

ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menjalankan strategi komunikasi publik dengan tujuan dapat meningkatkan kepercayaan publik di masa pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi publik dari *corporate communication* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus menurut Creswell, serta menggunakan metode pengumpulan data wawancara mendalam atau *in-depth interview* dan melalui studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep strategi *public relations* menurut Cutlip, Center & Broom yaitu *defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating serta evaluating the program*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pandemi Covid-19 menjadi masalah terhadap penurunan jumlah volume penumpang dan pendapatan perusahaan. Kemudian, dalam menangani masalah tersebut PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menjalankan strategi/inisiatif pemulihan dampak Covid-19. Strategi tersebut berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat, sehingga berdampak baik bagi peningkatan jumlah volume penumpang dan pendapatan perusahaan.

Kata kunci: Kepercayaan Publik, Komunikasi, PT. Kereta Api Indonesia (Persero), *Public Relations*.