

ABSTRAK

Nurul Hanifa, Pengelolaan Digital *Public Relations* Melalui Media Internal Kontak PT Kereta Api Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Kereta Api Indonesia)

Media Internal Kontak merupakan sebuah media informasi yang dikelola oleh Humas PT Kereta Api Indonesia yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada seluruh publik internal PT Kereta Api Indonesia terkait informasi, pengumuman serta kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan. Humas PT Kereta Api Indonesia dalam hal ini berperan aktif untuk memberikan kontribusi terhadap kegiatan pengelolaan konten yang ada pada Media Internal Kontak dikarenakan Humas merupakan bagian dari sebuah manajemen yang berada pada institusi atau perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan Digital PR yang dilakukan oleh Humas PT Kereta Api Indonesia pada Media Internal melalui lima tahapan yaitu *planning*, *organizing*, *communicating*, *controlling* dan *evaluating*. Konsep yang digunakan yaitu Fungsi Manajemen Humas Rosady Ruslan yang didalamnya terdapat lima langkah proses pengelolaan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dan pendekatan interpretif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif, adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Digital PR pada Media Internal Kontak melalui lima tahapan, yaitu (1) *planning* yaitu merencanakan tujuan dengan membuat perencanaan taktis yang dikategorisasikan menjadi penentuan rubrik pada Media Internal Kontak, penentuan PIC dan penentuan tema setiap edisi Media Internal Kontak yang akan diterbitkan. (2) *organizing* dengan melakukan *staffing* (pembagian kerja) kepada seluruh individu yang terlibat dalam pembuatan konten Media Internal Kontak. (3) *communicating* yakni dilakukan dengan memanfaatkan beberapa media diantaranya, portal internal E-office, *Corporate Email* dan Whatsapp untuk publikasi Media Internal Kontak kepada publik internal. (4) *controlling* dengan cara melakukan pengawasan bersifat internal yang dikategorisasikan berupa pengawasan konten, juga menampung saran dan kritik dari pembaca. (5) *evaluating* dengan cara menyewa jasa konsultan humas, melakukan evaluasi bulanan, dan juga melaksanakan evaluasi tahunan.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa Humas PT Kereta Api Indonesia telah melaksanakan pengelolaan digital *public relations* melalui media internal Kontak.

Kata Kunci: Pengelolaan, Digital *Public Relations*, Media Internal

ABSTRACT

Nurul Hanifa, *Digital Public Relations management through Internal Media Kontak PT Kereta Api Indonesia (Qualitative Descriptive Study of PT Kereta Api Indonesia)*

Media Internal Contact is an information media that is managed by public relations of PT Kereta Api Indonesia, which aims to provide information to all of Indonesia's Internal affairs public relations of PT Kereta Api Indonesia. In this case, it plays an active role to contribute to the content management activities that exist on internal media Kontak because public relations is part of a management that is at the institution or company.

This research aims to determine the process of Digital public relations management conducted by the public relations of PT Kereta Api Indonesia in Internal Media through five stages, namely planning, organizing, communicating, controlling and evaluating. The concept used is the public relations management function Rosady Ruslan in which there are five steps of management process. The paradigm used in this research is constructivism and interpretive approach by using descriptive research methods, as well as the data collection techniques performed are in-depth interviews.

The results showed that the management of Digital Public Relations in Internal Media Kontak through five stages, namely (1) planning is to plan the objectives by making tactical planning categorized into the determination of rubric on the internal media contact, the PIC determination and the theme determination of each edition of internal media Kontak to be published. (2) organizing by conducting Stafis (Division of work) to all individuals involved in the creation of the content of internal media Kontak. (3) communicating is done by utilizing several media including, internal portal E-Office, Corporate Email and Whatsapp for the publication of internal media Kontak to the internal public. (4) controlling by conducting internal surveillance that is categorized in the form of content supervision, also holds the advice and criticism of the reader. (5) evaluating by hiring a public relations consultant, conducting a monthly evaluation, and also conducting an annual evaluation.

Based on the results of the research, it was concluded that public relations of PT Kereta API Indonesia has carried out digital management through internal media Kontak.

Keyword: *Management, Digital Public Relations, Internal Media*