

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi humas dirancang untuk menangani masalah yang dihadapi oleh perusahaan dengan membuat suatu program atau media informasi yang berguna sebagai bahan sosialisasi yang dijalankan oleh humas, Humas saat ini sangat diharapkan dengan berbagai permasalahan yang sedang terjadi diseluruh dunia yakni pandemi covid-19, berbagai hambatan yang mempengaruhi dalam menyelesaikan pekerjaan, namun tidak terlepas bagaimana seorang publik relation dapat mempertahankan citra perusahaan itu sendiri, yang sangat berdampak terhadap keberlangsungan perusahaan dengan berbagai tantangan merubah kegiatan yang biasa melakukan pekerjaan secara *offline* kini menjadi *online* sehingga seorang humas dituntut menciptakan strategi yang tepat dan efektif untuk menyelesaikan suatu konflik atau permasalahan yang sedang terjadi didalam perusahaan itu sendiri.

Hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen untuk mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak

sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Gassing et al., 2016)

Selain itu juga peran dan fungsi humas adalah melakukan kegiatan komunikasi dua arah yakni menjembatani komunikasi dari pihak manajemen dan eksternal begitu juga sebaliknya, termasuk jika perusahaan mengalami krisis humas menjadi garda terdepan mengingat fungsi sebagai *back-up manajemen*.

(Ardhoyo, 2013)

Humas memiliki 2 peran, pertama peran teknis dan kedua peran manajerial. Salah satu peran, yaitu peran manajerial berfungsi untuk membantu *manajemen* dalam proses identifikasi dan juga menyelesaikan sebuah permasalahan. *Problem Solving Facilitator* adalah salah satu peran seorang Humas. Hal tersebut menjelaskan bahwa seorang Humas (*Public Relation*) memiliki peran sebagai fasilitator penyelesaian masalah. (Krisyantono, 2014)

Di masa pandemi covid-19 media informasi sangat dibutuhkan oleh pihak eksternal di mana masyarakat sulit mendapatkan informasi dikarenakan dilakukannya *sosial distancing* dan isolasi mandiri yang menghambat masyarakat dalam berinteraksi satu sama lain sehingga peran humas sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada khalayak/pihak eksternal, proses ini dilakukan oleh pihak PT. KERETA API INDONESIA dengan membina hubungan baik dengan masyarakat agar mendapat kesepahaman mengenai informasi perkeretaapian.

PT. Kereta Indonesia (Persero) suatu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang penyedia transportasi negara, dengan adanya pandemi covid-19 menimbulkan dampak *negative* terhadap berbagai sektor terutama sektor transportasi, yang menjadi penghalang masyarakat untuk melakukan kegiatan menggunakan transportasi umum, banyak transportasi umum yang mengalami penurunan penumpang terutama transportasi kereta api. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat penurunan kereta api sebesar 10, 53 persen pada bulan september yakni hanya 11, 43 juta (Merdeka. com, 2/11/2020).

Kementerian Perhubungan (Kemenhub) Republik Indonesia menerbitkan peraturan Menteri Perhubungan Nomor 18 Tahun 2020 tentang pengendalian transportasi dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19, dalam aturan tersebut untuk seluruh wilayah di Indonesia, pengendalian jumlah transportasi yang beroperasi pada wilayah yang ditetapkan dan sedang menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), terkait peraturan ini mencakup terkait penumpang kendaraan umum dan prasarana transportasi baik transportasi darat, kereta api, laut serta udara.

Namun setelah diterapkannya PPKM darurat, menurut VP Public Relations KAI Joni Martinus, transportasi kereta api mencatat mengalami penurunan jumlah pelanggan api jarak jauh hingga 69% atau 11.864 pelanggan pada 3 juli 2021, dibandingkan rata-rata harian jumlah pelanggan pada bulan juni 2021 yaitu sebesar 38.282 pelanggan, selain itu juga jumlah pelanggan kereta api local juga mengalami penurunan 67% pada masa PPKM darurat (merdeka. com, 11/7/2021).

Menurut VP Public Relations KAI Joni Martinus juga menyampaikan dengan diberlakukannya aturan STRP jumlah pelanggan kereta api lokal mengalami penurunan secara drastis 69% pada 5 Juli 2021. Penurunan jumlah pengguna kereta api lokal akibat masyarakat tidak melakukan aktivitas menggunakan transportasi umum (Kereta-api. info 14/7/2021).

Badan Pusat Statistik (BPS) mengumumkan bahwa jumlah penumpang kereta api mengalami kenaikan pada Januari 2022 berjumlah 1,7% atau 17,74 juta pengguna kereta api dari bulan Desember 2021. Ini tidak terlepas dari pola mobilitas penduduk yang semakin membaik sehingga masyarakat dapat menggunakan transportasi umum (Kereta-api. info 2/3/2022).

