

STRATEGI HUMAS PT KAI DAOP 1 JAKARTA DALAM PEMILIHAN MEDIA UNTUK MENYEBARLUASKAN INFORMASI PUBLIK

Esa Nurhaqiqi¹ M. Jamiluddin Ritonga²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat
esanurhaqiqi7@gmail.com

Abstract

Public information service is one of the responsibilities of a public relations officer. To convey information to the public, PR needs the media. In this era of rapid development of communication technology, various media are available and can be the choice of public relations media to disseminate information. However, as a public relations officer, the media used in disseminating public information must be chosen. In choosing media, PR requires a strategy. This study aims to determine the strategy for selecting PR media of PT KAI Daop 1 Jakarta by using a qualitative approach and a case study method. PT KAI Daop 1 Jakarta is part of PT KAI (Persero) which also provides public information services. In carrying out its services, the public relations of PT KAI Daop 1 Jakarta divides the two fields of public relations work, namely internal and external public relations. The two publics are different, and in conducting media selection, each public relations sector performs its own public information service. choosing the media requires a strategy so that the information conveyed can be well received by the public so that the company's goals can be achieved. In making a media selection strategy, there are six aspects that are considered gradually by the public relations of PT KAI Daop 1 Jakarta, namely target targets, available media, familiar media, media credibility, media reach, and media speed. Apart from paying attention to these six aspects, PR also evaluates media selection. However, an evaluation of the media selection strategy itself has not been carried out.

Keywords: *Public Information, The Media Selection, Media Selection Strategy.*

Abstrak

Pelayanan informasi publik merupakan salah satu tanggungjawab dari seorang humas. Dalam menyampaikan informasi kepada publiknya, humas membutuhkan media. Di era perkembangan teknologi komunikasi yang pesat ini, beragam media tersedia dan dapat menjadi pilihan media humas untuk menyebarluaskan informasi. Namun sebagai seorang humas, media yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi publik harus dipilih. Dalam memilih media, humas memerlukan strategi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemilihan media humas PT KAI Daop 1 Jakarta dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. PT KAI Daop 1 Jakarta merupakan bagian dari PT KAI (Persero) yang juga melakukan pelayanan informasi publik. Dalam melakukan pelayanannya, humas PT KAI Daop 1 Jakarta membagi dua bidang pekerjaan humas yaitu humas internal dan eksternal. Publik keduanya berbeda, dan dalam melakukan pemilihan media, setiap bidang humas tersebut melakukan pelayanan informasi publiknya masing-masing. memilih media diperlukan strategi agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh publik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Dalam membuat strategi pemilihan media, ada enam aspek yang diperhatikan secara bertahap oleh humas PT KAI Daop 1 Jakarta yaitu target sasaran, media yang tersedia, media yang familiar, kredibilitas media, jangkauan media, dan kecepatan media. Selain memperhatikan enam aspek tersebut, humas juga melakukan evaluasi pemilihan media. Namun evaluasi strategi pemilihan media itu sendiri belum dilakukan.

Kata Kunci: *Informasi Publik, Pemilihan Media, Strategi Pemilihan Media*