

**SOSIALISASI HUMAS DAOP 1 JAKARTA TENTANG  
PENCEGAHAN VIRUS CORONA DI KERETA API**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:  
YOGA ADI NUGRAHA  
051603125161

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA  
2020**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 4 Agustus 2020

Yan: METERAI ... an,

36A84AHF601760584

6000  
ENAM RIBURUPIAH

(Yoga Adi Nugraha)

051603125164

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Yoga Adi Nugraha

NIM : 051603125161

JUDUL : Sosialisasi Humas Daop 1 Jakarta Tentang  
Pencegahan Virus Corona di Kereta Api

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

ESKIPSI : Kehumasan

Menyetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 4 Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing II

Pembimbing I

Risqa Insyah Dwijayanti, M.Ikom

Fitri Sarasati, S.Ikom, M.Sc

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

Sandra Olifia, M.Si

Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Yoga Adi Nugraha  
NIM : 051603125161  
JUDUL : Sosialisasi Humas Daop 1 Jakarta Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Kehumasan

Jakarta, 26 Agustus 2020

Ketua Penguji

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II

Ketua Program Studi  
IKOM/HI

Mengetahui

Dekan FISIP

Sandra Olifia, N151

Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Tuhan YME atas segala rahmat, anugerah dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menuntaskan penulisan skripsi yang berjudul **“SOSIALISASI HUMAS DAOP 1 JAKARTA TENTANG PENCEGAHAN VIRUS CORONA DI KERETA API”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia. Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi yang dibuat masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya, semua kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan isi dari skripsi ini dan selanjutnya.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan pihak disekitar penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dra. Mery L. Panjaitan, M.M., MBA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia
2. Bapak Dr. Radita Gora Tayipnapis, S.Sos, M.M selaku Dekan FISIP Universitas Satya Negara Indonesia
3. Ibu Sandra Olifia, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia

4. Ibu Fitri Sarasati, S.Ikom, M.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang sangat luar biasa telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada saya sehingga dapat terselesaikan penulisan dan penelitian ini
5. Ibu Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing II yang sangat luar biasa telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada saya sehingga dapat terselesaikan penulisan dan penelitian ini.
6. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya humas Daop 1 Jakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di lingkungan kerja tersebut.
7. Kepada seluruh keluarga yang senantiasa selalu mendoakan dan menjadi alasan saya untuk terus maju dan bersemangat dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan segala doa, dukungan serta masukan yang baik yang telah diberikan kepada saya dapat menjadikan pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi penelitian ini dapat bermanfaat untuk para mahasiswa atau semua pihak yang lainnya.

Terimakasih.

Jakarta, 4 Agustus 2020

**YOGA ADI NUGRAHA**  
NIM. 051603125161

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Yoga Adi Nugraha

NIM : 051603125161

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Kehumasan

Sosialisasi Humas Daop 1 Jakarta Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api  
Bibliografi: 5 Buku (2010-2019); 5 Jurnal; 7 Skripsi; 15 Artikel Internet; 3 Media

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api.

Teori didasarkan pada konsep ilmu komunikasi hingga merujuk kepada landasan konseptual mengenai ruang lingkup humas, dan dari landasan tersebut maka terbentuklah suatu alur penelitian yang meliputi ruang lingkup tugas PT. Kereta Api Indonesia yang merujuk pada peran humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi.

Metode penelitian dengan pendekatan paradigma *post positivisme* menggunakan metode studi kasus serta sifat penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah Humas Daop 1 Jakarta. Adapun informan yang digunakan adalah satu informan kunci dari Humas Daop 1 Jakarta dan empat informan penumpang kereta api. Dengan Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Langkah cepat yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi masuknya virus corona yaitu dengan mengerahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun, sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan hand sanitizer, dan menyediakan pos kesehatan di 89 Stasiun.

Peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di Kereta Api sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi.

Kata Kunci: Sosialisasi, Peran Humas, Virus Corona di Kereta Api

Pembimbing I : Fitri Sarasati, S.Ikom, M.Sc

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Yoga Adi Nugraha

NIM : 051603125161

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Kehumasan

Sosialisasi Humas Daop 1 Jakarta Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api  
Bibliografi: 5 Buku (2010-2019); 5 Jurnal; 7 Skripsi; 15 Artikel Internet; 3 Media

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the role of Public Relations Daop 1 Jakarta in conducting socialization to the public about the prevention of corona virus on the Train.*

*The theory is based on the concept of communication science to refer to the conceptual foundation regarding the scope of public relations, and from that foundation a research flow is formed that covers the scope of the tasks of PT. Kereta Api Indonesia which refers to the role of Daop 1 Jakarta public relations in conducting socialization.*

*Research methods with the post positivism paradigm approach using the case study method and the nature of qualitative descriptive research. The subject in this research is Public Relations Daop 1 Jakarta. The informant used was one key informant from Public Relations Daop 1 Jakarta and four train passenger informants. With data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques with several stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions / verification.*

*The quick steps taken by the Jakarta Public Relations DAOP 1 are to anticipate the entry of the corona virus by deploying health trains, dispatching medical teams at stations, socializing at stations, banning careless sneezing, keeping the train clean, providing hand sanitizers, and providing health posts at 89 stations.*

*The role of Public Relations Daop 1 Jakarta in conducting socialization about corona virus prevention in Railways as expert advisors, communication facilitators, problem solving process facilitators, and also as communication technicians.*

**Keywords:** *Socialization, Role of Public Relations, Corona Virus on Train*

Pembimbing I : Fitri Sarasati, S.Ikom, M.Sc

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRANCT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	
2.1 Landasan Konseptual .....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	10
2.1.2 Komunikasi Organisasi .....	19
2.1.3 Komunikasi Organisasi Internal .....	21
2.1.4 Jaringan Komunikasi Formal .....	22
2.2 Landasan Konseptual .....	33
2.2.1 Humas ( <i>Public Relation</i> ) .....	33
2.2.2 Peran Humas .....	36
2.2.3 Fungsi Humas .....	39
2.2.4 Ruang Lingkup Tugas Humas .....	41
2.2.5 Proses Pelaksanaan Tugas Humas .....	41
2.2.6 Pendekatan Strategi Humas .....	42
2.2.7 Jenis-Jenis Kegiatan Humas .....	44
2.2.8 Program Humas .....	45
2.2.9 Hubungan Masyarakat Keluar .....	46
2.3 Alur Penelitian .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	49
3.2 Desain Penelitian .....	49
3.2.1 Paradigma Penelitian .....	50
3.2.2 Pendekatan Penelitian .....	51
3.2.3 Metode Penelitian .....	51

