

**REKONSTRUKSI CITRA PERUSAHAAN MELALUI KOMUNIKASI TJSL: STUDI
KASUS STRATEGI HUMASDA PT. KAI DAOP 3 CIREBON**

SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL



DISUSUN OLEH:

VERANIKA AULIA AGATHA

22.96.3314

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

**REKONSTRUKSI CITRA PERUSAHAAN MELALUI KOMUNIKASI T.JSL: STUDI
KASUS STRATEGI HUMASDA PT. KAI DAOP 3 CIREBON**

SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL

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



Disusun oleh:

Nama: Veranika Aulia Agatha

NIM: 22.96.3314

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

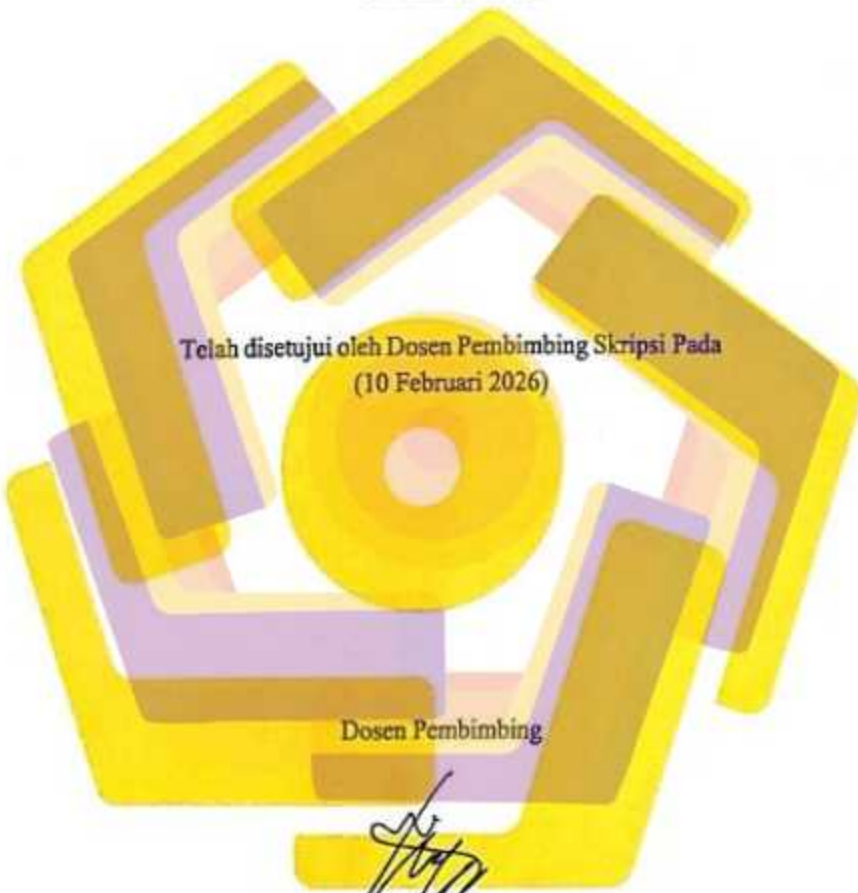
**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**Rekonstruksi Citra Perusahaan Melalui Komunikasi TJSL: Studi Kasus
Strategi Humasda PT KAI DAOP 3 Cirebon**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh Nama:

Veranika Aulia Agatha

NIM: 22.96.3314



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**

**Rekonstruksi Citra Perusahaan Melalui Komunikasi TJSL: Studi Kasus
Strategi Humasda PT KAI DAOP 3 Cirebon**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Veranika Aulia Agatha

NIM: 22.96.3314

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada (25 Februari 2026)

Nama Penguji

Dr. Nurbayti, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302363

Rivga Agusta, S.IP., M.A

NIK. 190302319

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.

NIK. 190302125

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

Yogyakarta, 23 Februari 2026

VERANIKA AULIA AGATHA
NIM. 22.96.3314

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



VERANIKA AULIA AGATHA
NIM. 22.96.3314

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:

