

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada suatu perusahaan komunikasi yang baik sangatlah diperlukan. Khususnya manajemen komunikasi mengenai bagaimana informasi yang diberikan cepat diterima dan mudah untuk dipahami. Terlebih jika perusahaan tersebut bergerak dibidang transportasi yang mengharuskan untuk selalu menyampaikan informasi mengenai jadwal keberangkatan dan kedatangan ataupun informasi terkait dengan perusahaan. Salah satunya adalah perusahaan di industri transportasi, PT Kereta Api Indonesia (Persero), dimana setiap informasi yang disampaikan harus mudah diakses dan diakses kapan saja, di mana saja. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berjalan di bidang jasa transportasi.

Salah satunya adalah perusahaan di industri transportasi, PT Kereta Api Indonesia (Persero), dimana setiap informasi yang disampaikan harus mudah diakses dan diakses kapan saja, di mana saja. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Perusahaan milik Negara atau (BUMN) yang tidak hanya fokus jasa transportasi penumpang tetapi juga angkutan barang.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero), menjalankan segala aktivitasnya sebagai perusahaan di bidang industri transportasi, terbagi menjadi 9 (Sembilan) wilayah operasi yang berlokasi di Jawa dan 4

(empat) divisi wilayah lainnya yang berlokasi di Sumatera, Indonesia. Sembilan wilayah operasi tersebut yaitu DAOP 1 Jakarta, DAOP 2 Bandung, Daerah Operasi 3 Cirebon, DAOP 4 Semarang, Daerah Operasi 5 Purwokerto, DAOP 6 Yogyakarta, Daerah Operasi 7 Madiun, Daerah Operasi 8 Surabaya, dan DAOP 9 Jember.

Dan empat subwilayah yang terletak di pulau Sumatera, antara lain subwilayah 1 SUMUT (Sumatera Utara) dan NAD (Nanggroe Aceh Darrussalam), subwilayah 2 Sumatera Barat, subwilayah 3 Palembang dan subwilayah 4 Tanjung Garang.

Dalam penelitian ini peneliti meneliti manajemen komunikasi humas di Daop 6 yogyakarta. Daop 6 yogyakarta dalam hal menyampaikan informasi kepada pelanggan juga membutuhkan manajemen komunikasi. Apalagi pada saat keadaan pandemi covid-19. Dimana informasi mengenai jadwal keberangkatan atau kedatangan dan tata cara bagaimana naik kereta api yang nyaman selama pandemi juga sangat dibutuhkan.

Manajemen menurut George. R Terry dalam (Aditama, 2020:1) yaitu prosedur yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan serta mengendalikan tindakan yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan tercapainya rencana tujuan yang sudah ditetapkan atau direncanakan melalui penggunaan sumber daya manusia. -sumber lainnya.

Manajemen komunikasi sangatlah penting dalam segala aspek, khususnya dalam interaksi kepada pelanggan dalam menyampaikan informasi - informasi terkait dengan informasi suatu perusahaan, tanpa disertai manajemen komunikasi yang baik maka hal-hal seperti berusaha mempertahankan pandangan positif pelanggan terhadap perusahaan serta mempertahankan citra positif perusahaan adalah hal yang tidak bisa dijangkau atau dicapai oleh suatu perusahaan. Dengan kondisi atau situasi tersebut maka hubungan baik terhadap pihak-pihak yang mempunyai peran terhadap berlangsungnya tujuan-tujuan yang akan dituju oleh perusahaan akan sangat penting.

Manajemen biasanya merupakan tindakan mengatur atau merencanakan sesuatu untuk tujuan tertentu, sehingga menjelaskan bahwa dapat dikatakan bahwa manajemen termasuk hal yang sangat dibutuhkan terutama di Perusahaan yang menyangkut hubungan dengan pelanggan dan berkaitan dengan citra perusahaan. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa Manajemen adalah setiap prosedur perencanaan, pengorganisasian, pengendalian serta memimpin tindakan anggota atau organisasi dengan memanfaatkan semua sumber daya tersedia untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan. Definisi lain dari manajemen adalah proses atau, dengan kata lain, kerangka kerja yang memerlukan memimpin atau mengelola sekelompok individu untuk mencapai tujuan organisasi tertentu. Manajemen berbasis aktivitas merupakan realisasi kebutuhan akan

informasi yang lebih akurat dan relevan dalam suatu perusahaan, sehingga manajemen berbasis aktivitas merupakan pendekatan terpadu terhadap keseluruhan sistem yang memusatkan perhatian manajemen hanya pada berbagai aktivitas. Dengan melacak biaya berbagai aktivitas. Aktivitas ini kemudian digunakan untuk produk atau penggunaan pelanggan.

