

**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

**Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Pesan-Pesan Public  
Relations PT.KCI pada Signage Prioritas tentang Adab Penggunaan  
Angkutan Umum Oleh Pengguna Commuterline**



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

**Oleh :**

**MUHAMMAD REZKY**

**4123165355**

**PROGRAM STUDI D III HUBUNGAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

**MUHAMMAD REZKI (4123165355), Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Pesan-Pesan Public Relations PT.KCI pada Signage Prioritas tentang Adab Penggunaan Angkutan Umum Oleh Pengguna Commuterline. : 132 Halaman : 33 Buku :2000-2018, : 2 Sumber lain :Tugas Akhir Karya Ilmiah,2020**

### **ABSTRAK**

Pokok permasalahan penelitian ini adalah bagaimana Pengguna Commuterline Memaknai pesan-pesan Public Relations PT.KCI pada Signage Tentang Adab Penggunaan Angkutan Umum yang akan *dibreak-down*, yaitu :1. bagaimana pemaknaan yang dilakukan oleh pengguna commuterline terkait makna pesan *signage* yang ada dalam *Commuterline* PT.KCI?, 2. bagaimana keterkaitan lifeworld para penumpang commuterline PT.KCI dengan proses konstruksi makna pesan-pesan Public relations pada *signage* ?

Dimana pada penelitian ini, menggunakan teori dasar Public relations dari Scoot M.Cutlip, Allen H, Center dan Geln M. Broom, yang menjelaskan dari fungsi manajemen Public Relation dan juga Teori utama Fenomenologi untuk menjelaskan proses penelitian yang berdasarkan pengalaman dan konstruksi pengalaman penumpang dalam memaknai pesan Public relations.

menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi fenomenologi dari Edmund Husserl. Subjek dalam penelitian ini adalah 5 penumpang aktif Commuterline Indonesia PT.KCI. Proses pengumpulan data dilakukan melalui proses observasi lapangan, wawancara mendalam (*deep-interview*), dan melakukan dokumentasi.

Dengan hasil yang ditemukan , bahwa masih terdapat penumpang yang tidak paham akan pesan humas PT.KCI terkait makna pesan signage kursi prioritas tersebut dan bagaimana lifeworld penumpang mengkonstruksi suatu pengalaman nyata menjadi suatu realitas makna

Kesimpulan pada penelitian ini adalah, dalam suatu proses pemaknaan makna pesan *signage* pada penumpang commuterline indonesia, dipengaruhi oleh bagaimana proses pengalaman individu dan bagaimana lifeworld individu membentuk suatu pribadi itu sendiri. Untuk sebagian orang makna pesan signage prioritas hanya sebagai penanda yang tidak terlalu menjadi penting, tetapi untuk sebagian penumpang lainnya, signage prioritas dapat menjadi suatu makna mendalam yang menunjukkan ada nya hak dan kewajiban sesama penumpang commuterline indoensia.

**Kata Kunci** : Fenomenologi, Makna Signage, Lifeworld, Commuterline Indonesia

**MUHAMMAD REZKI (4123165355), Phenomenology Study Regarding the Meaning of PT.KCI's Public Relations Messages on Priority Signage on the Adab Use of Public Transportation by Commuterline Users. : 132 Pages: 33 Books: 2000-2018,: 2 Other Sources: Final Project Scientific Work, 2020**

### **ABSTRACT**

*The main problem of this research is how Commuterline Users Interpret PT.KCI Public Relations messages on Signage About Adab The Use of Public Transport that will be cracked down, namely: 1. how is the meaning made by commuterline users related to the meaning of signage messages that exist in PT. KCI Commuterline ?, 2. how is the lifeworld relationship of PT. KCI commuterline passengers with the process of constructing the meaning of Public Relations messages on signage?*

*Where in this study, using the basic theory of Public Relations from Scoot M. Cutlip, Allen H, Center and Geln M. Broom, which explains the management of Public Relations management and also the Main Theory of Phenomenology to explain the research process based on the meaning of the message Public relations.*

*Using qualitative research with phenomenological study research methods from Edmund Husserl. The subjects in this study were 5 active passengers of Commuterline Indonesia PT. KCI. The process of collecting data is done through a process of field observation, in-depth interviews, and coordination.*

*With the results found, there are still passengers who will not understand PT.KCI's public relations message regarding the meaning of the seat signage message concerned and how Lifeworld*

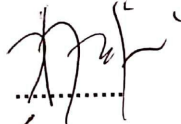



*The conclusion of this study is, in a process of meaning of the meaning of message signage on Indonesian commuterline passengers, it is moved by how the process of individual experience and how individual lifeworld makes a person itself. For some people the meaning of message signage only needs a pointer that is not very important, but for most passengers, special signage can be a meaning that indicates there is a right and is needed by fellow passengers commuting to Indonesia.*

**Keywords:** *Phenomenology, Signage Meaning, Lifeworld, Commuterline Indonesia.*

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

**NAMA** : MUHAMMAD REZKI  
**NIM** : 4123165355  
**JUDUL** : Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Pesan-Pesan Public Relations PT.KCI pada Signage tentang Adab Pengguna Angkutan Umum Oleh Pengguna Commuterline

**TIM PENGUJI**

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> Ketua Sidang	 .....	.....
2.	<u>Eko Nugroho, M.Si</u> Dosen Pembimbing	 .....	.....
3.	<u>Wasono Adi, S.Sos., MPC</u> Penguji Ahli	 .....	.....
4.	<u>Menanti Fajar, M.Ikom.</u> Sekretaris Sidang	 .....	.....

