

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi umum khususnya kereta api merupakan salah satu jenis angkutan umum yang paling banyak dipilih oleh masyarakat di Indonesia. Sebagai transportasi publik PT Kereta Api Indonesia (KAI) di Indonesia harus menghadapi tantangan signifikan terkait manajemen krisis, PT KAI sering kali menghadapi berbagai jenis krisis yang dapat mengancam reputasi dan kepercayaan publik. Krisis-krisis ini tidak terbatas pada isu keamanan, tetapi juga mencakup insiden operasional, seperti kecelakaan, gangguan layanan, keterlambatan masif, hingga tindakan kriminalitas oleh pihak luar seperti pelemparan batu terhadap Kereta Rel Listrik (KRL) yang kerap dilaporkan.¹ Salah satu kasus yang mencolok adalah peristiwa pelecehan seksual yang terjadi di KA Argo Lawu di tahun 2022. Kasus ini bukan hanya berdampak pada korban, tetapi juga memengaruhi persepsi masyarakat terhadap keselamatan dan kenyamanan pengguna kereta api. Kasus ini mencerminkan tantangan sosial yang lebih luas, di mana keselamatan publik, gender, dan keadilan sosial menjadi perhatian utama.² Dalam konteks transportasi

¹Atik Wahyuni Wiwoho Mudjanarko, Dwi Sulastri, *Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api*, ed. Sri Wiwoho Mudjanarko (Scopindo Media Pustaka, 2020).

²Rahma Nur Isnaini Haryadi, Mirna Nur Alia Abdullah, and Siti Nurbayani K, "Analisis Penyebab Terjadinya Pelecehan Seksual Terhadap Laki-Laki Di Moda Transportasi KRL Jabodetabek," *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 10, no. 3 (2024): 701, <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i3.1675>.

publik, kekhawatiran terhadap keamanan pengguna, terutama perempuan, sangat penting untuk diatasi, agar layanan tetap dapat diandalkan dan digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

PT Kereta Api Indonesia (KAI) melayani jutaan penumpang setiap harinya, dengan estimasi jumlah penumpang mencapai 1,2 juta orang pada hari kerja. Pada Minggu, 19 Juni 2022, sebuah insiden pelecehan seksual yang memicu reaksi keras dari publik terjadi di dalam Kereta Api (KA) Argo Lawu rute Solo Balapan-Gambir. Peristiwa ini menjadi viral setelah korban mengunggah sebuah video berdurasi 45 detik di media sosial (Twitter). Dalam video tersebut memperlihatkan seorang penumpang pria yang perlahan-lahan mencoba menyentuh paha penumpang perempuan yang duduk di sampingnya. Kejadian ini terjadi di dalam gerbong kereta jarak jauh, di mana sistem tempat duduk penumpang adalah sesuai nomor kursi, bukan kondisi berdesakan seperti KRL. Meskipun korban berhasil merekam dan melaporkan kejadian, serta petugas segera memindahkan kursinya dan menegur pelaku, insiden ini memicu reaksi publik yang sangat kuat dan meluas, menunjukkan bahwa rasa aman di transportasi publik, bahkan di kereta jarak jauh berkapasitas terkontrol, masih menjadi masalah.³

³Dani Garjito and Elvariza Opita, "Viral Aksi Pelecehan Seksual Di Kereta, Penumpang Pria Diam-Diam Coba Raba Paha Wanita Di Sebelahnya," Suara.com, 2022, <https://www.suara.com/news/2022/06/20/154247/viral-aksi-pelecehan-seksual-di-kereta-penumpang-pria-diam-diam-coba-raba-paha-wanita-di-sebelahnya>.