Dan pengertian dari konsep komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. sehingga komunikasi dapat dikatakan sebagai hal yang sangat mendasar dalam interaksi dan sosialisasi, karena dengan tanpa adanya komunikasi maka sebuah informasi tidak akan sampai kepada sasaran dan tujuan, maka dari itu sebuah manajemen komunikasi sangatlah penting dalam hal ini. Informasi merupakan data yang telah diolah sehingga bertujuan untuk pembuatan keputusan. (Winarno, 2006:6). Komunikasi adalah salah satu faktor terpenting tetapi juga paling kompleks dalam kehidupan manusia. (Morissan, 2013:1). Raymond Ross mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu tindakan mengirim simbol, memilih dan menyortir simbol tersebut ke dalam berbagai rupa yang nantinya bertujuan untuk bisa membantu para pendengarnya yang berguna untuk menanggapi apa yang dimaksud oleh komunikator terkait. Tujuan komunikasi adalah agar informasi yang disampaikan oleh komunikator, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh komunikan, komunikator perlu menjelaskan informasi

utama yang disampaikan dengan jelas, sedetail mungkin, dan kemudian berkomunikasi, setiap orang juga dapat belajar tentang pendapat kita bisa diterima orang lain. Komunikasi juga dapat disampaikan sebagai metode persuasif, yaitu berkomunikasi dengan cara supaya pendapat kita bisa diterima orang lain. Juga menginspirasi orang lain sehingga mereka dapat persuasi kami mampu membangun kesamaan persepsi dengan orang-orang dan kemudian kami. Ada banyak bentuk komunikasi seperti komunikasi massa, (Nurudin, 2009:3) menyatakan bahwa Komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa (cetak dan elektronik). Humas juga bisa menerapkan cara bekerja dengan konsep jurnalisme, tentunya sesuai dengan kondisi, Definisi jurnalisme lain yang menangkap keluasan konsepnya adalah pencarian fakta sosial sebagai bahan informasi, untuk digarap dan kemudian disebarluaskan melalui media massa (Siregar, 2001: 106)

Berangkat dari berbagai faktor-faktor atau hal-hal tersebut maka suatu manajemen komunikasi mempunyai peran atau memiliki kebutuhan yang sangat erat bagi perusahaan, manajemen komunikasi didalam sebuah perusahaan khususnya perusahaan negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni PT. Kereta Api Indonesia mempunyai factor yang strategis, karena disamping PT. Kereta Api Indonesia mengejar keuntungan, citra PT. Kereta Api Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga mendapat sorotan

dalam hal pengelolaan manajemen komunikasi, akan berimbas sangat fatal apabila perusahaan yang dimiliki oleh negara melakukan hal yang tidak baik dalam hal komunikasi, maka dari itu disinilah peran pengelolaan manajemen komunikasi, khususnya dalam hal ini peneliti memfokuskan bagaimana manajemen komunikasi pada PT. Kereta Api Indonesia, yakni PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi (DAOP) VI daerah Istimewa Yogyakarta. PT. Kereta Api Indonesia sebagai penyedia jasa layanan transportasi yang ada di Indonesia dan ialah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maka membutuhkan suatu manajemen komunikasi yang baik untuk menyampaikan pesan-pesan ataupun informasi-informasi kepada pelanggan atau masyarakat. Sebagai tambahan informasi merupakan pesan yang diterima dan dipahami (Liliweri, 2011:839) Beragam segala aktivitas yang ada dan dijalankan di PT. Kereta Api Indonesia seperti informasi tentang jadwal Kereta Api, penjualan Tiket, atau peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam lingkup PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangatlah penting untuk menggunakan manajemen komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi-informasi tersebut kepada pelanggan atau masyarakat. Seperti komitmen PT. Kereta Api Indonesia untuk dapat melaksanakan transformasi yang dilakukan secara menyeluruh dengan menggunakan 5 nilai utama yaitu Integritas, Profesional, Keselamatan, Inovasi, dan Pelayanan Prima.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Perusahaan milik Negara (BUMN), yang berubah nama menjadi PT. Pada tahun 2011. Kereta Api (Persero) merubah nama menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) bersamaan dengan nama yang berubah kemudian terbitlah logo baru, PT Kereta Api Indonesia (Persero) sekarang memiliki tujuh anak perusahaan yakni PT Reska Multi Usaha (RMU), PT Railink, PT Kereta Api Indonesia Commuter Jabodetabek, PT Kereta Api Pariwisata, PT Kereta Api Logistik, PT Kereta Api Properti Manajemen , PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia.

