



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**MANAJEMEN STRATEGI HUMAS PT KAI WISATA DALAM  
UPAYA *BRANDING* KERETA PANORAMIC**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**SHAFAA SALSABILA**

**213516516575**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
AGUSTUS 2025**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

***STRATEGIC PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT OF PT KAI WISATA  
IN BRANDING THE PANORAMIC TRAIN***

***THESIS***

**Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of  
Communication Science degree**

**SHAFAA SALSABILA**

**213516516575**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
AUGUST 2025**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Shafaa Salsabila  
NPM : 213516516575  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Humas PT KAI Wisata Dalam Upaya *Branding* Kereta Panoramic  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional  
**Disahkan**  
Jakarta, 04 September 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Abs Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shafaa Salsabila  
NPM : 213516516575  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Strategi Humas PT KAI Wisata dalam Upaya  
*Branding Kereta Panoramic*  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional

**Disetujui untuk diujikan**

Jakarta, 05 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Djudjur Luciana Radjaguguk., S.Sos., M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shafaa Salsabila  
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516575  
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations  
Judul : Strategi Humas PT KAI Wisata dalam Upaya *Branding* Kereta Panoramic

Dengan tulus dan jujur, saya menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penyajian yang sepenuhnya berasal dari usaha dan karya saya sendiri. Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 05 Agustus 2025  
Yang membuat pernyataan,

  
Shafaa Salsabila

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Shafaa Salsabila  
NPM : 213516516575  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Humas PT KAI Wisata Dalam Upaya  
*Branding Kereta Panoramic*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Angga Sulaiman, S.AP., M.AP. (.....)

Penguji I : Drs. Masnah, M.Si. (.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si. (.....)



Jakarta,  
04 September 2025

## ABSTRAK

Nama : Shafaa Salsabila  
NIM : 213516516575  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations  
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Humas PT KAI Wisata dalam Upaya *Branding* Kereta Panoramic  
Pembimbing : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Inovasi transportasi wisata seperti Kereta Panoramic hadir sebagai respons terhadap tren perjalanan berbasis pengalaman yang semakin diminati wisatawan pasca pandemi, namun upaya membangun citra layanan ini masih menghadapi tantangan dalam penyampaian pesan *branding* secara merata kepada publik. **Tujuan penelitian** ini untuk mengetahui strategi Humas PT KAI Wisata dalam upaya *branding* Kereta Panoramic. **Teori** yang digunakan Manajemen Klasik Henri Fayol yang mencakup lima fungsi utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengawasan. **Metode penelitian** yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. **Hasil penelitian** bahwa strategi komunikasi Humas PT KAI Wisata dalam upaya *branding* Kereta Panoramic dengan melakukan secara maksimal media sosial sebagai kanal utama, *visual storytelling* digunakan untuk membangun keterikatan emosional audiens terhadap pengalaman perjalanan yang ditawarkan, bukan sekedar fitur produk layanan. **Kesimpulan** bahwa strategi komunikasi Humas PT KAI Wisata dalam upaya *branding* Kereta Panoramic berhasil membangun citra sebagai bagian dari gaya hidup wisata yang estetik dan menyenangkan melalui *visual storytelling* dan *emotional appeal* yang terintegrasi, dijalankan secara kolaboratif, adaptif, serta tepat waktu untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens.

