

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia adalah makhluk sosial yang artinya tidak bisa hidup tanpa adanya kehadiran orang lain, manusia saling berinteraksi satu sama lain untuk kepentingan yang sama maupun kepentingan yang berbeda, saling bertukar pikiran dan pendapat untuk menyatukan pemikiran mereka. Untuk kebutuhan semua itu tak terlepas dari adanya komunikasi yang terjadi antar individu dan individu lainnya dengan kelompok manusia itu sendiri. Dengan berkomunikasi manusia dapat memahami orang lain dengan caranya sendiri. Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981:18) dalam bukunya yang menyatakan bahwa : *“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”*. (Marhaeni Fajar, 2009:32).

Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (2005) menyatakan, bahwa komunikasi publik berfungsi sebagai kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran. Komunikasi publik bertujuan untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedulian yang mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Judy Pearson dan Paul Nelson menjelaskan komunikasi publik atau public speaking sebagai proses yang menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber menyampaikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi nonverbal yang bisa berupa tanya jawab. Dalam komunikasi publik, sumber komunikasi menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada

penerima pesan untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Pada waktu tertentu, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali (Pearson dkk, 2009 : 20). Dari pengertian tersebut, terlihat bahwa komunikasi publik merupakan salah satu konteks komunikasi yang menekankan sumber pesan dimana seseorang bertanggung jawab dalam proses penyampaian informasi kepada penerima pesan maupun khalayak. Komunikasi publik merujuk pada kampanye komunikasi yaitu kegiatan yang menggunakan bermacam-macam teori dan strategi komunikasi untuk mempengaruhi khalayak luas dengan beberapa cara yang dapat diukur. Komunikasi publik juga merujuk pada *public speaking* yang berperan penting dalam berbagai bidang dalam kehidupan kita, contohnya dalam bidang pendidikan, profesional, politik, dan lain sebagainya. *Public speaking* biasanya mengupas hal-hal yang berkaitan dengan cara berbicara di depan khalayak umum seperti bagaimana cara menyusun pesan informatif maupun pesan persuasif kepada khalayak.

Public Relations adalah komunikator yang berada diantara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai khalayak publik, mereka memiliki hak untuk mengetahui apa saja rencana program kerja, aktivitas organisasi, kebijaksanaan organisasi, dan rencana-rencana usaha suatu organisasi/perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan, dan sesuai dengan keinginan publik sarannya (Ruslan, 2003: 14-15). “*Seorang PR tidak hanya harus mempunyai technical skill dan managerial skill dalam keadaan normal, tapi PR juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan (crisis of trust) dan penurunan citra (lost of image) yang terjadi*” (Ruslan, 2006: 247).

Public Relations merupakan sebuah usaha yang memang dilakukan dan direncanakan secara berkaitan untuk menciptakan sebuah pengertian diantara

lembaga/institusi dengan masyarakat, sebuah seni maupun ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensi, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Public relations merupakan segala bentuk kontak dan relasi yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk “publik” baik internal ataupun eksternal, hubungan ini meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingat juga, bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi, atau dialog dengan pihak – pihak yang berhubungan, dan unsur – unsur yang ada di dalamnya (hubungan masyarakat) meliputi: fungsi manajemen, fungsi komunikasi, fungsi penelitian dan penilaian, fungsi yang dirancang untuk meningkatkan saling pengertian, keserasian, dan masukan yang demokratis ke dalam suatu proses pengambilan keputusan. Humas bukan merupakan alat bisnis ataupun politik, tetapi alat manajemen. Humas bukan pula suatu bentuk reklame ataupun jurnalisme, meskipun baik advertensi atau reklame dan teknik jurnalistik merupakan alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi dalam humas.

PT. Kereta Api Indonesia memiliki unit bernama PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumen) dalam melakukan komunikasi publik, yang bertugas untuk memberikan dan menyebarkan data yang bersifat umum, PPID juga bertugas untuk memberikan data bagi para pemohon data yang bersifat internal. PPID juga sangat berhati-hati dalam memberikan informasi perusahaan kepada publik. Jika informasi yang diminta dirasa tidak bisa di sebarluaskan dan mengancam identitas perusahaan, maka permintaan informasi tersebut tidak akan dikabulkan. Sebelum kita bisa mendapatkan data yang diinginkan dari PT KAI, ada beberapa alur yang harus dipenuhi. Kita bisa

datang langsung ke kantor pusat PT KAI (secara *offline*) dan bisa juga melalui *website* PPID PT KAI yang bernama *e-PPID PT KERETA API INDONESIA* (secara *online*). Perkembangan ilmu pengetahuan teknologi dan informasi merupakan fenomena yang selalu bergerak dan berjalan dengan sangat pesat. Teknologi informasi dapat memudahkan manusia dalam beraktifitas atau mencari berbagai informasi yang beredar di dunia maya. Dengan berkembangnya pengetahuan tentang teknologi informasi tersebut, kita sebagai masyarakat harus cepat dalam menyikapi hal tersebut. Dalam bidang ini juga dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten, agar mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan juga mampu untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam proses komunikasi publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia, ada beberapa fenomena yang terjadi seperti contohnya hambatan yang terjadi pada saat proses komunikasi publik itu sendiri.