3.2.3 Sifat Penelitian.....	52
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	53
3.4 Key Informant dan Informant .....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Teknik Observasi .....	55
3.5.2 Teknik Wawancara .....	55
3.5.3 Teknik Dokumentasi.....	56
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	56
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	57
3.7.1 Ketekunan dan Keajegan Pengamatan.....	57
3.7.2 Triagulasi.....	57
3.7.3 Perpanjangan Keikutsertaan .....	58
3.8 Teknik Analisis Data .....	58
3.8.1 Reduksi Data.....	59
3.8.2 Penyajian Data.....	60
3.8.3 Pemeriksaan Kesimpulan/Verifikasi.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Objek Penelitian .....	62
4.1.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) .....	62
4.1.2 Logo, Visi, dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) .....	65
4.1.3 Kegiatan Umum Organisasi .....	66
4.1.4 Struktur Organisasi Wilayah Daop Jakarta .....	67
4.1.5 Susunan Manajemen .....	70
4.1.6 Landasan Hukum, Anggaran Dasar, dan Peraturan .....	74
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Peran Humas Daop 1 Jakarta dalam Melakukan Sosialisasi Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api.....	78
4.3 Pembahasan.....	89
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	98
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	Halaman 48
----------------------------------	---------------



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Unsur-Unsur Komunikasi .....	12
Gambar 2.2 Alur Penelitian.....	47
Gambar 4.2 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	64
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bidang Humas .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Wawancara .....	99
Lampiran 2 Dokumentasi .....	108
Lampiran 3 Daftar Hadir Bimbingan .....	118





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kepadatan jumlah penumpang *commuter line* berkurang dengan adanya penyebaran virus Covid 19 atau disebut virus corona. Hal ini tidak mengherankan karena masyarakat khawatir penyebaran virus tersebut diperoleh melalui bersentuhan langsung dengan penderita corona ataupun melalui benda-benda yang dipegang oleh penumpang yang merupakan penderita corona. Selain itu pemerintah pusat maupun pemerintah daerah melarang warganya untuk beraktivitas diluar rumah untuk dapat membatasi penularan virus corona yang dapat menyebar dengan cepat dan menelan banyak korban.

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan pada sistem pernapasan, pneumonia akut, sampai kematian. *Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus Corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. Virus ini bisa menyerang siapa saja, baik bayi, anak-anak, orang dewasa dan lansia. (sumber: <https://www.alodokter.com/virus-corona>).

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang transportasi PT Kereta Api Indonesia juga berupaya untuk mendukung himbuan dari pemerintah untuk dapat mengurangi jumlah penyebaran virus corona melalui

commuter line atau pun kereta jarak jauh. Salah satu tindakan yang dilakukan oleh PT KAI untuk mendukung himbauan pemerintah tersebut adalah dengan mengurangi jadwal operasional KRL hanya sampai jam 20.00 demi keselamatan penumpang dan membatasi kouta tiket untuk KA Lokal Dan KA Jarak Jauh.

Melalui humas DAOP 1 jakarta melaksanakan atau melakukan komunikasi melalui sosialisasi sebuah program pada masyarakat tentang pencegahan corona di kereta atau di stasiun dengan cara memberi himbauan *Social Distancing* yaitu menyebarkan poster atau iklan melalui media sosial dan media *online* yang berisi tentang sebuah himbauan yang pertama jangan melakukan kontak fisik secara langsung atau bersentuhan, yang kedua jika terpaksa beraktivitas di publik jaga jarak minimal 1 meter yang ketiga kurangi aktivitas berinteraksi langsung di tengah orang banyak maka dengan itu PT Kereta Api Indonesia menghimbau masyarakat yang mau menggunakan kereta tidak perlu datang langsung ke stasiun untuk melakukan aktifitas transaksi seperti membeli tiket, mengubah jadwal atau membatalkan tiket melalui aplikasi *online* KAI Access. Selain itu juga petugas dan pegawai kereta api memberikan himbauan langsung terhadap penumpang dengan cara yaitu:

1. Mengarahkan penumpang jarak 1 meter antara penumpang diantrian stasiun baik yang pelayanan maupun boarding,
2. Penumpang jarak jauh dan menengah penumpang menghendaki untuk tidak duduk berdekatan dan oleh sebab itu penumpang berhak meminta dipindahkan kepada kondektur selama terdapat kursi yang kosong,

3. KAI juga melakukan pembatasan kapasitas ka lokal yang semula 150% menjadi 75% melalui *setting ticketing system*,
4. Petugas menghimbau penumpang ketika melakukan proses boarding di stasiun penumpang dapat melakukan scan barcode secara mandiri dan yang terakhir petugas stasiun membagikan masker kepada penumpang krl ka lokal dan kereta api jarak jauh.

Pihak kereta api juga akan melakukan kegiatan formasi 12 dan formasi 10 untuk mengupayakan *social distacing* agar penumpang kereta api menjadi memiliki rasa aman dan nyaman, melakukan pemeriksaan suhu tubuh dan memberikan handsanitizer kepada penumpang di pintu locket sebelum naik kereta, melakukan pencucian gerbong kereta setiap jam operasional berakhir. dan nyaman dengan cara bekerja sama dengan dinas kesehatan Provinsi DKI Jakarta dalam menyemprotan disinfektan di setiap stasiun wilayah Daerah Operasi 1 Jakarta dan selain itu juga PT Kereta Api Indonesia melakukan perubahan jadwal KRL yaitu kereta Bogor/Depok-Jakarta Kota PP sekitar 10-15 Menit jarak keretanya, Bogor/Depok/Nambo-Angke/Jatinegara sekitar 10-15 Menit jarak keretanya, Bekasi-Jakarta Kota PP, Maja/Parung Panjang/Serpong-Tanah Abang PP 15 Menit jarak keretanya, Tangerang-Duri PP 15 Menit jarak keretanya, Tanjung Priok-Jakarta Kota PP 15 Menit jarak keretanya tapi untuk Jadwal KRL Rangkasbitung-Tanah Abang PP dan Bekasi-Jakarta Kota PP masih normal.

Maka dari itu PT Kereta Api Indonesia mengeluarkan surat terbuka kepada masyarakat melalui media sosialnya yaitu tentang permohonan maaf PT KAI atas terlambatnya perjalanan, munculnya antrian saat pengukuran suhu tubuh,

pembatasan antrian, pembatasan jarak tempat duduk diruang tunggu, hingga pengurangan perjalanan karena hal tersebut dapat kami tekan pada pada moda transportasi massal andalan masyarakat indonesia. Dan PT Kereta Api Indonesia juga menyarankan kepada penumpang agar melakukan transaksi secara digital untuk meminimalisasi penularan virus corona untuk memesan tiket bisa menggunakan aplikasi KAI access, website kai.id, dan berbagai channel internal. Kami juga melakukan pengembalian penuh pembatalan tiket demi mendukung arahan pemerintah kepada pemerintah membatasi diluar rumah dalam bentuk pembatalan tiket dalam hal ini KAI akan menerapkan kebijakan pengembalian penuh pembatalan tiket KA Jarak Jauh dan Lokal untuk perjalanan 23 Maret hingga 29 Mei 2020. Pembatalan dapat dilakukan secara online di aplikasi KAI Access atau secara langsung di loket pembatalan Stasiun mulai 23 Maret 2020. Selain itu KAI juga membatalkan beberapa perjalanan KA yaitu KA Argo Parahyangan batal mulai dari tanggal 23-31 Maret 2020, KA Argo Cheribon batal mulai tanggal 23-31 Maret 2020 sedangkan KA 28 relasi Gambir-Cirebon batal mulai tanggal 23 Maret-1 April, KA 29 relasi Cirebon-Gambir batal mulai tanggal 22-31 Maret, KA Bandara BIAS batal mulai tanggal 23 Maret 2020, KA Bandara YIA batal mulai tanggal 23 Maret 2020 demi keamanan dan kenyamanan masyarakat.maka kami mengeluarkan kebijakan tersebut melalui media sosial kami.