Wakil Presiden Hubungan Masyarakat (HUMAS) PT Kereta Api Indonesia (KAI) Joni Martinus, telah mengonfirmasi kebenaran peristiwa pelecehan seksual yang dilakukan oleh salah satu penumpang terhadap penumpang lainnya. Dalam pernyataan resminya pada Hari Senin (26/6/2022), Joni menyampaikan bahwa PT KAI saat ini tengah bekerja sama dengan berbagai pihak terkait guna menetapkan tindakan hukum yang akan diterapkan untuk mencegah terulangnya insiden di masa mendatang.⁴

Titik krisis terjadi ketika pemberitaan negatif mengenai insiden ini menyebar luas di media, yang menyebabkan penurunan kepercayaan publik terhadap PT KAI. Reaksi masyarakat yang tinggi terhadap isu ini berpotensi merusak reputasi perusahaan sebagai penyedia layanan transportasi, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah keluhan dari penumpang serta banyaknya kritik di media sosial yang menyoroti isu keselamatan dan kenyamanan. Dalam menghadapi krisis ini, PT KAI merespons dengan melakukan klarifikasi melalui berbagai media seperti Instagram, Twitter, dan siaran pers. Sebagai langkah tegas, PT KAI mengumumkan kebijakan daftar hitam (*blacklist*) permanen terhadap Nomor Induk Kependudukan (NIK) pelaku, memastikan individu tersebut dilarang untuk menggunakan layanan KAI di masa mendatang. Kebijakan ini

⁴Diva Lutfiana Putri, "Ramai Soal Pelecehan Seksual Di KA Argo Lawu, Ini Kronologi Dan Penjelasan KAI," Kompas.Com, 2022, <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/20/152500365/ramai-soal-pelecehan-seksual-di-ka-argo-lawu-ini-kronologi-dan-penjelasan?page=all>.

diberlakukan untuk memberikan efek jera dan menegaskan bahwa KAI menolak melayani pelaku yang melanggar etika dan merendahkan martabat pelanggan lain.⁵

Meskipun respons diberikan di berbagai media, penelitian ini memfokuskan pada akun Instagram (@kai121_) karena platform ini menawarkan kapabilitas komunikasi yang paling efektif untuk isu sensitif dengan kombinasi visual dan teks yang stabil. Unggahan klarifikasi dan permohonan maaf PT KAI di akun Instagram resmi PT KAI (@kai121_) pada 21 Juni 2022 memicu reaksi publik yang luar biasa. Postingan ini menunjukkan tingkat *engagement* yang tinggi, di mana respon publik yang terekam dalam kolom komentar mencapai 750 komentar dan 14,9 ribu suka. Selain itu, unggahan di Instagram cenderung memicu banyak diskusi yang lebih mendalam melalui kolom komentar (*engagement*) dibandingkan respons yang tersebar cepat di platform lain, menjadikannya kanal ideal untuk menganalisis upaya pemulihan kepercayaan publik secara terperinci. Dalam postingan di akun Instagram resmi mereka @kai121_ yang diunggah pada periode 21 Juni 2022, PT KAI meminta maaf atas insiden pelecehan seksual yang viral, menegaskan tidak ada toleransi terhadap tindakan tersebut, serta mengumumkan langkah-langkah untuk meningkatkan keamanan dan pelatihan petugas. PT KAI juga berkomitmen untuk mendukung korban dan mendorong penumpang untuk melapor jika

⁵Muhammad Hidayat, "PT KAI: Pelaku Pelecehan Seksual Tidak Bisa Naik Kereta Api Lagi," Tempo.com, 2022, <https://www.tempo.co/ekonomi/pt-kai-pelaku-pelecehan-seksual-tidak-bisa-naik-kereta-api-lagi-335061>.

mengalami pelecehan, dengan tujuan membangun kembali kepercayaan publik dan menjamin keselamatan penumpang.

Kekhawatiran terhadap keamanan pengguna dalam transportasi publik, terutama isu pelecehan seksual, dapat dengan cepat memicu krisis reputasi bagi penyedia layanan seperti PT Kereta Api Indonesia (KAI). Krisis ini tidak terbatas pada insiden di lokasi kejadian, melainkan berkembang pesat terutama di ranah media sosial dan media massa. Media sosial, dengan kecepatan penyebaran informasi dan daya viralisasi yang tinggi, sering menjadi tempat pertama di mana insiden semacam ini meledak, mengubah insiden tunggal menjadi krisis komunikasi yang meluas. Reaksi publik, ekspresi kemarahan, dan seruan boikot yang masif di platform seperti Twitter dan Instagram dapat merusak citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan publik secara drastis. Dengan demikian, sebuah strategi manajemen krisis yang berhasil harus mampu menangani krisis di lingkup media digital.