PT Kereta Api Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang asalnya dari kekayaan negara yang telah dipisahkan. BUMN memiliki beberapa macam atau jenis bentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Badan Usaha Milik Negara terdiri dari dua, yaitu badan usaha perseroan (persero) dan badan usaha umum. PT Kereta Api Indonesia termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara Perseroan.

PT Kereta Api Indoneisa (Persero) telah meraih empat kategori penghargaan Anugerah Humas Indonesia (AHI) pada tahun 2019. AHI adalah ajang penghargaan yang biasanya diberikan atas prestasi hasil karya Humas Pemerintah/ Lembaga/ BUMN/ BUMD/ Perguruan Tinggi Negeri seluruh Indonesia, tujuannya untuk mendorong semangat kompetisi positif memperkuat peran Humas Pemerintah dalam melakukan diseminasi informasi

terkait program Pemerintah kepada masyarakat. KAI berhasil meraih penghargaan Gold Winner untuk Ruang Pelayanan Informasi Publik Terinovatif, Silver Winner untuk Pengelolaan dan Penyajian Informasi Publik Terinovatif, Bronze Winner untuk Laporan Pelayanan Informasi Publik Terinovatif, serta yang paling membanggakan KAI mendapat penghargaan kategori BUMN Terpopuler di Media Online Tahun 2019.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (disingkat menjadi KAI atau PT. KAI) merupakan Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa khususnya angkutan kereta api. Layanan PT KAI meliputi angkutan penumpang dan barang. PT KAI memiliki kantor pusat di Bandung, Jawa Barat. Struktur *Public Relations* PT KAI ini memiliki beberapa unit, diantaranya yaitu; USPC (Corporate and Image Care), USPE (Eksternal), USPI (Internal), USPM (Media), dan USPP (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumen yang biasanya disingkat menjadi PPID).

PPID PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau PT KAI terbentuk pada tahun 2010, yang diatur melalui Surat Keputusan (SK) Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor: KEP. U/OT.003/VI/3/KA-2010 tentang Perubahan dan Tambahan (P&T) atas Keputusan Direksi Nomor: KEP/U/OT.003/VI/1/KA-2009 tanggal 5 Juni 2009 tentang Organisasi dan Tata laksana Sekretariat Perusahaan di Lingkungan Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero). Unit organisasi di bidang Keterbukaan Informasi Publik di lingkungan PT KAI ini ditangani oleh Manager Public Information Care yang secara struktur berada di bawah Vice President Public Relations yang berada di bawah garis komando Executive Vice President Corporate Secretary (EVP Sekretaris Perusahaan). PPID Pusat PT KAI mempunyai tugas pokok dan tanggung jawab atas pengelolaan informasi publik yang mencakup penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan/atau pelayanan informasi terhadap pengguna informasi publik. Sedangkan PPID di daerah melekat pada

Manager Humas daerah sesuai wilayah kewenangannya , ada 13 Manager Humas daerah (9 Daop dan 4 Divre) di seluruh PT KAI. Seluruh aturan perusahaan yang mengatur tentang pembentukan PPID di PT KAI ini mengacu pada Undang-undang No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dengan adanya Undang-undang tentang Keterbukaan Informasi Publik, sangat penting sebagai landasan hukum yang berkaitan dengan hak setiap orang untuk memperoleh Informasi; kewajiban Badan Publik menyediakan dan melayani permintaan Informasi secara cepat, tepat waktu, biaya agar ringan/proporsional, dan cara sederhana; pengecualian bersifat ketat dan terbatas; kewajiban Badan Publik untuk membenahi sistem dokumentasi dan pelayanan Informasi.

Pejabat yang Berwenang untuk Mengelola KIP

Struktur organisasi perusahaan PT KAI terbagi ke dalam 2 bagian, yaitu: lingkungan Kantor Pusat dan Lintas (Daerah Operasi/Divisi Regional) di Jawa dan Sumatera.

KANTOR PUSAT PPID PT. KERETA API INDONESIA

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) yang berwenang untuk mengelola Keterbukaan Informasi Publik di Kantor Pusat adalah Manager Public Information Care dengan nomenklatur USPP yang secara struktur unit ini berada dibawah Vice President Public Relations (USP), yang sekaligus menjadi atasan USPP. USPP mempunyai tugas pokok dan tanggung jawab atas pengelolaan informasi publik yang mencakup penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan/atau pelayanan informasi terhadap pengguna informasi publik.