Dengan adanya surat edaran nomor: SE. 5 BPTJ Tahun 2020 tentang pembatasan penggunaan moda transportasi untuk mengurangi pergerakan orang dan ke wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi selama massa pandemik corona virus (Covid-19) merekomendasikan kepada pimpinan PT KAI

untuk melakukan langkah-langkah untuk membatasi layanan transportasi umum dan perpindahan orang dari suatu tempat ke tempat lain di wilayah jabodetabek serta dari wilayah jabodetabek dengan cara menghentikan sementara/sebagian layanan kereta api jarak jauh atau antar kota dari dan ke wilayah jabodetabek, dan menutup sementara/sebagian stasiun jabodetabek.

Dengan itu perusahaan KAI merespon dengan cara bertahap mengurangi perjalanan KA sebagai upaya terbaik dalam rangka menekan penyebaran virus corona dengan mengurangi jumlah perjalanan, Mulai 21 Maret 2020 (Tahap 1), 26 Maret 2020 (Tahap 2), dan 1 April 2020 (Tahap 3). Kereta Api yang dibatalkan tahap 2 karena virus corona yaitu KA Taksaka relasi Yogyakarta-Gambir PP mulai tanggal 26-31 Maret 2020, KA Fajar Utama YK relasi Pasar Senen-Yogyakarta PP mulai tanggal 26 Maret-1 April 2020, KA Senja Utama relasi Pasar Senen-Yogyakarta PP mulai tanggal 26-31 Maret 2020, untuk relasi Jakarta-Surabaya Pasar Turi PP KA Gumarang dan KA Sembrani mulai tanggal 26-31 Maret 2020, Relasi Bandung-Gambir PP yaitu KA Turangga ,KA Mutiara Selatan, dan KA Malabar mulai tanggal 26 Maret-1 April 2020 sedangkan untuk KA Argo Wilis hanya mulai tanggal 26 Maret- 31 Maret 2020 dan menyiapkan setiap stasiun wastafel untuk menjaga kenyamanan penumpang kereta api.

Adapun gambar berisi bahan paparan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan terkait risiko penyebaran virus corona yang menyebabkan Covid-19 via transportasi disebutkan bahwa KRL commuterline rute Bogor-Depok-Jakarta Kota berisiko tinggi menjadi area penyebaran virus corona terbesar. Sementara KRL rute Cikarang-Bekasi-Jakarta Timur disebut bebas penyebaran virus corona. "Risiko

kontaminasi terbesar terjadi di wilayah KRL-2 atau rute Bogor-Depok-Jakarta Kota dan Zona KRL-4 (Cikarang-Bekasi-Jakarta Timur) dilaporkan relatif bebas dari Covid-19. Berdasarkan data Dinas Kesehatan DKI Jakarta terkait sebaran virus corona per akhir maret 2020, ada 97 orang masih dirawat dan masuk kategori PDP di Jakarta terkait kasus corona atau Covid-19. Sementara itu, ada 100 orang yang sudah dinyatakan sehat dan sudah dipulangkan. Ada pula 70 orang masuk kategori ODP dan 331 orang telah selesai dipantau (<https://megapolitan.kompas.com/>).

Berbekal data sebaran virus corona di DKI Jakarta yang dimana salah satu sebaran tersebut melalui transportasi Kereta Api wilayah Daop 1 Jakarta. Humas Daop 1 Jakarta langsung merespon akan adanya ancaman tersebut, dan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tim Humas Daop 1 Jakarta langsung melakukan komunikasi melalui sosialisasi kepada seluruh masyarakat pengguna kereta api, baik dalam bentuk sosialisasi secara langsung ataupun dengan himbuan melalui spanduk yang terpasang di stasiun-stasiun dan juga menetapkan protokol kesehatan sesuai dengan arahan pemerintah.

Menurut Trenholm dan Jensen (dalam Fajar, 2013: 31), komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi. Selanjutnya menurut Weaver (dalam Fajar, 2013: 32), komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pemikiran seseorang yang dapat mempengaruhi pikiran orang lain. Effendy (2012: 60), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang

bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbuan, dan sebagai panduan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan Humas Daop 1 Jakarta melalui cara sosialisasi kepada seluruh masyarakat pengguna kereta api.

Sosialisasi adalah proses penanaman atau penghapusan kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog disebut sebagai teori peran sosialisasi (teori peran). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran yang akan dilakukan oleh seorang. Berikut ini adalah definisi dari sosialisasi menurut para ahli, antara lain:

1. Charlotte Buhler (1930); sosialisasi merupakan proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri terhadap bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berpikir kelompoknya, agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya.
2. Irvin L. Child (1930); sosialisasi merupakan segenap proses yang menuntun individu mengembangkan potensi tingkah laku aktualnya yang diyakini kebenarannya dan telah menjadi kebiasaan serta sesuai dengan standar dari kelompoknya.

Tetapi masyarakat tidak mau mengikuti aturan yang diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia masih banyak penumpang kereta api yang datang langsung ke loket dan masyarakat masih banyak yang menggunakan jasa kereta api meskipun ada program dirumah saja, penumpang juga banyak yang masih berdesak-desak dan

tidak mengikuti arahan petugas keamanan, ada saja penumpang yang masih berkumpul di stasiun-stasiun dengan alasan menunggu kereta, dan ada juga penumpang yang tidak mau menggunakan masker atau mencuci tangan dengan handsanitizer yang dipersiapkan petugas stasiun. Ada juga penumpang yang protes atas himbauan dari petugas stasiun padahal himbauan tersebut demi kenyamanan dan keamanan penumpang tersebut. Oleh dengan itu PT Kereta Api Indonesia untuk Daerah Operasi 1 Jakarta melalui humasnya melakukan peran untuk melakukan sosialisasi program KAI tentang pencegahan corona di transportasi kereta api.

