

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran humas pada sebuah perusahaan menjadi salah satu peran aktif dalam kegiatan publikasi pesan – pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Pesan yang ingin disampaikan PT. Kereta Api Indonesia adalah sebagai jasa penyediaan layanan transportasi darat yang aman, nyaman, efisien, dengan tujuan untuk meningkatkan citra positif perusahaan yang nantinya akan berdampak pada peningkatan jumlah pengguna atau pelanggan kereta api. Menurut *Public Relations Institute of Australia* (dalam Wibowo, 2020:118), “Hubungan masyarakat merupakan bentuk upaya yang dibuat secara sengaja, terencana, dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara pengertian satu sama lain antara perusahaan dan publik”. (Khairani et al., 2023)

Humas sebagai komunikator publik harus menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal utama bagi *Public Relation* adalah mampu dalam menjalankan fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan secara harmonis antara pimpinan manajem dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik instasi. Selain itu humas mampu dalam menjembatani dalam membangun komunikasi kepada publik agar dapat menciptakan sebuah citra positif perusahaan.

Humas merupakan divisi yang mempunyai pengaruh besar terhadap jalannya kegiatan suatu organisasi. Fungsi humas yang terpenting bagi suatu organisasi adalah menciptakan, meningkatkan dan menjaga citra organisasi di mata masyarakat atau publik. Ketika membentuk citra suatu organisasi, humas biasanya memelihara koneksi yang luas. Menurut Uchjana, “Humas atau *Public Relation* juga merupakan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik antara suatu organisasi dengan publik lainnya, publik internal maupun eksternal dalam rangka

mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama, yang dilandasi atas asas saling pengertian dan saling mempercayai." (Purwo & Puspasari, 2020)

Interaksi antara instansi dengan masyarakat sangatlah penting. Karena masyarakat adalah apa yang selalu ditemukan oleh komunitas sosial, baik sebagai penerima manfaat maupun sebagai aktor yang membantu organisasi mencapai tujuannya. Oleh karena itu, menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menjaga nama baik dengan masyarakat. Untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat, perusahaan harus memiliki praktik kehumasan.

Praktik kehumasan merupakan kegiatan berkomunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk menjalin hubungan dengan masyarakat. Dalam praktik ini, tujuan adanya komunikasi dengan masyarakat untuk mencapai berbagai tujuan organisasi. Dimana kegiatan humas meliputi, menganalisis dan memahami sikap dan opini masyarakat terhadap organisasi, merencanakan dan melaksanakan kegiatan kehumasan (sosialisasi), dan mengembangkan citra perusahaan yang positif dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Humas merupakan praktik penyebaran informasi kepada masyarakat yang dilakukan secara terencana untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan pihak di luar perusahaan. Hal ini dapat mencakup pada kampanye informasi yang merujuk pada berbagai media massa, jejaringan sosial, dan komunitas lokal. Untuk menyampaikan manfaat, kenyamanan dan keamanan perjalanan dengan kereta api. Selain itu, perusahaan dapat menyediakan program edukasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengalaman langsung mengenai layanan kereta api.

Pada Daerah operasional 6 Yogyakarta masih sering terjadi kasus kecelakaan pada perlintasan kereta api. Tercatat pada Januari – November 2023 terdapat 16 kasus kecelakaan di perlintasan sebidang dengan rincian 3 kasus di perlintasan resmi, 4 kasus di perlintasan resmi

tidak dijaga, dan 9 kasus di perlintasan tidak resmi. Dengan perincian, kendaraan yang menabrak Kereta Api di perlintas sebanyak 15 kali dengan 7 kali kejadian yang melibatkan mobil dan 8 kali kejadian melibatkan sepeda motor (Prakoso, 2023). Dalam hal ini bapak Krisbiyantoro selaku Manager humas Kerta Api Daop 6 Yogyakarta menjabarkan bahwa kesadaran terkait keselamatan yang berlalu lintas di perlintasan sebidang masih cukup rendah. Dan masih sering ditemukan pengendara yang menerobos palang perlintasan ketika sirene bunyi (Suharti, 2023). Untuk mencapai harapan dan mendapatkan kepuasan stakeholder, sebuah perusahaan harus terus menjalin hubungan baik dengan para stakeholder. Tentunya dapat bertujuan untuk membentuk citra positif pada perusahaan. Citra positif pada dasarnya menjadi tanggung jawab seluruh komponen perusahaan. Citra menurut Katz yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam buku Dasar – dasar *Public Relations* (2004:113) “adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas”. (Alma, 2018)

Dengan adanya konflik – konflik yang terjadi pada perusahaan akan berupaya meminimalisir konflik yang terjadi. Sebab dengan adanya konflik akan mempengaruhi hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat yang pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi masyarakat dalam membangun citra perusahaan.