Skripsi ini meneliti tentang manajemen komunikasi humas di PT. Kereta Api Indonesia untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan PT. Kereta Api Indonesia, peneliti yang dalam hal ini akan menganalisis humas yang ada di PT. Kereta Api Indonesia Daop VI Yogyakarta. Karena peneliti berkeinginan untuk mengetahui bagaimana cara humas Daop 6 dalam memajemen suatu informasi yang akan diberikan kepada pelanggan khususnya pengguna kereta api pada saat pandemi seperti ini. Dimana informasi yang diberikan harus mudah dan cepat diakses oleh penggunanya.

PT. Kereta Api Indonesia ialah Perusahaan milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pelayanan transportasi penumpang dan pelayanan angkutan barang, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi serta gambaran bagaimana manajemen komunikasi oleh humas PT. Kereta Api

Indonesia yang dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Daop 6 Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti memilih lokasi ini, karena ingin mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana cara manajemen yang dilakukan oleh humas PT Kereta Api Indonesia Daop VI Yogyakarta dalam Menyusun, merencanakan, dan kemudian menyampaikan informasi terkait PT. Kereta Api Indonesia (Persero) kepada pelanggan atau pengguna kereta api.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Fokus dari penelitian ini bermaksud untuk membatasi dan bertujuan untuk menjelaskan ruang lingkup pembahasan agar sejalan dengan tujuan penelitian ini. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, fokus penelitian penelitian ini yaitu :

Bagaimana manajemen komunikasi humas untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia Daop 6 daerah Istimewa Yogyakarta ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui manajemen kehumasan dalam rangka menyampaikan informasi kepada pelanggan di PT. Kereta Api Indonesia Daop 6 Daerah Istimewa Yogyakarta.

Peneliti memilih hal tersebut karena dalam proses menyampaikan informasi PT. Kereta Api Indonesia kepada pelanggan khususnya pengguna kereta api dalam hal ini di Daerah Operasi (Daop) 6 Daerah



Istimewa Yogyakarta diperlukan manajemen komunikasi yang mempunyai beragam cara.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat teoritis / akademis

Untuk meningkatkan pengetahuan ilmiah dalam manajemen komunikasi humas di PT. Kereta Api Indonesia.

b. Manfaat praktis

Untuk dapat mengetahui bagaimana cara manajemen humas di PT. Kereta Api Indonesia khususnya di Daop 6 Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan.

c. Manfaat sosial

Untuk dapat memberikan referensi bagi mahasiswa yang ingin mengetahui cara manajemen komunikasi humas di PT. Kereta Api Indonesia khususnya di Daop 6 Yogyakarta

#### **1.5. Metodologi Penelitian**

##### **1.5.1. Paradigma Penelitian**

Setiap peneliti dalam sebuah penelitian menggunakan paradigma atau sudut pandang tertentu. Maksud dan tujuan paradigma ialah cara seseorang melihat sesuatu atas dasar tertentu. Dengan menggunakan

paradigma yang berbeda, paradigma tersebut menghasilkan makna yang berbeda tentang sesuatu.

Penelitian ini juga mengadopsi paradigma konstruktivis, yang dijelaskan oleh individu dan kelompok, sehingga hasil yang diperoleh akan bervariasi, dan paradigma ini juga biasa digunakan dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif.

### **1.5.2. Metode Penelitian**

Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif. Maksud dan tujuan penelitian kualitatif yaitu untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan melalui penerapan metodologi penelitian secara metodis. (Muri Yusuf, 2014-329).