Selain itu juga Badan Pusat Statistik mencatat kenaikan jumlah penumpang 48,76% atau 19,44 juta pengguna pada bulan Maret 2022 dibandingkan bulan Februari hanya 13,07 juta pengguna kereta api. Menurut pihak KAI masyarakat tidak perlu khawatir menggunakan transportasi umum karena KAI selalu menerapkan protokol kesehatan bagi para pelanggan sejak awal pandemi covid-19 (katadata. co. id 10/5/22).

Peran dan fungsi humas di masa Pandemi sangat diperlukan hal ini bertujuan agar khalayak tetap mengetahui dan merasakan mengenai informasi terkait transportasi perkeretaapian. Humas tetap harus memelihara komunikasi yang baik antara perusahaan dan *publiknya* serta melayani kepentingan *public* dengan baik. Humas juga harus menunjukkan perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik. (Krisyantono, 2015)

Peran dan fungsi humas dapat terwujud melalui beberapa strategi-strategi yang dilakukan oleh humas, strategi-strategi tersebut dapat dibuat menyesuaikan permasalahan atau kebutuhan salah satu strategi humas yang dilakukan yaitu menjalin hubungan baik dengan pihak Publik eksternal salah satunya dengan *Railfans* yang berperan penting dalam membantu memberikan informasi terkait perkeretaapin kepada khalayak/masyarakat sehingga masyarakat mengetahui informasi-informasi terbaru terkait perkeretaapian.

RailFans merupakan sekumpulan orang yang menyukai atau mencintai hal yang berkenaan tentang perkeretaapian, berawal munculnya *Railfans* karena timbul rasa suka dari bentuk, suara dan hobi menggunakan transportasi kereta api, sehingga timbul rasa cinta kepada kereta api dan ingin berkontribusi yang lebih untuk kereta melalui *Railfans*. *Railfans* membantu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara masif dengan menyampaikan informasi-informasi terbaru mengenai perkeretaapian melalui *social media Instagram* atau grup *whatsapp*, selain itu juga membantu mengsosialisasikan keamanan perjalanan kereta api salah satunya tertib di perlintasan kereta api.

Publik adalah sekelompok orang yang memiliki kepentingan atau kepedulian yang sama). Kepentingan atau kepedulian adalah baik organisasi maupun publik sama-sama memiliki suatu kepentingan akan sesuatu hal. Kepentingan publik terhadap organisasi bersifat khusus dan spesifik sehingga setiap organisasi memiliki publiknya sendiri yang acap kali berbeda dengan publik organisasi yang lain.

Kontribusi dan peran humas diantaranya adalah membina hubungan baik dan harmonis antara organisasi dengan publiknya. Publik dapat diartikan sebagai public internal yaitu publik yang menjadi bagian dari organisasi itu sendiri. Sedangkan public external adalah publik umum yakni masyarakat.

Publik eksternal adalah pihak yang mempunyai hubungan atau keterkaitan langsung dengan organisasi karena itu menjalin komunikasi yang baik dengan mereka merupakan keharusan. Setiap organisasi hendaknya memiliki strategi khusus, guna menjalin komunikasi dengan para publik eksternal tersebut (Soyusiawaty et al., 2016)

Strategi humas menurut Cutlip dalam Mukarom dan Laksana (2015) strategi perencanaan di bidang humas meliputi:

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
2. Melakukan identifikasi khalayak penentu.
3. Menerapkan kebijakan atau aturan untuk melakukan strategi yang akan dipilih Memutuskan strategi yang akan dilakukan.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai komunikasi organisasi khususnya strategi humas, dengan judul penelitian **“Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Kerjasama Dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian yaitu rumusan masalah makro dan rumusan masalah mikro?

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan Masalah makro dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Kerjasama Dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Rumusan masalah mikro dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana **Tahap Identifikasi Masalah** yang dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana **Perencanaan Program** Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19?
3. Bagaimana **Aksi dan Komunikasi** yang dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19?
4. Bagaimana **Evaluasi Program** Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19?

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian

Maksud dan Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan mengenai Bagaimana Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti maka dapat disampaikan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana **Tahap Identifikasi Masalah** yang dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui **Perencanaan Program** Humas PT. Kereta Api Indonesia melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui **Aksi Dan Komunikasi** yang dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19.

4. Untuk Mengetahui Bagaimana **Evaluasi Program** humas PT. Kereta Api Indonesia melalui kerjasama dengan *Railfans* Dalam Mengoptimalkan Penggunaan Transportasi Kereta Api Setelah Pandemi Covid-19.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat agar penelitian ini dapat dijadikan pengembangan pengembangan ilmu komunikasi secara umum khususnya mengenai strategi humas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a) Bagi Universitas Komputer Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Unikom sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama serta memberi kontribusi untuk pengembangan ilmu serta menambah wawasan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

b) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas dibidang komunikasi khususnya komunikasi organisasi, dan menambah pengetahuan dibidang humas khususnya terkait strategi humas.

c) Bagi perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan dalam strategi humas serta evaluasi bagi divisi humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat.