

ABSTRAK

Humas PT Kereta Api dalam meningkatkan pelayanannya membuat program tiket *online*. Kurangnya informasi tentang tiket *online* membuat masyarakat belum memahami seluruhnya tentang program tersebut, sehingga diperlukannya strategi *media relations* dalam mempublikasikan informasi melalui media massa. Penelitian ini bertempat di Daop Dua Jl. Stasiun Selatan No. 25 Bandung

Metodologi yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan landasan teori fenomenologi yang bersifat deskriptif dan menggunakan riset wawancara mendalam.

Hasil yang didapatkan bahwa strategi *media relations* berpengaruh besar terhadap mengkomunikasikan tiket *online* seperti, pengelolaan relasi yang baik membuat informasi tiket *online* lebih mudah dipublikasikan melalui media massa, pengembangan strategi dapat memberikan penambahan jumlah media, dan pengelolaan jaringan yang luas dapat mempromosikan tiket *online* dengan organisasi profesi lain. Strategi yang digunakan lebih dominan terhadap media cetak dan media *online*.

Proses strategi *media relations* yang dilakukan sudah sangat baik tetapi dalam pemberian informasi melalui media masih belum dapat diterima secara maksimal oleh masyarakat. Lebih ditingkatkannya informasi tiket *online* melalui media televisi nasional.

Kata Kunci: Strategi *media relation*, tiket online, pengelolaan relasi, pengembangan strategi dan pengelolaan jaringan.

ABSTRACT

Public relations PT Kereta Api in improving the service making program tiket online. The lack of information made public about ticket online yet understand entirely about such programs, so the need for strategy media relations in the publish information through the mass media. This research takes place in Daop Dua Jl. Stasiun Selatan No. 25 Bandung.

The methodology used is qualitative research with the theoretical basis of phenomenology that is descriptive and uses in-depth research interviews.

The results obtained that strategy media relation influential in communicating tickets online, such us, good relationship management makes information easier to publish online tickets through the mass media, development strategies can provide additional number of media and extensive network management can promote tickets online with other professional organizations. Strategies used more dominant against print media and online media.

Media relations strategy process is done has been very good but in the provision of information through the media is still not acceptable to public. More boost the ticket information online through national television media.

Key words: Srtategy media relations, tickets online, management of the relationship, development strategy, and management network.