Fokus penelitian ini tertuju pada kasus pelecehan seksual di KA Argo Lawu pada Juni 2022, yang relevansinya didasarkan pada beberapa faktor. Pertama, insiden ini terjadi di kereta jarak jauh (KAJJ) dengan sistem tempat duduk terkontrol, bukan di KRL yang sering berdesakan. Kondisi unik ini menunjukkan bahwa masalah keamanan dapat terjadi bahkan dalam lingkungan yang relatif terkontrol, sehingga secara signifikan memperkuat atribusi tanggung jawab kepada perusahaan. Kedua, kasus tersebut menjadi standar acuan respons krisis digital PT

KAI, di mana perusahaan merespons dengan cepat, terstruktur, dan mengeluarkan kebijakan yang tegas, yaitu pem-*blacklist*-an NIK pelaku secara permanen.

Fenomena pelecehan seksual di transportasi umum ini tidak hanya mencerminkan masalah keamanan, tetapi juga menunjukkan tantangan dalam menciptakan lingkungan yang aman bagi semua pengguna. Kasus-kasus ini sering kali viral di media sosial, memicu reaksi publik yang kuat.⁶ Misalnya, setelah seorang korban memosting pengalamannya di media sosial, respons masyarakat menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap isu ini, yang berpotensi merusak reputasi PT Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai perusahaan layanan transportasi.

Penelitian ini berfokus pada strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh PT KAI dalam menghadapi isu pelecehan seksual khususnya yang terjadi pada 19 Juni 2022 di KA Argo Lawu dan bagaimana strategi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan publik melalui media sosial, khususnya Instagram menggunakan metode Analisis Konten (*Content Analysis*) pada periode 21 Juni 2022. Metode ini dipilih untuk mengidentifikasi, mengategorikan, dan menganalisis secara sistematis pesan-pesan komunikasi krisis yang dipublikasikan di akun Instagram resmi PT KAI @kai121_. Meskipun terdapat beberapa studi mengenai manajemen krisis di sektor transportasi, masih sedikit yang secara spesifik membahas penerapan strategi komunikasi di media sosial dalam konteks krisis pelecehan seksual. Oleh

⁶Salsa Putri Diandra and Sofa Laela, "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pelecehan Seksual Catcalling Dalam Perspektif Hukum Pidana Indonesia," *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 3 (2025): 37–55, <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i3.173>.

sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis langkah-langkah yang diambil oleh PT KAI dan dampaknya terhadap persepsi publik.

Dengan memahami bagaimana PT KAI mengelola krisis ini melalui media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan lain dalam menghadapi situasi serupa. Selain itu, penelitian ini juga dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan yang lebih baik dalam menciptakan lingkungan transportasi yang aman dan nyaman untuk seluruh pengguna. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik dan menciptakan komunikasi yang lebih baik antara PT KAI dan masyarakat, serta memberikan saran untuk perbaikan di masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana konten strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh PT KAI untuk meningkatkan kepercayaan publik melalui media sosial Instagram dalam menghadapi insiden pelecehan seksual di KA Argo Lawu?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh PT KAI dalam meningkatkan kepercayaan publik saat menghadapi krisis terkait pelecehan seksual di KA Argo Lawu melalui akun resmi media sosial Instagram PT KAI @kai121_.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi krisis *public relations* dalam penanganan krisis menggunakan Analisis Konten dan kerangka *Situational Communication Crisis Theory*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT KAI dalam meningkatkan strategi manajemen krisis, khususnya dalam menangani isu-isu sensitif seperti pelecehan seksual, sehingga dapat merespons dengan lebih cepat dan efektif.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme dalam penelitian adalah pemahaman yang mendalam mengenai cara individu memandang dan melihat lingkungan sekitarnya, serta bagaimana interaksi sosial membentuk persepsi tersebut terhadap fenomena yang diteliti.⁷ Relevansi penelitian ini dengan paradigma

⁷Hadi Ido Prijana, *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-Langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)* (PT. RajaGrafindo Persada: Rajawali Pers, 2020).