Dari uraian tersebut akan sangat menarik hal tersebut untuk diteliti terutama dalam bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan Humas Daop 1 Jakarta kepada masyarakat tentang pencegahan Corona di dalam Kereta Api serta bagaimana respon dari masyarakat akan hal tersebut. Untuk itu penulis mengambil berjudul: **“Sosialisasi Humas DAOP 1 Jakarta Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin menjabarkan pokok permasalahan dalam penelitian ini dalam sebuah rumusan masalah, yaitu: **“Bagaimana peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api?”**.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam peneltian ini, yaitu: “Untuk mengetahui peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api”.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini penulis menyadari adanya manfaat yang akan diberikan dari penelitian ini, antara lain:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian ilmiah dalam bidang ilmu komunikasi untuk khususnya bidang kehumasan tentang peran humas dalam sosialisasi dan social distacing menjadi literatur ilmiah dengan permasalahan yang sesama atau sejenis terutama mengenai peran humas untuk mensosialisasikan sebuah cara untuk mencegah sebuah virus di transportasi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat tentang sebuah program sosialisasi keamanan dari sebuah perusahaan tentang cara mencegah sebuah virus di transportasi. Khususnya bagi masyarakat dalam menyadari kepentingan kesehatan mereka dengan banyaknya kejadian penyakit virus yang banyak.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teoritis (Komunikasi)**

Dalam teori ini, dilandasi pada teori yang relevan dengan tujuan penelitian berdasarkan keselarasan judul dengan teori yang telah ada, dalam penelitian ini menggunakan landasan teori peranan dan diperkuat dengan teori-teori terkait sebagai berikut.

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication dan perkataan ini bersumber pada kata communis. Perkataan communis tersebut dalam pembahasan ini sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti communis di sini adalah sama dalam arti kata sama makna yaitu sama makna mengenai suatu hal. Kesamaan makna dalam proses komunikasi merupakan faktor penting karena dengan adanya kesamaan makna antara komunikan dan komunikator maka komunikasi dapat berlangsung dan saling memahami.

Menurut Trenholm dan Jensen (dalam Fajar, 2013: 31), komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi. Selanjutnya menurut Weaver (dalam Fajar, 2013: 32), komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pemikiran seseorang yang dapat

mempengaruhi pikiran orang lain. Effendy (2002: 60), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbuan, dan sebagai panduan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku.

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian tersebut, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing *human communication* yang sering pula disebut komunikasi sosial atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat komunikasi dapat terjadi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya.

Komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun menggunakan media. Contoh komunikasi langsung tanpa media adalah percakapan tatap muka, pidato tatap muka dan lain-lain sedangkan contoh komunikasi menggunakan media adalah berbicara melalui telepon, mendengarkan berita lewat radio atau televisi dan lain-lain. Menurut Effendy (2013: 8), komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*),

perubahan perilaku (*behaviour change*) dan perubahan sosial (*social change*).

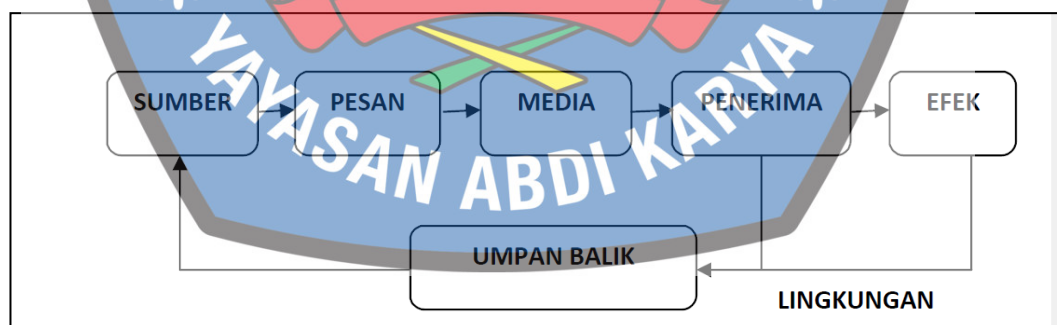
Sedangkan tujuan komunikasi menurut Cangara (2012: 22) adalah sebagai berikut:

1. Supaya Yang Disampaikan Dapat Dimengerti, Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan,
2. Memahami Orang Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan dan tidak berkomunikasi dengan kemauan sendiri.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak,
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki.

Menurut Effendy (2013: 8), komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Agar komunikasi berlangsung efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang akan dijadikan sasaran dan tujuan yang diinginkan. Komunikator harus terampil dalam membuat pesan agar komunikan dapat menangkap pesan yang disampaikan komunikator dan untuk menciptakan komunikasi yang efektif maka pesan dalam komunikasi harus berhasil menumbuhkan respon komunikan yang dituju.

Menurut Effendy (2012: 6), terdapat 5 (lima) komponen yang ada dalam komunikasi yaitu: komunikator (orang yang menyampaikan pesan), pesan (pernyataan yang didukung oleh lambang), komunikan (orang yang menerima pesan), media (sarana yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya), dan efek (dampak sebagai pengaruh dari pesan). Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya maka komunikasi berlangsung dan dengan kata lain hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti maka komunikasi tidak berlangsung dan dengan kata lain hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

Selanjutnya, Cangara (2016: 115) menggambarkan kaitan antara satu unsur dengan unsur yang lain dalam komunikasi yaitu sebagai berikut:



Sumber: (Cangara, 2016: 115)

**Gambar 2.1**  
**Unsur-Unsur Komunikasi**

## 1. Sumber

Sumber sering disebut pengirim pesan atau komunikator. Menurut Vardiansyah (2014: 19), komunikator adalah manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan komunikasinya. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi dan juga kaya ide serta penuh dengan daya kreativitas.

Dilihat dari jumlahnya, komunikator dapat terdiri dari (a) satu orang, (b) banyak orang atau (c) massa. Apabila lebih dari satu orang (banyak orang) dimana mereka relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, maka kumpulan banyak orang ini disebut dengan kelompok kecil. Apabila lebih dari satu orang atau banyak orang dan relatif tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya kurang kuat maka disebut dengan massa (kelompok besar). Namun, apabila banyak orang dengan tujuan yang sama dan untuk mencapai tujuan tersebut terdapat pembagian kerja diantara para anggotanya maka wadah kerja yang terbentuk sebagai kesatuan banyak orang ini lazim disebut dengan organisasi.

## 2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak dan untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh

komunikasikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, lambang, gerak-gerik, bahasa lisan dan bahasa tulisan. Suara, lambang dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam pesan non-verbal sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal (Vardiansyah, 2014: 23).

Hal yang paling penting diperhatikan adalah pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan. Mengingat hal ini maka yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bentuk pesan dan cara penyajian pesan termasuk juga penentuan saluran/media yang harus dilakukan oleh komunikator sebagai penyampai pesan.

### 3. Media

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat dan telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam yaitu media cetak dan media elektronik. Selain media komunikasi tersebut, kegiatan dan tempat

tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan dapat juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian dan pesta rakyat.

#### 4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih dan juga bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima adalah elemen terpenting dalam proses komunikasi karena menjadi sasaran dari komunikasi. Dalam proses komunikasi dapat dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat adanya sumber.

#### 5. Efek

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (Cangara, 2016: 25). Menurut Vardiansyah (2014: 110), efek komunikasi dapat dibedakan atas efek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap) dan konatif (tingkah laku).

Efek bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan, efek bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Perubahan pendapat terjadi apabila terdapat perubahan penilaian terhadap suatu obyek karena adanya informasi yang lebih baru. Perubahan sikap ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip sebagai hasil

evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek baik yang terdapat di dalam maupun di luar dirinya. Berbeda dengan perubahan sikap, perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam tindakan.

