BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peranan adalah bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena itu memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam berbagai situasi dan memainkan peran yang sesuai dengan situasi tersebut. Peranan dapat berupa peran sosial, peran profesional, atau peran dalam keluarga, masing-masing memiliki tujuan dan harapan yang berbeda. Dalam peranan, individu dapat menunjukkan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki, serta membangun hubungan dengan orang lain. Peranan juga dapat membantu individu untuk mengembangkan diri dan meningkatkan kualitas hidup, karena melalui peranan, individu dapat belajar dan mengembangkan kemampuan yang diperlukan untuk mencapai tujuan hidup.

Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, menjalankan suatu peranan. Pembedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya.

Peranan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan citra perusahaan, seperti yang sudah dijelaskan oleh staff Humas KAI bahwa peran humas adalah untuk membangun komunikasi yang informatif, transparan, dan akuntabel dengan masyarakat. Ini meliputi penyebaran informasi mengenai jadwal perjalanan kereta api, kebijakan baru, program KAI, dan tanggapan terhadap isu-

isu yang berkembang di masyarakat. merupakan Pelayanan terbaik yang diberikan kepada Masyarakat. diharapkan perusahaan tersebut akan memperoleh citra yang baik dan cenderung positif. Humas KAI berperan sebagai jembatan antara KAI dengan pelanggan. Humas KAI berupaya menangani keluhan pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah, mengelola media sosial KAI untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, menyebarkan informasi, dan membangun citra yang positif. Peran Humas KAI berperan penting dalam menangani krisis komunikasi yang dapat berdampak negatif terhadap citra KAI. Dengan citra yang positif dan informasi yang mudah diakses, masyarakat akan lebih tertarik menggunakan kereta api. Dengan menjalankan perannya secara efektif, Humas KAI dapat berkontribusi terhadap kemajuan KAI dan menjadikan kereta api sebagai pilihan transportasi yang diandalkan oleh masyarakat Indonesia.

Komunikasi menjadi hal penting bagi manusia maupun organisasi. Komunikasi adalah alat yang digunakan dalam berinteraksi antar individu dalam sebuah kehidupan bermasyarakat ataupun dalam kehidupan pada sebuah perusahaan atau organisasi. Setiap perusahaan ataupun organisasi dan lembaga pemerintahan memiliki bagian divisi yang bertanggung jawab pada tugasnya masing-masing. Penyampaian ataupun penyebaran informasi mengenai suatu perusahaan atapun lembaga perlu ditangani oleh bagian atau divisi yang berwenang langsung dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas untuk mempertanggung jawabkan informasi yang disebarkan dan membangun citra yang baik pada khalayak luas. Hubungan Masyarakat atau Public Relations merupakan suatu bagian yang menyatu dari suatu organisasi atau perusahaan yang memerlukan

keahlian berkomunikasi yang baik. Public Relations memiliki peran penting dalam sebuah perusahan. Public Relations merupakan sarana yang di gunakan perusahaan atau lembaga sebagai penghubung dengan publik baik internal maupun eksternal untuk menjalin komunikasi yang baik dan efektif. Seiring perkembangnya teknologi yang pesat dan semakin canggih. Public Relations turut terdampak yang mengakibatkan aktifitas mediator untuk menjebatani kepentingan oranisasi atau perusahaan dengan publiknya memerlukan sarana teknologi sehingga penyampaian informasi dapat di terima kepada khalayak. Public Relations memiliki peranan dalam membentuk citra suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut Ruslan (2001) tujuan dari hubungan masyarakat adalah menumbuhkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen, mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan, mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan hubungan masyarakat, efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek, dan mendukung bauran pemasaran. Penyebarluasan atau penyampaian informasi dapat dalam bentuk tertulis, lisan, atau melalui audio dan visual kepada publik baik internal maupun eksternal.

Berdasarkan hasil Obsevasi dengan staff Humas PT yang didapatkan oleh peneliti bahwasannya fungsi Humas KAI membangun komunikasi yang informatif, transparan, dan akuntabel dengan masyarakat. Humas KAI berupaya membangun citra positif KAI sebagai perusahaan transportasi yang handal, aman, nyaman, dan mengedepankan kepentingan pelanggan. Adapun tujuan dari Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berperan dalam meningkatkan kepuasan

pengguna jasa kereta api melalui penanganan keluhan yang efektif serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada Masyarakat. (Alan Darma,wawancara prapenelitian,28 April 2024)

PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau PT KAI (Persero) merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada bidang moda transportasi kereta api yang ada di Negara Indonesia. PT Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi satu-satunya perusahaan yang menyediakan jasa transportasi darat dan logistik moda perkeretaapian di Indonesia. Hal tersebut tidak lepas dengan hadirnya seorang staf humas yang terus berupaya mempertahankan citra perusahaan dengan melakukan beberapa kegiatan kehumasan salah satunya media monitoring untuk membangun serta menjaga citra perusahaan yang berguna untuk menjaga kepercayaan pihak konsumen atau pengguna layanan perkeretaapian Indonesia. Media monitoring adalah salah satu dari sekian hal yang di lakukan Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk mengatur publikasi di media massa. Kegiatan media monitoring yang dilakukan Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) dilakukan baik internal dan eskternal. Adapun tujuan diadakannya media monitoring untuk mengetahui isu-isu konteporer terkait perkeretaapian secara spesifik yang melibatkan media pilihan. Media monitring berguna untuk kepentingan perusahaan sebagai penentu strategi bisnis yang tepat untuk mewujudkan pelayanan terdepan dalam jasa transportasi. Tindakan pengawasan dan mepantauan media massa pada media cetak, televisi, dan daring (online). Pelaksanaan kegiatan media monitoring ini dapat dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan melalui Media cetak, media elektronik dan media

online adapun PT Kereta Api Indonesia (Persero) menyediakan media website pencarian tersendiri yang telah disiapkan perusahaan untuk mempermudah perusahaan dalam memonitoring segala publikasi.

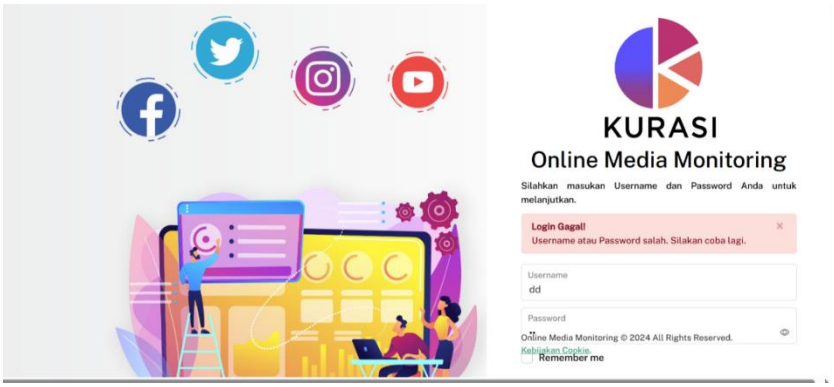
Media monitoring yang dilakukan Public Relations PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat media massa. Pada media cetak, media elektronik dan media online terdapat berbagai macam media pemberitaan yang mengangkat PT Kereta Api Indonesia sebagai topik isu yang sedang terjadi di khalayak. Media monitoring dilakukan Public Relations PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat dalam menganalisis publisitas yang beredar pada media massa yang nantinya hasil pantauan dan analisis akan dipergunakan untuk kepentingan perusahaan. Bentuk hasil dari media monitoring dapat membantu dalam menetukan stategi bisnis, ketertinggalan informasi, sarana dan prasaranan kereta api serta mengetahui informasi tentang posisi perusahaannya terhadap citra dibenak masyarakat dan konsumen. Media monitoring membantu perusahaan dalam merespon dan menanggapi isu yang terjadi di masyarakat ke media.

Media monitoring adalah proses melacak,memantau, dan menganalisis informasi yang muncul dalam media cetak , media sosial, media online dan platform online lainnya. Media online dalam proses melacak meliputi (1)google dan ,(2)youtube dengan adanya media online ini memudahkan humas PT KAI mencari informasi yang beredar, tentu saja selain media online yang digunakan humas KAI juga menggunakan media sosial yang meliputi (1)Twitter, (2)Instagram,dan (3) facebook, media sosial juga tentunya sangat memudahkan Humas KAI dalam mencari berbagai macam informasi yang beredar di

Masyarakat. Tentunya selain media online dan juga media sosial, humas PT KAI mempunyai platfrom online khusus yang dimiliki. Dengan melakukan media monitoring secara efektif, Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang opini, pandangan, dan tanggapan masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, media monitoring juga memungkinkan Humas PT Kereta Api Indonesia untuk mendeteksi isu negatif yang berkaitan dengan perusahaan secara cepat. Bahwasannya seringkali perusahaan kerap mendapat pemberitaan negatif, Pemberitaan negatif belakangan ini mencakup berita yang menimbulkan kekecewaan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero). Salah satu contohnya adalah pemberitaan tentang Recruitment oleh PT Kereta Api Indonesia yang dianggap sebagai tipuan oleh perusahaan tersebut. Kabar ini telah menimbulkan kebingungan dan ketidakpercayaan di kalangan calon pelamar dan masyarakat umum. PT KAI, sebagai perusahaan besar yang dikenal luas, tentu saja mengharapkan pemberitaan yang akurat dan berimbang, namun pemberitaan yang tidak benar dapat merusak reputasi perusahaan dan memengaruhi citra mereka di mata publik.