konstruktivisme adalah bahwa penelitian ini tidak hanya menganalisis pesan komunikasi krisis (konten visual dan tekstual) secara objektif (Analisis Isi/Konten), tetapi juga berupaya memahami bagaimana pesan-pesan tersebut dimaknai, diinterpretasikan, dan menciptakan realitas krisis di kalangan publik. Dengan menggali dinamika interaksi sosial dan mengukur persepsi publik, penelitian ini secara inheren menganalisis konstruksi sosial dari reputasi dan kepercayaan publik terhadap PT KAI. Oleh karena itu, penulis dapat mengeksplorasi perspektif masyarakat dan bagaimana mereka merespons strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT KAI di media sosial serta dapat menggali dinamika interaksi sosial dan persepsi publik dalam situasi krisis.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian didefinisikan sebagai prosedur ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang berfungsi untuk tujuan dan kegunaan tertentu, baik untuk memahami, memecahkan, maupun menjelaskan suatu permasalahan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dirancang untuk mengamati objek dalam kondisi natural, di mana peneliti bertindak sebagai alat ukur utama. Metode ini meliputi pengumpulan data melalui triangulasi (penggabungan beberapa

teknik), analisis yang bersifat induktif, serta fokus pada pemaknaan hasil dibandingkan generalisasi.⁸

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan pemaparan secara deskriptif. Pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan untuk mengeksplorasi secara komprehensif sebuah peristiwa tunggal yang sensitif dan spesifik yaitu insiden pelecehan seksual yang terjadi di KA Argo Lawu. Studi kasus sangat sesuai digunakan ketika peneliti ingin memahami suatu fenomena secara kontekstual dan mendalam, terutama jika fenomena tersebut bersifat unik atau sensitif. Selain itu, metode ini relevan dengan fokus penelitian yang menganalisis respons dan strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh PT KAI melalui media sosial Instagram. Melalui pendekatan ini, penulis dapat menggali bagaimana strategi komunikasi tersebut membentuk persepsi publik dan memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

1.5.3 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konten akun Instagram resmi PT KAI (@kai121_) yang berkaitan dengan kasus pelecehan seksual di KA Argo Lawu. Penelitian difokuskan pada periode unggahan yang dipublikasikan pada tanggal 21 Juni 2022. Pemilihan tanggal tersebut didasarkan pada rangkaian peristiwa yang terjadi setelah insiden pada 19 Juni 2022. Pada 21

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D* (Penerbit CV.Alfabeta:Bandung, 2017).

Juni 2022, PT KAI mengunggah konten berupa *feed* yang berupa *carousel multi-slide* terdiri dari 3 (*slide*) gambar. Unggahan ini merepresentasikan respons awal dan tindak lanjut perusahaan dalam menangani krisis, sehingga menjadi fokus utama dalam analisis penelitian ini untuk dianalisis guna mengidentifikasi strategi komunikasi krisis yang diterapkan (menggunakan teori SCCT).

1.6 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi utama yang dikumpulkan dan dicatat langsung dari sumber utama objek penelitian. Data ini dikumpulkan tanpa perantara atau campur tangan pihak ketiga. Dalam konteks penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui observasi konten langsung yang mana penulis melakukan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap objek penelitian utama, yaitu konten 3 *slide* berupa visual dan tekstual termasuk *caption* pada akun Instagram resmi PT KAI @kai_121. Pengumpulan data ini dilakukan secara langsung terhadap unggahan yang berkaitan dengan strategi penanganan krisis, khususnya yang merespons kasus pelecehan seksual di KA Argo Lawu, dalam periode konten yaitu pada unggahan 21 Juni 2022.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung, yakni dari sumber yang telah tersedia atau melalui pihak lain. Jenis data ini berperan sebagai elemen pendukung, pelengkap, dan pembanding terhadap temuan data primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui dokumentasi, meliputi informasi yang didapat dari media massa online (berita dan artikel) yang berkaitan dengan kasus pelecehan seksual dan upaya pemulihan citra perusahaan.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap suatu objek di lokasi penelitian, baik dalam situasi yang sedang berlangsung secara alami maupun yang sengaja diciptakan. Observasi merupakan proses kompleks yang melibatkan aktivitas biologis dan psikologis, terutama proses pengamatan dan ingatan, yang digunakan untuk mencatat gejala-gejala sosial secara sistematis sesuai fokus penelitian. Dalam penelitian kualitatif, observasi tidak hanya mencatat apa yang tampak, tetapi juga berupaya memahami makna di balik perilaku atau interaksi yang diamati.⁹

⁹Sugiyono.