Dalam komunikasi antar pribadi dan kelompok, efek dapat diamati secara langsung. Sebaliknya dalam komunikasi massa, efek tidak begitu mudah diketahui sebab selain sifat massa tersebar juga sulit dimonitor pada tingkat mana efek tersebut terjadi. Komunikasi massa cenderung lebih banyak mempengaruhi pengetahuan dan tingkat kesadaran seseorang sedangkan komunikasi antar pribadi cenderung berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang.

#### 6. Umpan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima, tetapi sebenarnya umpan balik juga bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media meskipun pesan belum sampai pada penerima. Contoh dari umpan balik adalah sebagai berikut sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan.

#### 7. Lingkungan

Lingkungan adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan menjadi empat macam yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan

dimensi waktu. Beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi yaitu:

- a. Respect, merupakan sikap hormat dan menghargai terhadap lawan bicara. Melalui sikap ini, kita belajar untuk berhenti sejenak agar tidak mementingkan diri kita sendiri akan tetapi lebih mengutamakan kepentingan orang lain. Melalui informasi yang telah disampaikan, kita berusaha untuk memahami orang lain dan menjaga sikap bahwa kita memang butuh akan informasi tersebut.
- b. Empati, yaitu kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Dalam hal ini, kita berusaha untuk memahami sikap seseorang serta ikut dalam kondisi yang sedang dialami oleh orang tersebut sehingga hubungan emosional pun akan lebih mudah terjalin.
- c. Audible, yaitu dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Hal yang perlu dilakukan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti adalah sebagai berikut: - Buat pesan untuk mudah dimengerti - Fokus pada informasi yang penting - Gunakan ilustrasi untuk membantu memperjelas isi dari pesan - Antisipasi kemungkinan masalah yang akan muncul.
- d. Clarity, yaitu kejelasan dari pesan yang disampaikan. Kejelasan dari pesan dibutuhkan melalui symbol, bahasa yang baik, penegasan kata dan sebagainya. Penyampaian pesan tidak bisa hanya sekali saja akan tetapi harus berulang kali karena sifat pesan yang biasanya

pesan yang lama akan kalah dengan pesan yang baru dan agar pesan yang lama tidak dilupakan maka perlu diingatkan kembali.

- e. Humble, yaitu sikap rendah hati dimana melalui sikap rendah hati, seseorang akan lebih menghargai orang lain baik sikap, tindakan serta perkataannya. Melalui sikap ini, akan lebih memudahkan seseorang untuk menyampaikan pesan karena sikap ini lebih mengutamakan kepentingan orang lain dari pada kepentingan sendiri.

### 2.1.2 **Komunikasi Organisasi**

Manusia merupakan makhluk sosial karena mereka hidup bersamasama di dalam atau ditengah-tengah suatu masyarakat. Manusia hanya bisa bertahan hidup dalam masyarakat jika mereka menjalani kehidupan sebagai sebuah aktivitas interaksi dan kerjasama yang dinamis dalam suatu jaringan kedudukan dan perilaku. Aktivitas interaksi dan kerjasama itu terus berkembang secara teratur sehingga terbentuklah wadah yang menjadi tempat manusia berkumpul yang disebut organisasi.

Organisasi juga merupakan suatu kelompok yang mempunyai diferensiasi peranan atau kelompok yang sepakat untuk mematuhi seperangkat norma-norma. Menurut Pauce dan Faules (dalam Liliweri, 2014: 1), istilah organisasi sosial merujuk kepada pola-pola interaksi sosial seperti frekuensi dan lamanya kontak antara orang-orang, kecenderungan mengawali kontak, arah pengaruh antara orang-orang, derajat kerja sama, perasaan tertarik dan perilaku sosial orang-orang yang disebabkan oleh situasi sosial mereka.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya apabila kurang atau tidak adanya komunikasi maka organisasi akan macet atau berantakan. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapan pun juga setidak-tidaknya terdapat satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi yang menafsirkan suatu pertunjukan pesan (Pace dan Don F, 2015: 31).

Menurut Goldhaber (1986: 14), komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah. Komunikasi organisasi mempunyai peranan penting dalam memadukan fungsi-fungsi manajemen dalam suatu perusahaan yaitu:

1. Menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan,
2. Menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan,
3. Melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dengan cara efektif,
4. Memimpin, mengarahkan, memotivasi dan menciptakan iklim yang menimbulkan keinginan orang untuk memberikan kontribusi,
5. Mengendalikan prestasi (dalam Purba, 2016: 112).

Menurut Sriussadaporn-Charoenngam, Nongluck dan Fredric M Jabin (dalam Mas'ud, 2014: 74), terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur komunikasi dalam organisasi yaitu:

1. Bijaksana dan Kesopanan, yaitu berkomunikasi dengan menggunakan pilihan kata yang tepat dan disampaikan dengan bahasa yang sopan dan halus,
2. Penerimaan Umpan Balik, yaitu penerimaan tanggapan dari pesan atau isi pesan yang disampaikan,
3. Berbagi Informasi, yaitu memberikan informasi baik informasi kemajuan maupun permasalahan yang ada kepada rekan sekerja maupun pimpinan,
4. Memberikan Informasi Tugas, yaitu menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tugas,
5. Mengurangi Ketidakpastian Tugas, yaitu menyampaikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai pelaksanaan tugas agar tugas dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.

### **2.1.3 Komunikasi Organisasi Internal**

Komunikasi internal yang berkaitan dengan organisasi didefinisikan oleh Lawrence D Brennan (dalam Effendy, 2013: 122) sebagai pertukaran gagasan diantara para pimpinan dan pegawai dalam suatu organisasi dan lengkap dengan strukturnya yang khas serta adanya pertukaran gagasan secara horisontal dan vertikal di dalam organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung.

Organisasi sebagai kerangka kekerjaan menunjukkan adanya pembagian tugas antara orang-orang di dalam organisasi yang dapat diklasifikasikan sebagai

tenaga pimpinan dan tenaga yang dipimpin. Untuk menyelenggarakan dan mengawasi pelaksanaan tujuan yang akan dicapai pimpinan, dibuat peraturan sedemikian rupa sehingga pimpinan tidak perlu berkomunikasi langsung dengan seluruh karyawan. Pimpinan membuat kelompok-kelompok menurut jenis pekerjaannya dan mengangkat seseorang sebagai penanggung jawab atas kelompoknya dimana jumlah kelompok serta besarnya kelompok tergantung pada besar kecilnya organisasi.

#### **2.1.4 Jaringan Komunikasi Formal**

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Sejumlah orang tersebut saling bertukar pesan dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui jalan tertentu yang disebut dengan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya di antara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga di antara keseluruhan orang dalam organisasi.

Menurut Muhammad (2017: 107), jaringan komunikasi organisasi terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Jaringan Komunikasi Formal

Pesan yang mengalir melalui jalan resmi dan ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan, maka pesan tersebut merupakan jaringan komunikasi formal. Terdapat tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti garis komunikasi yaitu komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari

atasan kepada bawahan, dan komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya.

