



STRATEGI KOMUNIKASI PT INKA (PERSERO) MEMPERKENALKAN KERETA API NEW GENERATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

FANNY AZZAHRA PUTRI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Komunikasi PT INKA (Persero) Memperkenalkan Kereta Api *New Generation* melalui Media Sosial Instagram” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Fanny Azzahra Putri
J0301201065

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

FANNY AZZAHRA PUTRI. Strategi Komunikasi PT INKA (Persero) Memperkenalkan Kereta Api *New Generation* melalui Media Sosial Instagram. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

Perkembangan era digital membuat penyampaian informasi beralih menggunakan media digital. PT INKA (Persero) salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan publiknya. Penggunaan media sosial seperti Instagram berdampak signifikan pada peningkatan kesadaran merek masyarakat terhadap produk PT INKA (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan Instagram sebagai strategi komunikasi PT INKA (Persero) dalam memperkenalkan Kereta Api *New Generation* kepada masyarakat. Sebagai upaya memahami strategi ini, penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang memungkinkan peneliti menggali lebih dalam bagaimana @pt_inka peneliti menggunakan tahapan strategi komunikasi dari Anwar Arifin yang terdiri dari empat tahap yaitu mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media. Selain itu peneliti menggunakan SWOT terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari pengelolaan Instagram @pt_inka, untuk menghasilkan strategi yang lebih baik bagi PT INKA (Persero).

Kata kunci: Kesadaran Merek, Kereta Api *New Generation*, PT INKA (Persero)

ABSTRACT

FANNY AZZAHRA PUTRI. Communication Strategy of PT INKA (Persero) Introducing New Generation Trains through Instagram Social Media. Supervised by WAHYU BUDI PRIATNA.

The advent of digital media has made information dissemination through digital media more efficient. PT INKA (Persero) is one company that uses social media to facilitate more effective communication with the public. Utilizing social media platforms like Instagram can significantly impact the public's brand awareness of PT INKA (Persero) products. The purpose of this study is to identify Instagram influencers as part of PT INKA's (Persero) communication strategy to introduce the New Generation to the public. To understand this strategy, research is conducted using a deskriptif method along with a kualitatif approach, which enables the researcher to learn more about how @pt_inka Researchers used Anwar Arifin's four-point of communication strategy, which includes topical analysis, argumentation, method clarification, media selection, and media usage. In addition, the researcher employed a SWOT analysis to examine the strengths, weaknesses, opportunities, and concerns from the Instagram account @pt_inka to develop a more successful strategy for PT INKA (Persero).

Keyword: Brand Awareness, New Generation Trains, PT INKA (Persero)



Judul Laporan : Strategi Komunikasi PT INKA (Persero) Memperkenalkan Kereta Api *New Generation* melalui Media Sosial Instagram
Nama : Fanny Azzahra Putri
NIM : J0301201065

@Hak cipta milik IPB
(Penulis)

Pembimbing:

Dr. Ir. Wahyu Budi Piatna, MSi
NIP 196704101991031001

Disetujui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, SSos, MP
NPI 201807198005241001

Diketahui oleh



Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP 196607171992031003

IPB University

Tanggal Ujian:
(25 Juni 2024)

Tanggal Lulus:
()

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Maret 2024 ini ialah “Strategi Komunikasi PT INKA (Persero) Memperkenalkan Kereta Api New Generation melalui Sosial Media Instagram”.

Dalam penyelesaian laporan akhir ini, penulis menerima dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghormatan kepada:

1. Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberi saran selama penyelesaian laporan akhir.
2. Ika Sartika S.Sn, M.Sn, selaku dosen penguji pada sidang akhir.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital yang senantiasa memberikan bimbingan dan nasihat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan akhir.
4. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang senantiasa memberikan motivasi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah berperan sebagai mentor dan memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan selama mengikuti perkuliahan.
6. Bapak Agung Dwi Cahyono, selaku Senior Manager Humas dan Kantor Perwakilan PT INKA (Persero).
7. Bapak Muhammad Advin Hidayat, selaku Manager Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
8. Ibu Nuur Aisyah M. W selaku Manager Humas dan Protokoler PT INKA (Persero).
9. Ibu Diah Laili, selaku pembimbing lapangan Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Batch 5 divisi Sekretaris Perusahaan PT INKA (Persero).
10. Ibu Dea Ayu, Bapak Imam, dan Bapak Dimas selaku tim unit Humas dan Protokoler PT INKA (Persero) yang telah membantu dalam pengumpulan data.
11. Ibu Patonah Irani dan Bapak Tri Wahyudi Budi Setiawan selaku orang tua penulis yang sangat penulis sayangi dan cintai. Terima kasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tidak pernah putus, kepercayaan, motivasi, nasehat, serta dukungan yang tiada henti diberikan kepada penulis. Terima kasih, Ibu dan Ayah untuk segala hal terbaik yang telah diberikan kepada penulis.
12. Zhafira Aqila Putri selaku adik perempuan penulis yang sangat penulis sayangi dan cintai. Berbagai dukungan telah diberikan kepada penulis melalui doa, semangat, dan kasih sayang. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis hingga saat ini.
13. Almarhumah Ibu Rosita dan Bapak Priyatman Maman selaku Nenek dan Kakek penulis yang penulis sayangi. Terima kasih untuk limpahan doa,



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

kasih sayang, motivasi, serta nasehat yang selalu diberikan sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan dengan penuh keberanian dan semangat.

14. Almarhumah Ibu Moersiti dan Almarhum Bapak Soejoto selaku Eyang Putri dan Eyang Kakung yang penulis sayangi. Terima kasih untuk limpahan kasih sayang, doa, serta dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
15. Teman-teman satu bimbingan dan teman-teman Komunikasi Digital dan Media angkatan 57 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

Fanny Azzahra Putri



	DAFTAR TABEL	xiii
	DAFTAR GAMBAR	xiii
	DAFTAR LAMPIRAN	xiii
	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	2
	1.3 Tujuan	2
	1.4 Manfaat	2
	TINJAUAN PUSTAKA	3
	2.1 Penelitian Terdahulu	3
	2.2 Strategi Komunikasi	4
	2.3 Kereta Api <i>New Generation</i>	5
	2.4 Komunikasi Digital	11
	2.5 Informasi	13
	2.6 Media Sosial	14
	2.7 Instagram	15
	2.8 Audiens	17
	2.9 Kerangka Berpikir	18
III	METODE	20
	3.1 Lokasi dan Waktu	20
	3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	20
	3.3 Subyek Penelitian	20
	3.4 Data dan Instrumen	20
	3.5 Analisis Data	21
	3.6 Subjek Penelitian	21
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	22
	4.1 Gambaran Umum Perusahaan	22
	4.2 Strategi Komunikasi PT INKA (Persero)	24
	4.3 Penerapan Instagram Sebagai Strategi Komunikasi PT INKA (Persero)	24
	4.4 Analisis SWOT	32
V	SIMPULAN DAN SARAN	37
	5.1 Simpulan	37
	5.2 Saran	38
	DAFTAR PUSTAKA	41
	LAMPIRAN	43
	RIWAYAT HIDUP	47



1	Persentase Sosial Media	1
2	Penelitian Terdahulu	3
3	Informan Penelitian	21
4	Insight Konten Instagram Kereta Api <i>New Generation</i>	27
5	<i>Account Reached, profile activity, dan accounts engaged</i> dari konten Kereta Api <i>New Generation</i>	32
6	Analisis SWOT	38

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Corrugated Bellow</i>	6
2	PIDS Kereta <i>New Generation</i>	7
3	<i>Photocatalytic Oxidation</i>	8
4	<i>Electrical Sliding Door</i>	9
5	Kursi Kereta Api <i>New Generation</i> (Eksekutif)	10
6	Kereta Makan	11
7	Sepuluh Negara Durasi Terlama Akses Sosial Media	14
8	Peringkat Sosial Media di Indonesia	16
9	Kerangka Berpikir	18
10	Logo PT INKA (Persero)	24
11	Perkenalkan KA <i>New Generation</i>	28
12	KA <i>New Generation</i> Resmi Dioperasikan	29
13	KA <i>New Generation</i> Resmi Dioperasikan (BUMN)	30
14	KA Argo Lawu Resmi Dioperasikan	31

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	43
---	--	----