Dalam penelitian ini, observasi diterapkan melalui pengamatan yang sistematis dan langsung terhadap komunikasi publik PT KAI yang terekam dalam unggahan media sosial resmi, khususnya platform Instagram. Peneliti mengamati konten-konten yang diunggah PT KAI terkait insiden pelecehan seksual yang terjadi di KA Argo Lawu, termasuk analisis terhadap narasi teks, visual (gambar) dan *caption* dalam postingan Instagram PT KAI @kai121_. Melalui pengamatan ini, peneliti mengevaluasi bagaimana konten strategi komunikasi krisis PT KAI di media sosial Instagram dapat menjadi saluran yang efektif dalam mengelola reputasi pada saat krisis.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara menelaah berbagai dokumen tertulis, visual, atau karya monumental dari suatu lembaga, yang dapat memberikan informasi penting terkait dengan topik penelitian. Teknik ini digunakan untuk melengkapi dan mendukung data dari observasi dan wawancara, khususnya dalam penelitian kualitatif. Dokumen dapat berupa tulisan, visual, rekaman, maupun dokumen digital yang dapat diakses secara daring.¹⁰

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen tertulis serta visual yang berkaitan dengan insiden pelecehan seksual di Kereta Api Argo Lawu, khususnya

¹⁰Sugiyono.

dokumen yang mencerminkan respons dan strategi komunikasi dari PT KAI. Sumber dokumentasi meliputi berita daring, artikel opini publik, dan yang paling utama adalah konten unggahan Instagram resmi PT KAI (@kai121_) pada periode 21 Juni 2022. Konten yang dianalisis mencakup visual, tekstual serta *caption* pada postingan. Dokumentasi ini menjadi sumber utama dalam menelusuri narasi komunikasi krisis yang dibangun PT KAI dan menjadi dasar untuk menganalisis kepercayaan publik terhadap perusahaan dalam situasi krisis.

1.8 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan mengikuti tiga tahapan utama yang berurutan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*).¹¹

Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai setiap langkah:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Tahap ini bertujuan untuk menyaring, memilih, dan memfokuskan data yang telah dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam tahap ini dilakukan meliputi:

- a) Mengidentifikasi informasi penting dari laporan media, pernyataan resmi, dan hasil observasi terkait respons PT KAI terhadap krisis.

¹¹Mathew B Miles and Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Olwh Tjejep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI Press, 2014).

- b) Mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori yang sesuai, seperti respons media, strategi komunikasi, dan tindakan PR yang diambil.
- c) Merangkum informasi utama yang menggambarkan bagaimana PT KAI mengelola krisis dan upayanya untuk meningkatkan kepercayaan publik.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah proses reduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data yang telah terorganisir dalam format yang terstruktur. Data dari hasil analisis konten dan observasi disajikan dalam bentuk naratif yang terperinci untuk mempermudah memahami temuan dan menarik kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap terakhir ini adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang sudah direduksi dan disajikan. Dalam tahap ini dilakukan dengan:

- a). Menggunakan data yang telah dikumpulkan untuk mendukung kesimpulan yang diambil. Hal ini meliputi menganalisis efektivitas konten strategi PR yang diterapkan PT KAI dalam mengatasi krisis dan dampaknya terhadap kepercayaan publik.