## 2. Jaringan Komunikasi Informal

Pegawai yang berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi dalam organisasi, maka pengarahannya bersifat pribadi. Jaringan komunikasi tersebut lebih dikenal dengan desas-desus atau kabar angin. Informasi yang diperoleh dari desas-desus adalah yang berkenaan dengan apa yang didengar atau apa yang dikatakan orang dan bukan apa yang diumumkan oleh yang berkuasa.

Pesan yang mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan merupakan pesan dalam jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horizontal. Menurut Gibson et al (1997: 57), terdapat tiga jenis komunikasi formal dalam organisasi, yaitu:

### 1. Komunikasi Horizontal (Komunikasi Lateral/Menyamping)

Merupakan bentuk komunikasi secara mendatar dimana terjadi pertukaran pesan secara menyimpang dan dilakukan oleh dua pihak yang mempunyai kedudukan yang sama, posisi yang sama, jabatan yang se-level maupun eselon yang sama dalam suatu organisasi. Menurut Daft (2013: 148), komunikasi bentuk ini selain berguna untuk menginformasikan juga untuk meminta dukungan dan mengkoordinasikan aktivitas. Komunikasi horizontal diperlukan untuk menghemat waktu dan memudahkan

koordinasi sehingga mempercepat tindakan (Robbins, 1996: 9). Kemudahan koordinasi ini terjadi karena adanya tingkat, latar belakang pengetahuan dan pengalaman yang relatif sama antara pihak-pihak yang berkomunikasi serta adanya struktur formal yang tidak ketat.

## 2. Komunikasi Diagonal

Merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak kepada pihak lain dalam posisi yang berbeda, dimana kedua pihak tidak berada pada jalur struktur yang sama. Komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level yang berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain. Komunikasi diagonal merupakan saluran komunikasi yang jarang digunakan dalam organisasi, namun penting dalam situasi dimana anggota tidak dapat berkomunikasi secara efektif melalui saluran-saluran lain. Penggunaan komunikasi ini selain untuk menanggapi kebutuhan dinamika lingkungan organisasi yang rumit juga akan mempersingkat waktu dan memperkecil upaya yang dilakukan oleh organisasi (Gibson et al, 1997: 59).

## 3. Komunikasi Vertikal

Merupakan komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan dalam organisasi. Robbins (1996: 8), menjelaskan bahwa komunikasi vertikal adalah komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam suatu organisasi ke suatu tingkat yang lebih tinggi atau tingkat yang lebih rendah secara timbal balik. Dalam lingkungan organisasi, komunikasi antara atasan dan bawahan menjadi kunci penting kelangsungan hidup suatu organisasi.

Menurut Stonner dan Freeman (1994: 158), dua per tiga dari komunikasi yang dilakukan dalam organisasi berlangsung secara vertikal antara atasan dan bawahan sehingga peran komunikasi vertikal sangat penting dalam suatu organisasi. Pada dasarnya, komunikasi vertikal memiliki dua pola, yaitu:

a. Komunikasi Ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ke atas mengacu pada pesan atau informasi yang dikirim dari tingkat bawah ke tingkat atas dalam hirarki organisasi. Para pegawai menggunakan saluran komunikasi ini sebagai kesempatan untuk mengungkapkan ide atau gagasan yang mereka ketahui dan membantu para pegawai untuk menerima jawaban yang lebih baik tentang masalah dan tanggung jawabnya (Mulyana, 2015: 103). Komunikasi ke atas mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

- 1) Pimpinan dapat mengetahui kapan bawahannya siap untuk diberi informasi dan pimpinan dapat mempersiapkan diri menerima apa yang disampaikan bawahannya,
- 2) Pimpinan memperoleh informasi yang berharga dalam pembuatan keputusan,
- 3) Komunikasi ke atas dapat memperkuat apresiasi dan loyalitas pegawai terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan kepada pegawai untuk mengajukan pertanyaan, ide dan saran tentang jalannya organisasi,

- 4) Komunikasi ke atas dapat mendorong munculnya desas desus dan memberikan kesempatan bagi pimpinan untuk mengetahuinya,
- 5) Komunikasi ke atas memberikan petunjuk bagi pimpinan apakah pegawainya menangkap arti dari komunikasi ke bawah yang dilakukannya,
- 6) Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalahmasalah pekerjaan dan memperkuat keterlibatan pegawai dalam tugas-tugasnya dan organisasi (Muhammad, 2017: 117).

Beberapa informasi yang harus diperoleh pimpinan dari pegawainya dalam komunikasi ke atas adalah:

- 1) Apa yang dilakukan pegawai, bagaimana pekerjaannya, hasil yang dicapainya, kemajuan mereka dan rencana masa yang akan datang,
- 2) Menjelaskan masalah-masalah pekerjaan yang tidak terpecahkan yang mungkin memerlukan bantuan tertentu,
- 3) Menawarkan saran atau ide bagi penyempurnaan unitnya masingmasing ataupun organisasi secara keseluruhan,
- 4) Menyatakan bagaimana pikiran dan perasaan mereka mengenai pekerjaan, teman sekerja dan organisasi (Muhammad, 2007: 118).

Kenyataannya, informasi tersebut di atas tidak disampaikan pegawai kepada pimpinannya. Menurut Sharma (dalam Muhammad, 2007: 118), kesulitan menyampaikan informasi tersebut dikarenakan beberapa hal yaitu:

- 1) Kecenderungan pegawai untuk menyembunyikan perasaan dan pikirannya. Hasil studi memperlihatkan bahwa pegawai merasa bahwa mereka akan mendapat kesukaran apabila menyatakan apa yang sebenarnya menurut pikiran mereka, sehingga cara yang terbaik adalah mengikuti saja apa yang disampaikan pimpinannya.
- 2) Pegawai beranggapan bahwa pimpinan tidak tertarik pada masalah mereka. Pimpinan bisa saja tidak memberikan respon terhadap masalah pegawainya bahkan menahan komunikasi ke atas, hal ini dilakukan agar pimpinan tetap memiliki pandangan yang baik dari atasan yang lebih tinggi.
- 3) Kurangnya penghargaan terhadap pegawai yang melaksanakan komunikasi ke atas. Seringkali pimpinan tidak memberikan penghargaan yang nyata kepada pegawai untuk memelihara keterbukaan komunikasi ke atas,
- 4) Pegawai beranggapan bahwa pimpinan mereka tidak dapat menerima dan merespon terhadap apa yang dikatakan oleh mereka. Pimpinan terlalu sibuk untuk mendengarkan atau pegawai susah untuk menemuinya.