Humas suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kehumasan yang baik sangatlah penting, terutama untuk memperoleh citra positif (*build positive image*). Karena humas berperan sebagai manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, menentukan kebijakan dan prosedur individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik dengan melaksanakan program kerja dengan melibatkan pemangku kepentingan masyarakat. (Pithaloka et al., 2018)

Seorang *public relation* sangat penting bagi sebuah organisasi karena aktivitasnya dapat menjadikan wahana integrasi internal, mampu dalam

menjembatani dan saling mengerti dengan anggota komunitas, sehingga dapat menimbulkan loyalitas pada kalangan karyawan dan memperkuat etos kerja dikalangan direksi/manajer. Oleh karena itu, humas memegang peranan penting dalam membangun hubungan antara perusahaan dengan khalayaknya, baik internal maupun eksternal. Sebab seluruh kegiatan mengandung unsur citra baik, itikad baik, saling memahami, menghargai, dan saling toleransi, sehingga dapat terciptanya hubungan baik antar perusahaan dan pada akhirnya akan terciptanya citra positif perusahaan.

Humas berperan dalam mengintegrasikan keterlibatan pada masyarakat dalam program kehumasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran perusahaan. Peran tersebut memerlukan pengelolaan komunikasi internal, yang bertujuan untuk dapat membangun dan menghasilkan apa yang diharapkan oleh Kereta Api Daop 6 Yogyakarta. Program kehumasan yang baik harus dilandasi oleh pemahaman menyeluruh terhadap permasalahan kehumasan yang dihadapi perusahaan. (Arianda, 2015)

Setiap perusahaan mempunyai citra, yaitu komoditas yang rentan atau mudah terpengaruh, namun sebagai besar perusahaan juga menyakini bahwa memiliki citra perusahaan yang positif sangat penting untuk kesuksesan berkelanjutan dalam jangka panjang. Dalam menjalankan aktivitasnya, organisasi sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan aspek internal organisasi saja, namun juga aspek eksternal organisasi yaitu pada lingkungan sekitar perusahaan. Kondisi tersebut yang menciptakan citra positif kepada masyarakat akan memperbaiki moral instansi dan kualitas produk. (Wati, 2022)

Hal terpenting untuk meningkatkan citra perusahaan yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan tentu saja mempengaruhi pada lingkungan sekitar Daop 6 Yogyakarta pada konsumen perusahaan. Apabila kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan itu luntur maka akan sulit untuk mengembalikan citra yang telah dibangun. Maka dari

itu, selama membangun citra perusahaan humas juga perlu untuk meningkatkan melalui strategi – strategi yang telah dibentuk sebelumnya.

Dalam menerapkan strategi humas yang efektif, perusahaan dapat memperkuat citra mereka, membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan, dan menciptakan reputasi yang positif dimata masyarakat. Menurut *Edward L. Bernays* “strategi humas harus mencakup unsur – unsur persuasi dan manipulasi untuk mempengaruhi persepsi dan sikap publik” (Rondonuwu, 2018). Sebuah keberhasilan humas dalam membangun citra perusahaan PT. Kereta Api Daop 6 Yogyakarta tidak terlepas dari strategi humas yang dibentuk dalam internal humas.

Dengan begitu antara citra dengan strategi humas memiliki hubungan yang erat dan berjalan secara bersamaan dalam mengaplikasikannya. Hubungan timbal balik keduanya akan menghasilkan sebuah pandangan baru terhadap masyarakat. Baik itu positif maupun persuasi. Dikatakan positif jika suatu perusahaan memiliki strategi yang baik sehingga citra perusahaan yang didapat akan baik pula, begitu pula sebaliknya. Dikatakan persuasi jika suatu perusahaan tidak mampu mengelola strategi yang baik sehingga citra perusahaan dimata masyarakat akan buruk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana peran humas PT Kereta Api Daop 6 Yogyakarta dalam membangun citra positif ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yaitu untuk mengetahui atau mendeskripsikan peran humas dalam mempertahankan citra perusahaan PT. Kereta Api Daerah Operasional 6 Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua.

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan, pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian peran humas dalam mempertahankan citra positif.

2. Manfaat praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi bahan pertimbangan. Secara praktis juga penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap kepustakaan khususnya mengenai peran humas sehingga dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan kesamaan masalah yang diteliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan penjelasan secara terperinci pada penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab, yaitu:

1. Bab I: pendahuluan. pada bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah. Selain itu juga terdapat manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.
2. Bab II: Tinjauan pustaka. Pada bab ini menjelaskan tentang kajian atau landasan teori yang digunakan oleh peneliti terkait tema penelitian dalam menyelidiki permasalahan di lapangan seperti peran humas, citra perusahaan, keterbukaan informasi.
3. Bab III: Metodologi Penelitian. Dalam bab metodologi penelitian, peneliti menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini. Selain itu, pada bab ini peneliti memaparkan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, paradigma penelitian, sumber data, subjek dan objek data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik penyajian data.

4. Bab IV: Hasil Penelitian. Dalam bab ini, penelitian menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi pada humas KAI Daop 6 Yogyakarta secara langsung. Kemudian, diolah dan dikaitkan dengan kajian teori yang telah peneliti paparkan pada bab II.
5. Bab V: Penutup. Dalam bab ini penelitian memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian dan sekaligus menjawab rumuan masalah dari penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menyampaikan saran yang berisi tentang saran atau rekomendasi dari peneliti terkait.