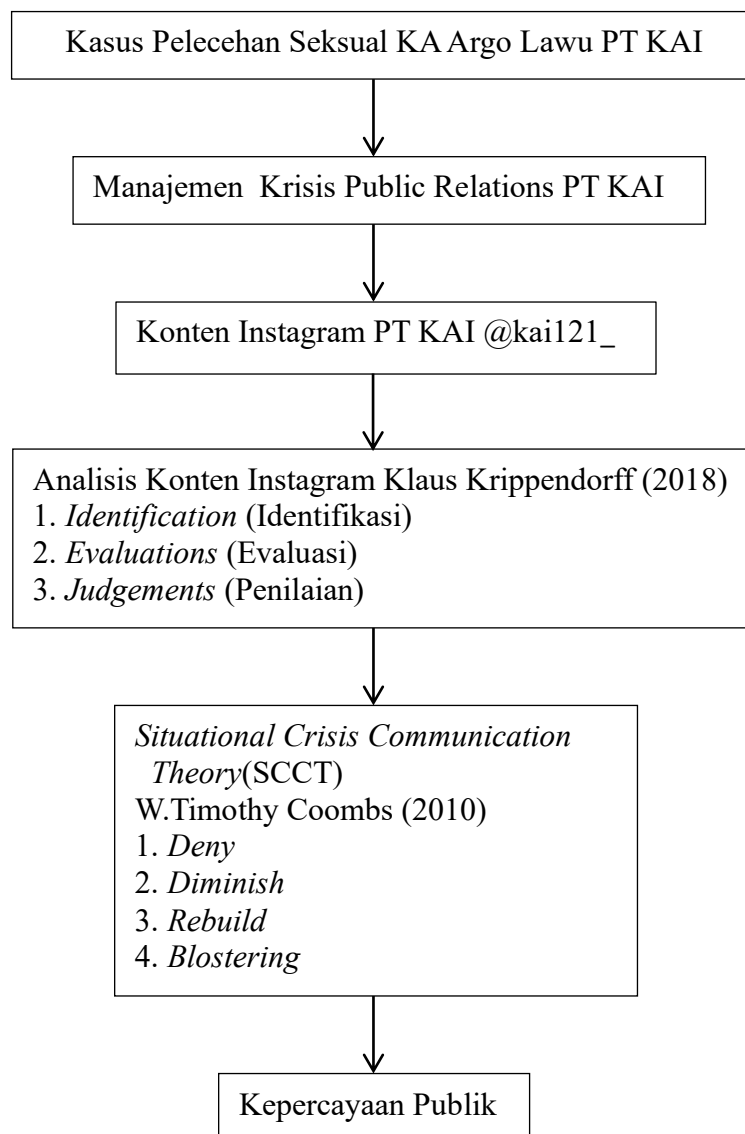
b). Membuat Kesimpulan

Menyusun kesimpulan yang merangkum temuan utama dari penelitian, mengacu pada rumusan masalah yang ditetapkan di awal. Kesimpulan ini mencerminkan bagaimana konten strategi manajemen krisis

Public Relations PT KAI berkontribusi dalam membangun kembali kepercayaan publik setelah terjadinya insiden pelecehan seksual yang memicu krisis perusahaan.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

a. Analisis Konten

Konten merupakan inti atau satuan terkecil dari data yang disajikan secara elektronik. Bentuknya sangat beragam mencakup teks, visual (gambar), audio, video, laporan digital, dan lain- lain. Singkatnya, konten mencakup segala bentuk informasi yang dapat diproses dan dikelola dalam media digital.¹²

Analisis konten adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk membuat inferensi (penarikan kesimpulan) yang valid dan dapat direplikasi dari data teks atau media lainnya ke dalam konteks sosialnya. Proses analisis konten dimulai dengan identifikasi unit analisis yang menjadi fokus penelitian, dilanjutkan dengan pengkodean dan evaluasi isi konten secara sistematis berdasarkan kategori yang telah ditentukan, dan akhirnya dilakukan penilaian atau interpretasi terhadap makna dan implikasi konten tersebut dalam konteks komunikasi yang lebih luas.¹³ Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memahami bagaimana pesan-pesan yang disampaikan dalam media sosial, seperti Instagram PT KAI, dapat

¹²Janner Simarmata, *Rekayasa Web Website* (Penerbit Andi Offset, 2010), <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/21398/slug/rekayasa-web.html%0Ahttps://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustakarekayasawebbooks.google.com/book> S.