Kombinasi dari perasaan dan kepercayaan pegawai tersebut menjadi penghalang yang kuat bagi pegawai untuk menyatakan ide, pendapat atau informasi kepada atasan. Selain sulitnya melaksanakan komunikasi ke atas, komunikasi yang disampaikan juga belum tentu efektif karena dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, yaitu:

- 1) Komunikasi ke atas lebih mudah digunakan oleh pembuat keputusan pengelolaan apabila pesan tersebut disampaikan tepat waktu,
- 2) Komunikasi ke atas yang bersifat positif lebih mungkin digunakan oleh pembuat komunikasi yang bersifat negative,
- 3) Komunikasi ke atas akan lebih mungkin diterima apabila pesan tersebut mendukung kebijaksanaan yang baru,
- 4) Komunikasi ke atas mungkin akan lebih efektif apabila komunikasi itu langsung kepada penerima yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan,
- 5) Komunikasi ke atas akan lebih efektif apabila komunikasi tersebut mempunyai daya tarik bagi penerima pesan.

b. Komunikasi Ke Bawah (*Downward Communication*)

Menurut Lewis (dalam Muhammad, 2007: 108), komunikasi ke bawah dilakukan untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman

karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Secara umum, Muhammad (2017: 108) menyebutkan bahwa komunikasi ke bawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe yaitu:

1) Instruksi Tugas; Merupakan pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka

dan bagaimana melakukannya. Pesan tersebut bervariasi bisa berupa perintah langsung, diskripsi tugas, prosedur manual, program latihan tertentu, alat-alat bantu melihat dan mendengar yang berisi pesan-pesan tugas dan sebagainya,

2) Rasional; Merupakan pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas tersebut dengan aktivitas lain dalam organisasi. Kualitas dan kuantitas dari komunikasi rasional ditentukan oleh filosofi dan asumsi pimpinan mengenai bawahannya. Apabila

pimpinan menganggap bawahannya pemalas atau hanya mau bekerja apabila dipaksakan maka pimpinan memberikan pesan yang bersifat rasional ini sedikit. Tetapi

apabila pimpinan menganggap bawahannya merupakan orang yang dapat memotivasi diri sendiri dan produktif maka biasanya diberikan pesan rasional yang banyak,

3) Ideologi; Merupakan perluasan dari pesan rasional dimana dalam pesan rasional terdapat penjelasan tugas dan

kaitannya dengan perpektif organisasi sedangkan pada pesan ideologi lebih pada mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.

4) Informasi; Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional. Contoh dari pesan informasi adalah buku handbook.

5) Balikan; Merupakan pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Salah satu bentuk sederhana dari balikan ini adalah pembayaran gaji karyawan yang telah siap melakukan pekerjaannya atau apabila tidak ada informasi dari atasan yang mengkritik pekerjaannya berarti pekerjaannya sudah memuaskan. Sebaliknya apabila hasil pekerjaan karyawan kurang baik maka balikan yang diberikan mungkin berupa kritikan atau peringatan terhadap karyawan tersebut.

Semua bentuk komunikasi ke bawah tersebut dipengaruhi oleh struktur hierarki dalam organisasi. Pesan ke bawah cenderung bertambah karena pesan tersebut bergerak melalui tingkatan hierarki secara berturut-turut. Hal yang perlu diperhatikan juga dalam

komunikasi ke bawah adalah pimpinan hendaknya mempertimbangkan saat yang tepat bagi pengiriman pesan dan dampak yang potensial kepada tingkah laku karyawan.

Menurut Katz dan Kahn (dalam Pace dan Don F, 2005: 185), terdapat lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan kepada bawahan, yaitu

- 1) Informasi bagaimana melakukan pekerjaan,
- 2) Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan,
- 3) Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi,
- 4) Informasi mengenai kinerja pegawai,
- 5) Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.

Menurut Liliweri (2014: 86), terdapat beberapa masalah yang harus diperhatikan dalam melaksanakan komunikasi ke bawah yaitu:

- 1) Pimpinan tidak terlalu paham mengenai downward communication sehingga pimpinan memberikan instruksi secara alamiah saja tanpa banyak menjelaskan secara rinci sehingga terjadi umpan balik yang tidak dikehendaki dan hanya didiamkan saja,
- 2) Pesan tidak lengkap dan tidak jelas,
- 3) Kelebihan pesan membuat orang menjadi bingung,

- 4) Pesan melewati banyak bagian yang tidak memiliki persepsi yang sama terhadap pesan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut diatas, Davis (dalam Muhammad, 2017: 112) memberikan beberapa saran dalam melaksanakan komunikasi ke bawah, yaitu:

- 1) Pimpinan hendaklah sanggup memberikan informasi kepada pegawainya apabila dibutuhkan. Apabila pimpinan tidak memiliki informasi yang dibutuhkan, pimpinan perlu mengatakan secara terus terang dan berjanji akan mencari jawaban.
- 2) Pimpinan hendaklah membagi informasi yang dibutuhkan oleh pegawainya,
- 3) Pimpinan hendaklah mengembangkan suatu perencanaan komunikasi sehingga pegawai dapat mengetahui informasi yang diharapkannya,
- 4) Pimpinan hendaklah berusaha membentuk kepercayaan diantara pengirim dan penerima pesan. Kepercayaan ini akan mengarahkan kepada komunikasi terbuka yang akan mempermudah adanya persetujuan antara pegawai dan pimpinannya.



## 2.2 Landasan Konseptual

Landasan konseptual merupakan suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang harus diteliti, konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu konsep ilmu atau teori yang digunakan berdasarkan masalah yang dirumuskan dalam penelitian.

### 2.2.1 Humas (*Public Relation*)

Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat konsensus mutlak tentang definisi dari humas (*public relations*). Ketidakepakatan tersebut disebabkan oleh: *pertama*, beragannya definisi *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional humas didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas. *Kedua*, perbedaan latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi. *Ketiga*, adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan *public relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan milenium ketiga saat ini.

Pada tahun 1947, di New York berkumpul sejumlah ahli dan pemikir PR. Pada forum tersebut tidak kurang 2000 definisi dikemukakan. Dari sekian banyak definisi diperoleh suatu rumusan yang dapat diterima oleh semua peserta forum, yakni rumusan Griswold sebagai berikut “*Public relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan penilaian terhadap sikap publik, menyesuaikan

kebijaksanaan tata kerja dari suatu organisasi atau perorangan dengan kepentingan publik dan melakukan program aksi untuk memperoleh pengertian dan persetujuan publik” (Soegiardjo dalam; Gassing dan Suryanto, 2016:7-8).

Sedangkan, menurut Rex Harlow dalam bukunya *A Model for Public Relations Education for Professional Practices*, menyatakan “PR sebagai fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara 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 dan Suryanto, 2016:9-10).

Pada tahun 1978, para pakar *public relations* mengadakan pertemuan di Meksiko yang menghasilkan *The Statement of Mexico*. Pertemuan itu merumuskan definisi PR sebagai “Praktik *public relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi – konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan – kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum”. Sementara itu, menurut J. C. Seidel bahwa *public relations* adalah proses yang kontinu dari usaha manajemen untuk memperoleh kehendak baik (*goodwill*)

dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya, dan publik pada umumnya (Gassing dan Suryanto, 2016:11).