**Kata Kunci:** Strategi, Humas PT KAI Wisata, Upaya *Branding*

## ABSTRACT

Name : Shafaa Salsabila  
NIM : 213516516575  
Study Program : Communication Science / Public Relations  
Skripsi Title : Strategic Public Relations Management of PT KAI Wisata  
in Branding the Panoramic Train  
Supervisor : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Tourism transportation innovations such as the Panoramic Train have emerged as a response to the growing trend of experience-based travel increasingly favored by tourists in the post-pandemic era. However, efforts to build the service's brand image still face challenges in delivering consistent branding messages to the public. This study aims to explore the public relations strategy of PT KAI Wisata in the branding efforts of the Panoramic Train. The research adopts Henri Fayol's Classical Management Theory, which includes five main functions: planning, organizing, directing, coordinating, and controlling. The method used in this study is descriptive qualitative, with data collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation. The findings show that PT KAI Wisata's communication strategy utilizes social media as the primary channel, with visual storytelling employed to foster emotional engagement by highlighting the travel experience rather than just the product features. The study concludes that the public relations strategy of PT KAI Wisata has successfully established the Panoramic Train's brand image as part of an aesthetic and enjoyable travel lifestyle through integrated visual storytelling and emotional appeal, carried out in a collaborative, adaptive, and timely manner to create a strong emotional connection with the audience.

**Keywords:** Strategy, Public Relations of PT KAI Wisata, Branding Efforts

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Humas PT KAI Wisata Dalam Upaya *Branding* Kereta Panoramic”. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi dalam jenjang Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta arahan dari berbagai pihak. Namun, berkat doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Wakil Rektor Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Akademik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Akademik Universitas Nasional
5. Angga Sulaiman, S.IP., M.AP., Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Kemahasiswaan Universitas Nasional,
6. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Nursatyo, S.Sos., M.Si., Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si., Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar membimbing, memberikan arahan, masukan berharga, serta semangat di setiap proses penulisan skripsi ini. Terima Kasih atas waktu, perhatian, dan dedikasi yang Ibu berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
9. Azizah Des Derivanti, S.I.Kom., M.I.Kom., Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan akademik sejak semester awal hingga akhir.

10. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengalaman berharga selama masa studi penulis.
11. Staff Sekretariat FISIP Universitas Nasional yang telah berdedikasi membantu mengurus keperluan administrasi dari awal perkuliahan hingga tugas akhir.
12. Staff Humas PT KAI Wisata, yang telah memberikan izin dan dukungan dalam pengambilan data untuk penelitian ini.
13. Kepada Ayahanda Sriyono dan Ibu Isma Suharyati, terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, doa, dukungan moral, tenaga, serta pengorbanan materi yang tiada henti.
14. Kepada Saudari kandung Eka Kharisma Putri dan Keyla Pelangi Ramadhani, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang selalu menguatkan penulis di setiap langkah.
15. Kepada sahabat-sahabat terdekat, Dennis Ilham Illahi, Nurhaliza, Ardza Luna, Salwa Fitriyani, Reyfan Arya, Muhamad Rayyan, Muhammad Fariz, dan Kamal Kharazi, terima kasih telah menemani penulis dalam suka dan duka selama perjalanan penyelesaian skripsi ini.
16. Untuk teman-teman seperjuangan di bangku perkuliahan, terima kasih atas dukungan tanpa henti sejak awal kuliah hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

06 Agustus 2025

Penulis



Shafaa Salsabila

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	6
1.3    Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4    Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	8
2.1.1    Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	10
2.2    Landasan Konseptual.....	13
2.2.1    Strategi.....	13
2.2.2    Humas.....	15
2.2.3    Upaya .....	19
2.2.4    Branding .....	20
2.2.5    PT Kereta Api Indonesia Wisata .....	22
2.3    Landasan Teori.....	24
2.3.1.    Teori Manajemen Henry Fayol .....	24
2.4    Kerangka Pemikiran.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1    Paradigma Penelitian.....	32

3.2	Pendekatan Penelitian .....	33
3.3	Sumber Data.....	34
3.3.1	Data Primer .....	36
3.3.3	Data Sekunder .....	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4.1	Observasi Partisipasi ( <i>participant observer</i> ) .....	36
3.4.2	Wawancara Mendalam ( <i>in-depth interview</i> ).....	38
3.4.3	Dokumentasi.....	40
3.5	Teknik Analisis Data .....	42
3.5.1	Reduksi Data.....	42
3.5.2	Penyajian Data.....	43
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	44
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
3.8	Informan Penelitian.....	46
3.9	Profile Informan.....	47
3.9.1	Riesta Junianti .....	48
3.9.2	Igniatus Loyola Brama Kusuma Setia Putra.....	50
3.9.3	Arief Rahman Hakim.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero) .....	54
4.1.2	Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	56
4.1.3	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	56
4.1.4	Sejarah PT Kereta Api Indonesia Wisata.....	57
4.1.5	Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia Wisata .....	58
4.1.6	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia Wisata .....	58