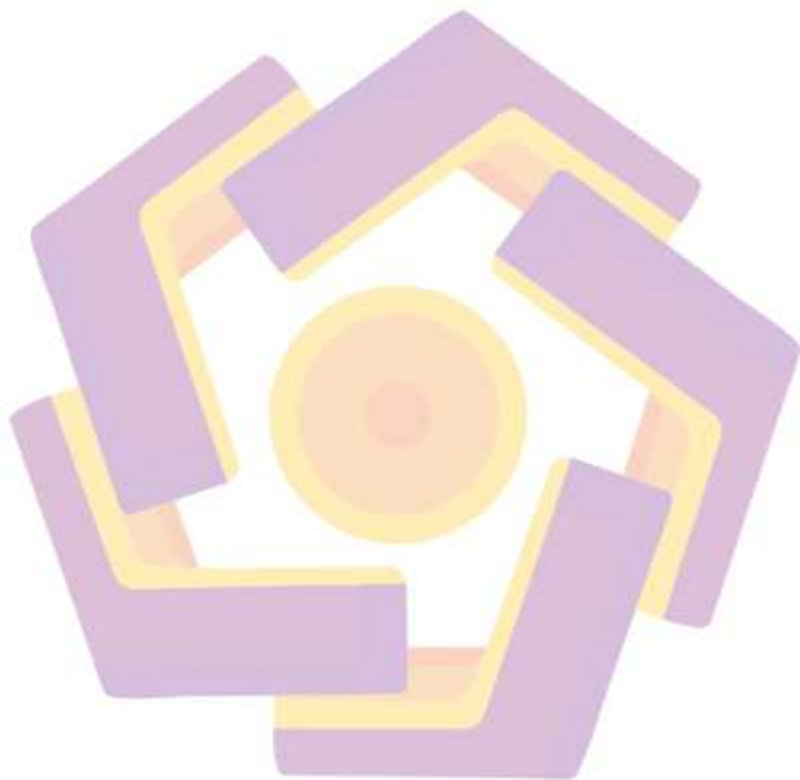
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Riva Agusta, S.I.P. M.A (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Ibu Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan dan masukan yang diberikan menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus belajar, memperbaiki diri, dan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya
5. Kepada kedua orang tua penulis yang tercinta, Bapak Lulut dan Ibu Eka, yang mungkin tidak merasakan bangku pendidikan tinggi, namun dengan keteguhan hati, kerja keras, dan doa yang tidak pernah putus mampu mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Setiap langkah dalam perjalanan pendidikan ini tidak pernah terlepas dari pengorbanan, keringat, dan harapan yang Bapak dan Ibu titipkan dengan penuh cinta. Penulis menyadari bahwa pencapaian ini bukan hanya tentang gelar, melainkan tentang perjuangan panjang yang Bapak dan Ibu lalui demi masa depan anaknya. Jika hari ini penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, itu karena ada doa yang selalu menguatkan dan kasih sayang yang tak pernah berkurang. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud terima kasih terdalam, sebagai bukti bahwa segala lelah dan pengorbanan Bapak Lulut dan Ibu Eka tidak pernah sia-sia, dan sebagai langkah awal untuk membahagiakan Bapak dan Ibu.
6. Untuk Aqilah, Audel, dan Anisa, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan serta semangat yang selalu kalian berikan, terutama saat penulis merasa tidak percaya pada kemampuan diri sendiri. Kehadiran kalian membuat proses ini terasa lebih ringan dan penuh makna.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. <i>Public Relations</i> (PR)	4
B. Strategi <i>Public Relations</i>	4
C. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	5
D. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)	5
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	7
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	10
A. Hasil Temuan	10
1. Riset dan Perencanaan Program TJSL Bina Lingkungan	10
2. Pelaksanaan Program TJSL Bina Lingkungan.....	10
3. Komunikasi dan Publikasi Program TJSL Bina Lingkungan	14
4. Evaluasi Pelaksanaan Program TJSL Bina Lingkungan	17
5. Citra Perusahaan PT KAI DAOP 3 Cirebon Melalui TJSL Bina Lingkungan.....	18
B. Pembahasan.....	20
BAB V PENUTUP.....	23
DAFTAR PUSTAKA.....	25

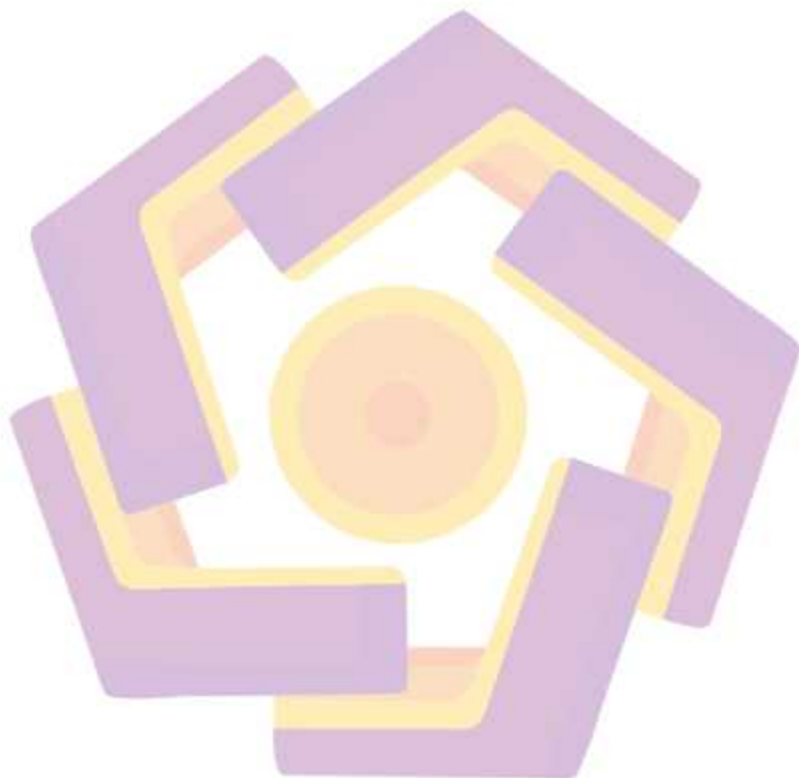
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Subjek Penelitian	7
----------------------------------	---