**Lulus sidang**      **2020**

## LEMBAR ORISINALITAS



### **PROGRAM STUDI DIHUBUNGKAN MASYARAKAT FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Pesan-Pesan Public Relations PT.KCI Pada Signage Prioritas Tentang Adab Pengguna Angkutan Umum Oleh Pengguna Commuterline, benar-benar hasil karya pribadi dan sudah mengikuti penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, maka penulis sanggup menerima sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 28 Januari 2020

Muhammad Rezki

NIM. 4123165355



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN  
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Rezki  
NIM : 4123165355  
Fakultas/Prodi : FIS / ~~Hub~~ Hubungan Masyarakat  
Alamat email : rezky.muhammada@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (Tugas Akhir karya ilmiah)

yang berjudul :

Studi fenomenologi mengenai pematnaan pesan-pesan public Relation  
PT. KCI pada Signage prioritas tentang adab penggunaan Angkutan  
Umum oleh pengguna Commuter/line.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Februari 2020

Penulis

  
( Muhammad Rezki )  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul **“Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Pesan-Pesan Public Relations PT.KCI pada Signage tentang Adab Penggunaan Angkutan Umum Oleh Pengguna Commuterline.”** dengan baik. Tidak lupa kedua Orang Tua penulis yang senantiasa doa, motivasi, dan dorongan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini. Tugas Akhir Karya Ilmiah ini diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi DIII Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Penyusunan laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa perhatian, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Komarudin, M.Si. Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Umasih, M.Hum. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, S.IK, M.Si, Koordinator Program Studi DIII Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
4. Eko Nugroho, M.Si, Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan baik.

5. Ibu Wina Puspita Sari, M.Si. Sebagai Koordinator TAKI semester 111, dalam mendukung proses penyusunan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan baik
6. Seluruh Dosen Program Studi D-III Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta
7. Sahabat - Sahabat saya yang telah mendukung saya
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Public Relations angkatan 2016, khususnya teman-teman taki SMT 111 yang tiada henti-hentinya memberi semangat dan membantu dalam mengerjakan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi praktisi kehumasan.

Terimakasih.

Jakarta, 5 Agustus 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR ORISINIL.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Masalah.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Kajian Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2. Kerangka Teori.....	31
2.2.1. Teori Humas dan Pesan Humas.....	31
2.2.2. Teori Makna.....	32
2.2.2.1. Teori Makna dan Lifeworld.....	33
2.2.2.2. Teori Makna dan Pengalaman.....	36
2.2.2.3. Teori Makna dan Pesan Humas.....	37
2.2.3. Teori Fenomenologi Edmund Husserl.....	38
2.2.4. Teori Interaksi Simbolik.....	44
2.2.5. Teori Konstruksi Sosial.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	53
3.2. Sifat Penelitian.....	57

3.3. Jenis Penelitian.....	58
3.4. Pendekatan Penelitian.....	60
3.5. Informan dan Metode Pemilihan Informan, dan Metode Penelitian.....	61
3.6. Metode Pengumpulan data.....	65
3.6.1. Observasi.....	66
3.6.2. wawancara Mendalam.....	68
3.6.3. Studi Dokumentasi.....	69
3.7. Teknik Analisis Data.....	70
3.8. Keabsahan Penelitian.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1. kondisi Objek Penelitian.....	73
4.2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	74
4.2.1. Gambaran Umum Hubungan Masyarakat PT. Kereta Commuter Indonesia (Commuterline Indonesia).....	75
4.2.2. Visi dan Misi Commuterline PT. KCI.....	75
4.3. Hasil Penelitian.....	76
4.3.1. untuk memberikan pemahaman bagaimana pemaknaan terkait makna pesan signage yang ada dalam Commuterline Indonesia PT.KCI.....	76
4.3.2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Fenomenologi.....	105
4.3.2.1. Latar Belakang Fenomenologi terbentuknya Makna Pesan pada Pengguna Commuterline Indonesia.....	106
4.3.3. Hasil Penelitian Eidetis.....	109
4.3.4. Analisis Transidental.....	133
4.4. Pembahasan.....	135

4.4.1. Untuk memahami pemaknaan yang dilakukan oleh pengguna commuterline terkait makna pesan <i>signage</i> yang ada dalam <i>Commuterline</i> PT.KCI ?.....	137
4.4.2. Untuk memahami keterkaitan lifeworld para penumpang commuterline PT.KCI dengan proses konstruksi makna pesan-pesan Public relations pada <i>signage</i> ?.....	142
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>149</b>
5.1. Kesimpulan.....	149
5.2 Saran.....	151
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>x</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>xxxviii</b>