

**PARTISIPASI PUBLIK DAN KONSTRUKSI CITRA: STRATEGI
COMMUNITY RELATION BERBASIS KOMUNITAS *RAILFANS* DI
TINGKAT OPERASIONAL PERKERETAAPIAN**

SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL



Disusun oleh:

Nama: Audeline Putri Pramesya

NIM: 22.96.3357

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**PARTISIPASI PUBLIK DAN KONSTRUKSI CITRA: STRATEGI
COMMUNITY RELATION BERBASIS KOMUNITAS *RAILFANS* DI
TINGKAT OPERASIONAL PERKERETAAPIAN**

SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Nama: Audeline Putri Pramesya

NIM: 22.96.3357

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**Partisipasi Publik dan Konstruksi Citra: Strategi *Community Relations*
Berbasis Komunitas *Railfans* di Tingkat Operasional Perkeretapian**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Nama: Audeline Putri Pramesya
NIM: 22.96.3357

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada 10 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom
NIK. 190302661

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**Partisipasi Publik dan Konstruksi Citra: Strategi *Community Relations*
Berbasis Komunitas *Rallfans* di Tingkat Operasional Perkeretaapian**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Audeline Putri Pramesya

NIM: 22.96.3357

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji

Pada 24 Februari 2026

Nama Penguji

Erik Anjar Fitriarti, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302656

Angga Intucri Mahendra P. S.SOS., M.I.Kom.

NIK. 190302339

Anggun Anindya S., S.I.Kom., M.I.Kom.

NIK. 190302661

Tanda Tangan



Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.

190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 24 Februari 2026



AUDELINE PUTRI PRAMESYA

NIM. 22.96.3357

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah, ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S. T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Rivga Agusta, S.I.P. M.A (Kaprodik, Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Ibu Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan kritik dan saran yang membangun, serta meluangkan waktu dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Alex Roy Ismanto Pribadi dan Ibu Rini Tusrini, atas doa, kasih sayang, dukungan, dan kepercayaan yang tidak pernah terputus.
6. Terima kasih juga kepada teman seperjuangan saya, Veranika Aulia Agatha dan Tanaya Mutiara Nurdiansyah, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, serta saling menguatkan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
7. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri Audeline Putri Pramesya, yang telah bertahan, berproses, dan tidak menyerah di tengah berbagai tantangan. Setiap keraguan, kelelahan, dan tekanan menjadi bagian dari pembelajaran yang menguatkan.