¹³Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 2018.

mempengaruhi persepsi dan sikap publik melalui strategi komunikasi yang diterapkan.

a) Identifikasi

Tahapan fundamental di mana dilakukannya pengumpulan terhadap seluruh data komunikasi yang relevan dari media tertentu. Data ini kemudian dipecah dan dikelompokkan ke dalam kategori atau unit analisis yang telah ditetapkan sebelumnya serta memastikan setiap unit memiliki definisi yang jelas dan saling terpisah.

b) Evaluasi

Setelah data terkumpul dan terklasifikasi, tahap ini melibatkan peninjauan mendalam untuk mengevaluasi apakah pesan-pesan yang ditransmisikan konsisten dengan tujuan komunikasi yang ditetapkan. Kajian kritis ini juga berfungsi untuk memastikan validitas data sebelum masuk ke tahap analisis yang lebih lanjut.

c) Penilaian

Proses penilaian yang ditujukan untuk mengukur dampak yang dihasilkan oleh pesan yang dikomunikasikan terhadap khalayak. Pengukuran ini sering melibatkan analisis terhadap umpan balik atau reaksi publik (misalnya, sentimen positif atau negatif) untuk menentukan tingkat keberhasilan komunikasi dalam memengaruhi persepsi.

b. *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) adalah kerangka teori manajemen krisis yang berfokus pada hubungan antara jenis krisis (klasifikasi krisis) dan strategi komunikasi krisis yang paling efektif. Teori ini berpendapat bahwa strategi respons yang tepat harus dipilih berdasarkan seberapa besar atribusi tanggung jawab (persepsi kesalahan) yang diberikan publik kepada organisasi.¹⁴

a) *Deny*

Strategi komunikasi yang bertujuan untuk memutuskan hubungan antara organisasi dan krisis yang terjadi. Kategori ini mencakup tindakan seperti menyangkal bahwa krisis ada, menyalahkan pihak lain (*scapegoat*), atau menyerang pihak penuduh untuk menghilangkan atribusi tanggung jawab.

b) *Diminish*

Strategi yang berupaya mengurangi persepsi publik mengenai tingkat keparahan krisis atau tingkat tanggung jawab organisasi. Strategi ini diwujudkan melalui pembenaran (*justification*), di mana perusahaan mengakui krisis tetapi mengklaim bahwa kerusakan minimal, atau pemaafan (*excusing*), di mana organisasi mengklaim kurangnya niat atau kontrol atas peristiwa.

¹⁴W Timothy Coombs, *The Handbook of Crisis Communication*, 2010.

c) Rebuild

Upaya pemulihan citra dan hubungan dengan publik, yang merupakan respons paling kuat dan paling dibutuhkan saat atribusi tanggung jawab krisis sangat tinggi. Strategi ini diekspresikan melalui permintaan maaf (*apology*) resmi dan tulus, serta ganti rugi/bantuan (*compensation*) kepada pihak yang dirugikan.

d) Bolstering

Penguatan citra positif digunakan untuk memperkuat koneksi positif antara organisasi dan *stakeholder* di tengah krisis. Taktik ini melibatkan mengingatkan (*reminding*) publik akan prestasi positif organisasi di masa lalu atau menyoroti (*praise others*) tindakan positif yang dilakukan oleh pihak lain selama periode krisis.

c. Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik didefinisikan sebagai keyakinan kolektif dan kemauan masyarakat untuk bergantung pada suatu organisasi atau institusi berdasarkan asumsi bahwa organisasi tersebut akan bertindak secara jujur, kompeten, adil, dan bertanggung jawab.¹⁵ Kepercayaan ini merupakan fondasi vital bagi reputasi dan keberlanjutan organisasi, dan menjadi hasil akhir yang diharapkan setelah keberhasilan komunikasi krisis.

¹⁵Timothy Coombs.

a) Keyakinan pada Keamanan Layanan

Aspek yang mengukur tingkat kepastian publik bahwa perusahaan telah mengambil semua langkah pengamanan yang diperlukan dan efektif untuk melindungi pengguna layanan.

b) Integritas Komunikasi

Aspek yang menilai kejujuran, transparansi, dan konsistensi pesan yang disampaikan oleh perusahaan selama penanganan krisis, di mana komunikasi yang terbuka dan bertanggung jawab akan mengembalikan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

a. Analisis Konten

Metode analisis konten dalam penelitian ini secara khusus diterapkan untuk menguraikan dan mengklasifikasikan konten teks dan visual yang diunggah oleh *Public Relations* PT KAI melalui akun resmi Instagram @kai121_. Objek analisisnya adalah pesan-pesan yang menjadi respons resmi perusahaan terhadap kasus pelecehan seksual di KA Argo Lawu.