LINTAS (DAERAH OPERASI & DIVISI REGIONAL)

Untuk lintas disebut juga sebagai Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Daerah (PPID Daerah). Pejabat yang berwenang untuk mengelola Keterbukaan Informasi Publik di lintas adalah Manager Hubungan Masyarakat Daerah (Humasda) yang secara struktur berada di bawah EVP/VP Daerah Operasional/ Divisi Regional (Daop/Divre), yang sekaligus juga menjadi atasan PPID Daerah. PPID Daerah bertugas membantu PPID Pusat dalam pengelolaan KIP di wilayah Daop/ Divre PT KAI. Standar Operasional Prosedur Keterbukaan Informasi Publik (SOP KIP) di Lingkungan PT KAI SOP KIP di PT KAI dibuat pada tahun 2010, melalui SK Direksi PT KAI No. Kep.U.HK.003/XII/1/KA-2010 tentang Standar Prosedur Operasional Keterbukaan Informasi Publik di Lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero), yang merupakan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis dalam melakukan pengelolaan informasi publik di lingkungan PT KAI, yang di dalamnya antara lain memuat tentang:

1. Pejabat yang berwenang untuk mengelola KIP
2. Daftar Informasi di Lingkungan PT KAI
3. Tata cara memperoleh informasi dan tata cara mengajukan keberatan
4. Sistem pengelolaan keadministrasian mengenai informasi publik

SK Direksi ini kemudian diperbarui (di-update) pada tahun 2018 melalui Peraturan Direksi (PD) PT KAI No. PER.U/KL.104/VI/1/KA-2018 mengenai Pedoman Pelayanan Informasi Publik. Pembaruan ini dilakukan untuk menyikapi kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai perkeretaapian yang terus meningkat dari tahun ke tahun dan untuk menyesuaikan perusahaan dengan perkembangan teknologi yang kini sudah serba digital. Sehingga dengan adanya pembaruan SOP KIP di PT KAI ini, maka pelayanan informasi kepada masyarakat semakin mudah, cepat, dan praktis. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa PT KAI sebagai salah satu badan

publik di Indonesia ikut melaksanakan amanat UU No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Hal ini dibuktikan dengan langsung mengimplementasikan amanat UU tersebut dalam kegiatan operasional perusahaan. Bahkan, pembentukan PPID dan SOP penyelenggaraan Keterbukaan Informasi Publik di PT KAI dilakukan sejak tahun 2010, yang berarti bahwa hal itu bertepatan dengan pemberlakuan UU No.14 tahun 2008 (karena UU ini diberlakukan 2 tahun setelah pengesahan). Hal ini merupakan salah satu bentuk kepatuhan perusahaan dalam melaksanakan aturan negara melalui pelaksanaan amanat UU No.14 tahun 2008 sebagai perwujudan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)



Gambar 1 Struktur Organisasi PPID Kantor Pusat PT. KAI

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada proses komunikasi publik yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia khususnya dalam unit PPID dalam mewujudkan keterbukaan dan pelayanan informasi publik yang benar, tepat waktu, dan bisa dipertanggung jawabkan oleh masyarakat.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses komunikasi publik yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia khususnya dalam unit PPID dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat?
2. Bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh unit PPID dalam menjalin *chemistry* dengan masyarakat luas, dan melaksanakan evaluasi terhadap hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi publik secara berkelanjutan dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal pada beberapa poin dibawah ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui proses komunikasi publik PT. Kereta Api Indonesia khususnya dalam unit PPID dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh unit PPID dalam menjalin *chemistry* dengan masyarakat luas, dan melaksanakan evaluasi terhadap

hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi publik secara berkelanjutan dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi pengembangan ilmu mengenai *public relations*, terutama dalam strategi komunikasi *public relations* dalam penyebaran informasi, data dan dokumen terhadap masyarakat luas.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian terkait, dan sebagai masukan dan acuan terhadap pengembangan pada bidang *Public Relations* khususnya unit Pejabat Pengelola Data dan Informasi (PPID) PT. Kereta Api Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan dituliskan dalam beberapa BAB dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang tinjauan teori dan bahasan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi uraian tentang bagaimana penelitian dilakukan, variabel penelitian, dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya yang meliputi deskripsi obyek penelitian, analisis data serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan pembahasan penelitian dan diharap memberi manfaat bagi PPID dan PT. Kereta Api Indonesia dikemudian hari.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif yang terfokus pada analisis deskriptif. Hasil penelitian ini berupa generalisasi karena mengedepankan subjektivitas dan langkah pengumpulan datanya dilakukan dengan analisis wawancara. Berikut tahapan penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 1 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	Desember 2019	Januari 2020	Februari 2020	Maret 2020	April 2020	Mei 2020	Juni 2020 – Oktober 2020	Januari 2021
Mencari fenomena dan topik yang menarik untuk diteliti	✓	✓						
Mencari dan mengumpulkan data dan referensi untuk mendukung tema yang diteliti		✓	✓					
Penyusunan Bab 1,				✓	✓	✓	✓	

2, 3								
Pengumpulan Desk Evlaluation							✓	
Revisi hasil dan melengkapi Bab 1, 2, 3								✓
Penyusunan Bab 4 dan 5								✓
Membuat jurnal sebagai syarat sidang								✓
Sidang akhir Penelitian								✓