Yogyakarta, 24 Februari 2026



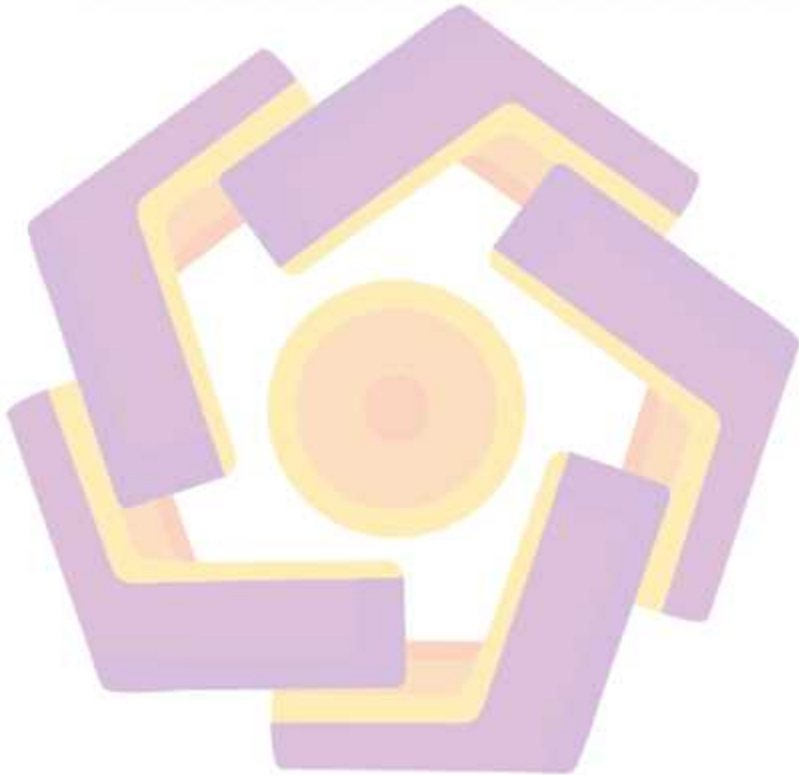
Audeline Putri Pramesya

DAFTAR ISI

SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL	1
Disusun oleh:	1
PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI	1
SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL	2
LEMBAR PERSETUJUAN	3
LEMBAR PENGESAHAN	4
SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL	4
PERNYATAAN ORISINALITAS	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR LAMPIRAN	9
ABSTRAK	10
ABSTRACT	1
BAB I PENDAHULUAN	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Teori Organizations-Public Relationships (OPR)	6
B. Strategi Community relations	7
C. Komunitas Railfans Sebagai Publik Strategis	7
D. Citra Perusahaan (Corporate Image)	8
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	9
BAB IV	10
A. Hasil Temuan	10
1. Perencanaan Strategi <i>Community Relations</i>	10
2. Pelaksanaan Kegiatan <i>Community Relations</i>	11
3. Komunikasi Partisipatif dan Publik Kegiatan <i>Community Relations</i>	13
4. Evaluasi Pelaksanaan <i>Community Relations</i>	14
5. Hasil Temuan Citra Perusahaan	15
B. Pembahasan	16
BAB V PENUTUP	19
DAFTAR PUSTAKA	20
LAMPIRAN	22
LINKPUBLIKASI:	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Keterlibatan aktif komunitas railfans dalam sosialisasi pencegahan pelecehan seksual di Stasiun Cirebon.	11
Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Keselamatan Perlindungan Sebidang	12
Gambar 3. Keterlibatan <i>Railfans</i> dalam Posko Angkutan Lebaran/Nataru	13
Gambar 4. Bentuk Publikasi Kegiatan <i>Community relations</i> di Media Sosial PT KAI DAOP 3 Cirebon	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti Publikasi	22
Lampiran 2. <i>Letter of Acceptance</i>	23
Lampiran 3. Proses revisi di <i>Open Journal System (OJS)</i>	24
Lampiran 4. Hasil Turnitin	25
Lampiran 5. Narasumber Penelitian Humas PT KAI DAOP 3 Cirebon	26
Lampiran 6. Narasumber Penelitian Komunitas Railfans IRPS Korwil Cirebon	26



ABSTRAK

Pengelolaan hubungan antara organisasi dan komunitas sebagai publik strategis menjadi tantangan dalam praktik *public relations* di tingkat operasional daerah. Dalam konteks perusahaan transportasi publik, keterlibatan komunitas tidak hanya berfungsi sebagai dukungan aktivitas sosial, tetapi juga berpotensi memengaruhi persepsi dan citra perusahaan. Namun demikian, belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana strategi *community relations* dijalankan pada level Daerah Operasi serta bagaimana dinamika relasi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *community relations* yang dijalankan oleh Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (Daop) 3 Cirebon dalam membangun citra perusahaan melalui keterlibatan komunitas *railfans*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak Humas serta perwakilan komunitas *railfans*, yaitu Indonesian Railways Preservation Society (IRPS) Korwil Cirebon, Komunitas Edan Sepur Cirebon, dan Komunitas Railfans Daop 3 (KRD3), serta didukung oleh dokumentasi kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *community relations* dilaksanakan melalui tahapan identifikasi komunitas, perencanaan kegiatan, pelaksanaan kolaboratif, publikasi, dan evaluasi. Bentuk pelibatan komunitas mencakup sosialisasi keselamatan perlintasan sebidang, kampanye pencegahan pelecehan seksual di area stasiun dan layanan kereta api, keterlibatan dalam posko angkutan Lebaran dan Natal-Tahun Baru, kegiatan kebersihan lingkungan stasiun, serta dukungan pelayanan penumpang. Pelibatan tersebut menunjukkan pola relasi yang kolaboratif, meskipun masih terdapat ruang penguatan pada aspek pemerataan partisipasi dan mekanisme evaluasi bersama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *community relations* yang bersifat partisipatif di tingkat daerah operasi berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi perusahaan yang lebih terbuka dan komunikatif. Keberlanjutan citra tersebut bergantung pada konsistensi dan kualitas pengelolaan hubungan antara organisasi dan komunitas secara berkelanjutan.

Kata kunci: *community relations*, partisipasi publik, citra perusahaan, *railfans*, organisasi-publik.

ABSTRACT

Managing relationships between organizations and communities as strategic publics has become a central challenge in contemporary public relations practices, particularly at the operational level. In the context of public transportation companies, community involvement is not merely a form of social support activity but also has the potential to influence public perception and corporate image. However, limited research has examined how community relations strategies are implemented at the regional operational level and how such relational dynamics contribute to corporate image formation. This study aims to analyze the community relations strategy implemented by the Public Relations division of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Operational Area (Daop) 3 Cirebon in building corporate image through the involvement of railfans communities. The research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the Public Relations officers and representatives of railfans communities, namely the Indonesian Railways Preservation Society (IRPS) Cirebon Regional Chapter, Edan Sepur Cirebon Community, and Railfans Daop 3 Community (KRD3), supported by documentation of related activities. The findings indicate that the community relations strategy is implemented through several stages, including community identification, program planning, collaborative implementation, publication, and evaluation. Forms of community involvement include railway crossing safety campaigns, anti-sexual harassment awareness campaigns in station areas and train services, participation in holiday transportation service posts, station environmental cleaning activities, and passenger assistance services. The involvement reflects a collaborative relationship pattern, although there remains room for improvement in terms of equitable participation and structured evaluation mechanisms. This study concludes that participatory community relations strategies at the regional operational level contribute to shaping a more open and communicative corporate image. The sustainability of this image depends on the consistency and quality of long-term relationship management between the organization and its community publics.

Keywords: community relations, public participation, corporate image, railfans, organization–public relationships.