Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Diana Lestari .....	ccxxiii
Lampiran 21Dokumentasi Wawancara dengan Informan .....	ccxxiv
Lampiran 22 Formulir Kegiatan Bimbingan TAKI .....	ccxxvii
Lampiran 23 Surat Telah Melakukan Penelitian di PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) .....	ccxxviii