> “proses media monitoring melibatkan sistem dan server, akan muncul kemungkinan aplikasi akan mengalami server down, maintenance,gangguan teknis lainnya. Serta akurasi dalam pemantauan berita tidak selalu tepat. Karena ada kendala teknis” (Alan Darma,wawancara prapenelitian, 28 April 2024)

Gambar 1. 1
Kurasi Online Media Monitoring



Sumber :PT Kereta Api Indonesia

Dalam pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya Dalam proses media monitoring, keterlibatan sistem dan server menjadi hal yang tidak terhindarkan. muncul pula kemungkinan bahwa aplikasi yang digunakan dalam proses tersebut akan mengalami gangguan seperti server down, kebutuhan akan maintenance, dan berbagai gangguan teknis lainnya. Hal ini merupakan tantangan yang perlu dihadapi secara berkala dalam menjaga kelancaran operasional sistem monitoring. Selain itu, penting untuk diingat bahwa meskipun proses monitoring dilakukan dengan seksama, tingkat akurasi dalam pemantauan berita tidak selalu dapat dijamin tepat. Faktor-faktor seperti kendala teknis dapat mempengaruhi keakuratan informasi yang diperoleh dari proses monitoring,

Citra perusahaan di kalangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjaga kepercayaan publik, meningkatkan daya tarik serta memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan. Citra perusahaan adalah gambaran atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat, pelanggan, investor, dan stakeholder lainnya terhadap perusahaan.

Kinerja yang baik oleh Humas PT Kereta Api Indonesia akan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola. Menurut Soemirat dan Adianto (2007) bahwa citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi Menurut Kasali (2003), citra perusahaan adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan, dalam sebuah perusahaan mampu memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata publik

Untuk itu berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Peranan Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitorimg Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan di Kalangan BUMN Bandung"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti membagi rumusan masalah maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini, menjadi masalah makro dan rumusan masalah mikro.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah makro sebagai berikut " Bagaimana peranan humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat dalam mempertahankan citra perusahaan di kalangan BUMN Bandung"

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana **Tahap Pencarian Data** Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan BUMN Bandung?
2. Bagaimana **Tahap Perencanaan** Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung?
3. Bagaimanaa **Tahap Komunikasi** Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung?
4. Bagaimana **Tahap Evaluasi** Humas PT Kereta Api indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber media mengenai " Peranan Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahan di Kalangan BUMN Bandung"

1.3.2 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui **Tahap pencarian Data** Humas PT Kereta Api indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung
2. Untuk mengetahui **Tahap Perencanaan** Humas PT Kereta Api indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung
3. Untuk mengetahui **Tahap Komunikasi** Humas PT Kereta Api indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung
4. Untuk mengetahui **Tahap Evaluasi** Humas PT Kereta Api indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di kalangan BUMN Bandung

1.4 Kegunaan penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan dapat memberikan suatu kegunaan bagi pihak yang berkaitan. Adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari segi teoris dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan peneliti ini bisa berguna dalam mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan kehumasan. Dan dapat memperdalam pengetahuan dan teori mengenai informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan, penelitian ini juga memiliki kegunaan lain yaitu:

1. Kegunaan Bagi peneliti

   Kegunaan bagi peneliti adalah sebagai salah satu bentuk peneliti. Penelitian ini diharapkan dapet memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi penelitian, khususnya mengenai ilmu komunikasi terutama humas dalam mengimplementasikan keterbukaan informasi public di perusahaan.

2. Kegunaan Bagi Akademik

   Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (Unikom) secara umum dan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi sebagai literatur, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama

1.4.3 Kegunaan Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapet memberikan pemikiran dan pengembangan dalam perencaan serta evaluasi bagi Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Bandung dan dapat mempertahankan citra perusahaan.

1.4.4 Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Bandung untuk bisa diketahui oleh masyarakat serta memberikan wawasan.