Penelitian kualitatif ini akan diarahkan kepada penggunaan metode studi kasus. Hal ini dimaksudkan agar dengan mengadopsi metode studi kasus akan mengungkapkan gambaran yang lebih mendalam dan mendetail tentang suatu keadaan ataupun objek. Setiap jenis penelitian memiliki karakteristik, metode dan teknik-teknik yang spesifik tersendiri untuk mendekati dan menelaah sebuah peristiwa sosial yang terjadi. (Burhan, 2010 : 19)

Penelitian ini memakai metode atau metode penelitian kualitatif, dan metode kualitatif meliputi tiga metode pengumpulan data: (1) wawancara yang mendalam, wawancara dengan pertanyaan terbuka; (2) observasi secara langsung; (3) menggunakan dokumen tertulis,

termasuk hasil penelitian. wawancara publik dalam kuesioner Bahan tertulis, buku tertulis dengan hasil wawancara terbuka dalam kuesioner, buku harian pribadi, dan deskripsi program. Data wawancara publik mencakup kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan mereka.

a) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan salah satu modalitas atau teknik untuk mengumpulkan data penelitian. Artinya, Proses interaksi antar pewawancara dengan narasumber atau yang diwawancarai secara langsung.

Wawancara ini kemudian akan menggunakan wawancara terbuka, artinya pewawancara akan berlangsung secara alami dan tidak terikat, terikat atau diatur oleh pedoman atau sesuatu dengan format baku.

b). Observasi Langsung

Observasi langsung penting dilakukan karena bertujuan untuk dapat mengetahui atau menyelidiki tingkah laku secara nonverbal.

c). Dokumen

Dokumen adalah catatan pekerjaan seseorang pada sesuatu di masa lalu. Dokumen ini dapat berupa teks tertulis, artefak, dan gambar.

Penelitian kualitatif adalah cara yang menekankan pada eksplorasi makna, konsep, ciri, gejala, simbol, dan deskripsi Peristiwa: terfokus, beragam, alami keseluruhan; mengutamakan kualitas, menggunakan metode gandan menyajikan secara naratif.

Peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh jawaban atas peristiwa atau pertanyaan dengan menggunakan prosedur penelitian secara sistematis dengan menerapkan metode kualitatif. (Muri Yusuf:2014:329).

### 1.5.3. Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini merupakan narasumber yang memenuhi syarat, atau dikenal sebagai nara sumber, yang diminta untuk memberikan informasi terkait penelitian. Untuk itu peneliti mengidentifikasi sumber penelitian ini adalah seluruh anggota Bagian Humas PT Kereta Api Indonesia Daop VI Yogyakarta yakni manajer Humas dan bawahannya.

### 1.5.4. Jenis Penelitian

Kajian ini memanfaatkan jenis penelitian studi kasus, studi kasus merupakan strategi dalam penelitian kualitatif. Menurut Barton, metode penelitian kualitatif ini terdapat tiga cara dalam mengumpulkan data, yaitu: (1) wawancara mendalam, wawancara

dalam bentuk pertanyaan terbuka; (2) observasi langsung; (3) wawancara publik dengan menggunakan dokumen tertulis, termasuk kuesioner. Informasi tertulis tentang hasil, buku tertulis yang diperoleh dari hasil wawancara publik dengan kuesioner, Data wawancara terbuka, termasuk kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, serta pengetahuan mereka.

#### Beberapa Langkah dalam Penelitian Studi Kasus:

##### a. Pemilihan Kasus

Dalam pemilihan kasus peneliti dapat memilih kasus dengan menjadikan orang dan objek masyarakat ataupun unit sosial. Agar kasus dapat diselesaikan, ukuran dan kompleksitas objek studi kasus juga harus masuk akal dan didefinisikan secara benar.

##### b. Pengumpulan Data

Terdapat berbagai teknik pengumpulan data, tetapi observasi, wawancara, dan analisis dokumen adalah yang paling banyak dipakai pada studi kasus. Observasi termasuk cara pengumpulan data yang tepat dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini peneliti akan mengamati media komunikasi yang digunakan oleh PT Kereta Api Indonesia Daop VI berkaitan dengan informasi yang disampaikan untuk pelanggan kereta api, Media komunikasi ini misalnya sosial

media kereta api, website kereta api, dan papan pengumuman yang berada di sekitar stasiun. Teknik pengumpulan data selanjutnya yang akan digunakan peneliti adalah wawancara, yang bertujuan untuk mendapatkan permasalahan yang akan diteliti. Dalam wawancara ini peneliti akan mewawancarai pelanggan kereta api selaku pengguna kereta api dan Humas kereta api selaku bagian dari penyedia jasa transportasi kereta api, Karena humas merupakan bagian terpenting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat khususnya pengguna kereta api, yang terakhir adalah analisis dokumentasi, Metode Perekaman Dalam hal ini, peneliti akan memeriksa benda tertulis seperti buku, *website*, peraturan dan lain-lain. Dalam metode ini, dokumen yang dikumpulkan adalah yang berkaitan dengan perencanaan humas dalam manajemen komunikasi PT Kereta Api Daop 6 Daerah Istimewa Yogyakarta, berupa teks dan gambar.