4.2	Analisis Strategi Humas dalam Upaya <i>Branding</i> Kereta Panoramic...	58
4.2.1	Perencanaan ( <i>Planning</i> ).....	58
4.2.2	Pengorganisasian ( <i>Organizing</i> ).....	61
4.2.3	Pengarahan ( <i>Commanding</i> ) .....	64
4.2.4	Pengkoordinasian ( <i>Coordinating</i> ) .....	66
4.2.5	Pengawasan ( <i>Controlling</i> ) .....	69
4.3	Analisis Konsep <i>Branding</i> Kereta Panoramic .....	71
4.3.1	Pesan utama untuk <i>branding</i> Kereta Panoramic .....	71
4.3.2	Strategi yang digunakan dalam upaya <i>branding</i> .....	73
4.3.3	Peran media sosial dalam upaya <i>branding</i> Kereta Panoramic.....	75
4.3.4	Evaluasi strategi dalam upaya <i>branding</i> .....	77
4.4	Pembahasan.....	79
4.4.1	Hasil analisis teori manajemen Henry fayol.....	79
	1. Perencanaan ( <i>planning</i> ) .....	79
	2. Pengorganisasian ( <i>organizing</i> ).....	81
	3. Pengarahan ( <i>commanding</i> ).....	83
	4. Pengkoordinasian ( <i>coordinating</i> ).....	84
	5. Pengawasan ( <i>controlling</i> ) .....	85
4.4.2	Hasil analisis pesan utama <i>branding</i> Kereta Panoramic.....	87
4.4.3	Hasil analisis strategi yang digunakan dalam upaya <i>branding</i> .....	89
4.4.4	Hasil analisis peran media sosial dalam upaya <i>branding</i> .....	90
4.4.5	Hasil analisis evaluasi strategi dalam upaya <i>branding</i> .....	92
	<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1	Kesimpulan .....	94
5.2	Saran .....	95
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>97</b>

<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>
1 Transkrip Wawancara.....	101
A. Wawancara <i>Key Informan</i> Riesta Junianti .....	101
B. Wawancara <i>Informan</i> Pendukung Brama Setia Putra .....	108
C. Wawancara <i>Informan</i> Pendukung Arief Rahman Hakim.....	110
2. Dokumentasi Wawancara Mendalam ( <i>in-depth interview</i> ).....	113
3. Dokumentasi <i>Boarding Face Recognition</i> .....	114
4. Dokumentasi <i>Luxury Lounge</i> .....	114
5. Dokumentasi Observasi Kereta Panoramic.....	115
6. Dokumentasi Observasi Partisipatif.....	116
7. Lembar Hasil Turnitin.....	120
8. Lembar SKPI .....	120



## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU .....	8
TABEL 3.1 INFORMAN PENELITIAN .....	46

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN .....	31
GAMBAR 3.1 FOTO RIESTA JUNIANTI.....	48
GAMBAR 3.2 FOTO IGNIATUS LOYOLA BRAMA.....	50
GAMBAR 3.3 FOTO ARIEF RAHMAN HAKIM.....	52
GAMBAR 4.1 LOGO PT KERETA API INDONESIA (PERSERO).....	54
GAMBAR 4.2 STRUKTUR ORGANISASI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO).....	56
GAMBAR 4.3 LOGO PT KERETA API INDONESIA WISATA .....	57
GAMBAR 4.4 STRUKTUR ORGANISASI PT KERETA API INDONESIA WISATA .....	58