a) Identifikasi

Proses ini mencakup pengumpulan, pencatatan, dan pengelompokan setiap elemen komunikasi yang relevan dari postingan Instagram PT KAI selama periode krisis. Semua pesan yang terhimpun kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori strategi komunikasi

krisis (SCCT), merefleksikan bagaimana PT KAI memulai responsnya di platform digital.

b) Evaluasi

Setelah data terkumpul, dilakukan peninjauan mendalam untuk menilai tingkat kesesuaian dan efektivitas strategi komunikasi krisis yang dipilih oleh PT KAI. Proses ini menilai apakah langkah PR PT KAI sudah sejalan dengan atribusi tanggung jawab publik dan fakta krisis yang terjadi.

c) Penilaian

Metode ini adalah langkah penilaian yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana komunikasi PT KAI berhasil dalam mengendalikan kerusakan reputasi. Pengukuran dilakukan dengan menganalisis respons dan sentimen publik (melalui komentar dan engagement) yang secara langsung mencerminkan dampak komunikasi terhadap pemulihan citra PT KAI sebagai penyedia jasa transportasi yang aman.

b. Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) adalah kerangka teori manajemen krisis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menguji strategi komunikasi yang dipilih oleh PT KAI. Pilihan strategi ini harus didasarkan pada seberapa besar atribusi tanggung jawab publik terhadap PT KAI atas terjadinya kasus pelecehan seksual. SCCT membagi pilihan respon dalam beberapa kelompok strategis yang dianalisis:

a) *Deny*

Strategi yang berupaya memutus hubungan antara PT KAI dan krisis. Strategi ini diwujudkan dengan menyalahkan pihak lain (misalnya oknum pelaku) atau menyerang pihak penuduh, demi melepaskan tanggung jawab perusahaan atas insiden di dalam moda transportasi mereka.

b) *Diminish*

Strategi yang bertujuan untuk mengurangi persepsi publik terhadap tingkat keparahan insiden, atau mengurangi kadar tanggung jawab PT KAI. Misalnya, perusahaan menggunakan taktik Pembenaran (*Justification*) untuk menjelaskan bahwa mereka telah mengikuti prosedur keamanan yang ketat namun insiden tetap terjadi.

c) *Rebuild*

Strategi yang berfokus pada pemulihan citra dan hubungan PT KAI dengan publik. Ini diwujudkan melalui Permintaan Maaf (*Apology*) resmi dan tulus kepada korban dan masyarakat, serta Komitmen Ganti Rugi/Bantuan (*Compensation*) yang nyata, menunjukkan keseriusan PT KAI untuk perbaikan layanan dan perlindungan penumpang.

d) *Bolstering*

Strategi pelengkap yang digunakan untuk memperkuat koneksi positif antara PT KAI dan *stakeholder*. Taktik ini mencakup Mengingatkan (*Reminding*) publik akan prestasi keselamatan atau layanan baik perusahaan di masa lalu untuk mengalihkan perhatian dari krisis saat ini.

c Kepercayaan Publik

Kepercayaan Publik adalah keyakinan kolektif masyarakat bahwa PT KAI adalah institusi yang dapat diandalkan, berintegritas, dan berkompeten dalam menjalankan layanannya, terutama dalam menjamin keamanan penumpang. Pemulihan kepercayaan ini merupakan target utama dari seluruh strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh PT KAI. Konsep ini diukur melalui dimensi-dimensi yang terkait langsung dengan layanan kereta api:

a) Keyakinan pada Keamanan Layanan

Dimensi yang mengukur tingkat kepastian publik bahwa PT KAI telah mengambil semua langkah pengamanan yang diperlukan dan efektif untuk melindungi seluruh penumpang dari terulangnya insiden pelecehan seksual di moda transportasi kereta api.

b) Integritas Komunikasi

Dimensi yang menilai persepsi publik terhadap kejujuran, transparansi, dan konsistensi pesan yang disampaikan oleh *Public Relations* PT KAI selama penanganan krisis, di mana komunikasi yang terbuka dan bertanggung jawab akan mengembalikan trust masyarakat terhadap manajemen perusahaan.