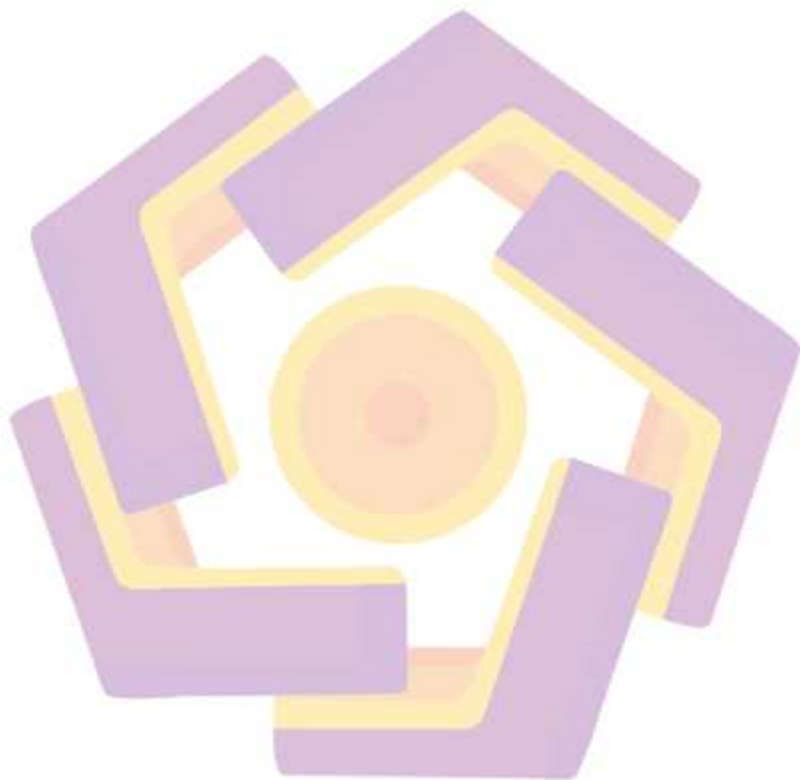
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Publikasi Program TJSL KAI <i>Edufriend</i>	10
Gambar 2. Publikasi Program TJSL KAI <i>Go, Green</i>	11
Gambar 3. Publikasi Program TJSL KAI Sar-I	11
Gambar 4. Publikasi Program TJSL	13
Gambar 5. Publikasi Program TJSL	13



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti Publikasi	21
Lampiran 2. Bukti <i>Letter Of Acceptance</i>	22
Lampiran 3. Proses Revisi di <i>Open Journal Systems (OJS)</i>	23
Lampiran 4. Hasil Turnitin	24
Lampiran 5. Narasumber Penelitian	25



ABSTRAK

Strategi *Public Relations* memiliki peran penting dalam mengomunikasikan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Bina Lingkungan sebagai upaya membangun citra perusahaan. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak Humasda dan masyarakat penerima manfaat, serta dokumentasi berupa laporan kegiatan, siaran pers, dan publikasi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humasda dilaksanakan secara terstruktur melalui tahapan riset dan perencanaan, pelaksanaan program, komunikasi dan publikasi, serta evaluasi. Komunikasi TJSL dilakukan melalui interaksi langsung dengan masyarakat, media massa, dan media sosial perusahaan. Strategi komunikasi yang bersifat humanis dan kontekstual membuat program TJSL tidak hanya dipahami sebagai penyaluran bantuan, tetapi sebagai bentuk kepedulian dan komitmen sosial perusahaan. Hal tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya citra positif PT KAI DAOP 3 Cirebon sebagai perusahaan yang peduli, transparan, dan bertanggung jawab kepada lingkungan dan sosial yang berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi Humas, TJSL, Citra Perusahaan, KAI DAOP 3 Cirebon



ABSTRACT

Public Relations strategies play an important role in communicating corporate social responsibility as an effort to build a corporate image. This study adopts a constructivist paradigm using a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the regional Public Relations unit and beneficiary communities, supported by documentation such as activity reports, press releases, and media publications. The findings indicate that the communication strategy was implemented in a structured manner through stages of research and planning, program implementation, communication publication, and evaluation. TJSL Communication was carried out through direct interaction with the community, mass media, and the company's social media platforms. A humanistic and contextual communication approach enabled the TJSL program to be perceived not merely as the distribution of assistance, but as an expression of corporate care and social commitment. This approach contributed to the formation of a positive image of PT KAI DAOP 3 Cirebon as a company that is socially responsible, transparent, and committed to sustainable social and environmental development.

Keywords: *Public Relations Strategy, Corporate Social Responsibility, Corporate Image, KAI DAOP 3 Cirebon.*