#### c. Analisis Data

Jika data sudah dikumpulkan, langkah selanjutnya kemudian dapat mulai mengumpulkan, mengatur, dan mengkategorikan data ke dalam unit-unit yang dapat dikelola.

#### d. Perbaikan (*Refinement*)

Sekalipun data telah diperoleh, sangat penting untuk memperbaiki dan menilai data baru dalam kategori yang telah ditemukan dalam pendekatan studi kasus ini.

e. Penulisan Laporan

Sangat penting bahwa penulisan laporan ditulis dengan cara yang komunikatif sehingga mudah dibaca dan dipahami, serta mudah untuk menggambarkan unit sosial secara jelas sehingga pembaca dapat memahami semua informasi yang disampaikan.

Patton dalam Pawito (2007, 141), studi kasus merupakan usaha mengumpulkan data dari kasus tertentu kemudian mengumpulkannya dalam suatu perusahaan dan menganalisisnya antara data satu dengan data lainnya.

## **1.6. Teknik Pengumpulan Data**

Data adalah sumber daya paling signifikan yang dimanfaatkan peneliti dengan tujuan menjawab pertanyaan, menguji hipotesis, dan mencapai tujuan penelitian. Akibatnya, data serta kualitas data adalah subjek penelitian yang terhubung karena mereka mempengaruhi hasil kualitas penelitian.

Metode pengumpulan data menggunakan analisis dan wawancara, yaitu percakapan yang terjadi antara yang diwawancarai dengan dua orang atau lebih antara yang diwawancarai dan yang tujuannya untuk memperoleh informasi atau datadari sumber yang dapat dipercaya.

Wawancara dilakukan dengan merujuk beberapa pertanyaan pewawancara kepada staf nara sumber

a. Data primer

Salah satu data penelitian yang akan dipakai yaitu wawancara. Wawancara ialah teknik pengumpulan data di mana pertanyaan diajukan kepada narasumber oleh pewawancara.

Kumpulan data mentah yang dikumpulkan dan diolah langsung dari penelitian oleh peneliti untuk menganalisis apa yang diteliti pada metode penelitian kualitatif.

b. Data sekunder

Data sekunder yang digunakan ialah data dari pihak eksternal yang masih relevan atau relevan dengan penelitian ini. Data sekunder juga dapat dikumpulkan melalui data pihak lain, biasanya berbentuk publikasi. Pada penelitian ini, data sekunder yang dimaksud yaitu data dari media komunikasi yang relevan dengan penelitian ini.

### **1.7. Teknis Analisis Data**

Teknik analisis data penelitian ini mengadopsi teknologi analisis kualitatif, melalui penelitian dan analisis manajemen komunikasi kehumasan PT. Daerah Operasi Kereta Api Indonesia (DAOP) 6 Kawasan Istimewa Yogyakarta, setelah pendataan, peneliti akan melakukan pengolahan data, setelah pengolahan data, peneliti akan menganalisis data yang diperoleh



peneliti, setelah itu peneliti akan menginterpretasikan hasil analisis peneliti atau Hasil penelitian dilakukan oleh para peneliti.

### **1.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Peneliti memakai teknik triangulasi untuk mengecek keabsahan data. Teknik triangulasi ini bisa dilakukan pemeriksaan dengan cara sebagai berikut :

- a. Membandingkan data hasil observasi dengan wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian sepanjang waktu dengan apa yang mereka katakan sekarang.
- c. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dari berbagai sudut pandang.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan masalah dokumen yang yang berhubungan.

Pada penelitian kualitatif, triangulasi semacam ini sangat diperlukan untuk memeriksa keabsahan data, kesempurnaan data, keabsahan data, keakuratan informasi, dan keaslian sumber.