Meskipun masing – masing definisi mempunyai perbedaan penekanan, namun pada dasarnya terdapat beberapa unsur utama, yaitu:

1. PR merupakan fungsi manajemen; artinya *public relations* bertugas membantu operasional manajemen organisasi.
2. PR terkait erat dengan komunikasi; *public relations officer* bertanggung jawab mengkomunikasikan berbagai kebijakan dan tindakan perusahaan kepada publik, baik internal maupun eksternal. Humas juga berkewajiban memberikan perhatian terhadap sikap, aspirasi dan perasaan khalayak untuk disalurkan dan disampaikan kepada pihak manajemen. Oleh sebab itu, humas harus menjadi mediator. Komunikasi yang dibangun sifatnya harus dua arah. Tujuannya untuk menciptakan saluran informasi sehingga tidak ada aspirasi atau harapan dari dua pihak yang terhambat.
3. PR berkaitan erat dengan opini publik; praktisi humas harus tekun mencari dan mengumpulkan informasi dari khalayak. Setelah itu, seorang humas harus menginterpretasikannya informasi tersebut dan melaporkan kepada pihak manajemen jika mempengaruhi kebijakan. Oleh sebab itu, humas harus mampu mempengaruhi pandangan publik dengan memberikan informasi yang aktual, objektif, dilakukan dengan strategi dan disampaikan secara persuasif. Upaya tersebut akan menghasilkan opini publik yang positif.

4. Praktik PR merupakan seni dan ilmu; *public relations* merupakan ilmu sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi atas kebijakan, memberi saran kepada pimpinan dan melaksanakan program yang sudah direncanakan. Sebagai seni, *public relations* harus mampu mengimplementasikan kemampuan secara profesional sehingga tercipta komunikasi yang harmonis antara institusi dengan semua *stakeholder*. *Public relations* sebagai ilmu, artinya dalam menjalankan profesi harus dilandasi teori dan referensi yang memadai.

### 2.2.2 Peran Humas

Peranan humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori (Dozier dan Broom dalam: Ruslan, 2016:20–21), sebagai berikut:

1. Penasihat Ahli (*Expert prescriber*); seorang praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).
2. Fasilitator Komunikasi (*Communication facilitator*); dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Disisi lain, dia juga dituntut untuk mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta rasa saling percaya, pengertian, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua pihak.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process facilitator*); peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pemimpin organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi. Biasanya dalam menghadapi krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli humas dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

4. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*); Berbeda dengan tiga peran praktisi humas profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peran teknisi komunikasi ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing – masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan.

Sementara menurut Rosady Ruslan (2016:26) di dalam bukunya “Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi”, menyebutkan bahwa peranan dari *Public Relations* adalah:

1. *Communicator*; artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.
2. *Relationship*; kemampuan peran Humas (*Public Relations*) membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.
3. *Back up management*; melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.
4. *Good image maker*; Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas public relations dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.

Peran humas tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” top manajemen dalam organisasi. Disamping itu, dalam melaksanakan perannya, seorang praktisi humas harus memiliki keahlian sebagai berikut (Ruliana, 2014:196):

1. Sebagai Creator; harus memiliki kreativitas dalam penciptaan suatu gagasan, ide – ide, atau buah pemikiran yang cemerlang.
2. Sebagai Conseptor; mempunyai keahlian sebagai konseptor dalam penyusunan program humas dan rencana lainnya.
3. Sebagai Mediator; kemampuan menguasai teknik komunikasi baik melalui media secara lisan maupun tertulis dalam penyampaian pesan atau menyalurkan informasi dari lembaga atau perusahaan yang diwakilinya kepada publik yang dijadikan sasaran.
4. Sebagai Problem Solver; memiliki kemampuan mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi, baik secara proaktif, antisipatif, inovatif, dinamis, dan solutif.

### 2.2.3 Fungsi Humas

Menurut Greener (2002:16) terdapat 3 fungsi Humas dalam sebuah organisasi, yaitu:

1. Jasa Humas sangatlah murah jika dibandingkan metode mengkomunikasikan dan mempublikasikan pesan lainnya. Kampanye sebuah perusahaan iklan, misalnya, dapat memakan biaya sekitar lima ratus ribu poundsterling belum termasuk penayangan di televisi. Sedang kampanye Humas hanya memerlukan 10% dari biaya itu. Kekurangan dalam control apa yang dikatakan, dimana dan kapan seringkali dapat di kesampingkan karena adanya alasan kedua.
2. Opini yang tidak memihak. Jika produk anda diulas pers dan media, masyarakat yakin bahwa pihak ketiga telah menguji, memahami dan yakin

akan kewajaran harga produk tersebut. Tidak satu iklanpun dapat melakukan hal ini karena secara tidak disadari iklan dianggap membawa propaganda atau pesan bayaran. Meskipun kadang- kadang masyarakat masih saja mempercayai apa yang tertulis di dalam surat kabar.

3. Humas menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses pertumbuhan bisnis keseluruhan. Saat ini, Humas menjadi bagian yang integral dari disiplin ilmu manapun, yang membentuk struktur organisasi swasta dan pemerintah yang baik. Beroperasi dalam tiga bidang klasik produk, bisnis dan urusan intern, membuat Humas memberikan pelayanan yang melengkapi tujuan pertumbuhan dan keuntungan secara umum, dengan mengaitkan diri dengan bagian pemasaran, penjualan, personalia, manufacturing, pembelanjaan, pembiayaan, teknik, perencanaan bisnis dan bagian lain dari struktur bisnis modern yang terintegrasi. Memang pada beberapa sisi, Humas melingkupi semua hal diatas lewat cara yang tidak dapat dilakukan yang lainnya, pada beberapa struktur, direktur Humas lebih dekat dengan pimpinan perusahaan dibandingkan dengan direktur lainnya.

Humas dalam suatu instansi dikatakan berfungsi apabila humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan lainnya. Fungsi

Humas:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

3. Menciptakan komunikasi dua arah yang timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dengan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum (Effendy, 2013:46).

#### 2.2.4 Ruang Lingkup Tugas Humas

Adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi/perusahaan antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1. Membina hubungan ke dalam (*public internal*); yang dimaksud dengan *public internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.
2. Membina hubungan keluar (*public eksternal*); yang dimaksud *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Dengan demikian, peran Humas/PR bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (*inward looking*) dan ke luar (*outward looking*).

#### 2.2.5 Proses Pelaksanaan Tugas Humas

Supaya pelaksanaan tugas humas dapat dijalankan sesuai dengan peranannya, maka penting untuk diketahui bahwa terdapat proses dalam

pelaksanaan tugas tersebut, berikut ini proses pelaksanaan tugas humas menurut Widjaja (2015:56):

1. Menyediakan dan mendengar (*fact finding*)

Taraf *research-listening* atau *fact finding*, meliputi penelitian pendapat, sikap dan reaksi orang-orang atau publik. Disini dapat diketahui masalah apa yang sedang dihadapi.

2. Mengambil ketentuan dan merencanakan (*Planning*)

Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisa lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijaksanaan dan kegiatan organisasi. Pada taraf ini bisa ditemukan "pilihan yang diambil".

3. Melaksanakan komunikasi (*communication*)

Rencana-rencana di atas harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode yang sesuai. Dalam tahap ini kita "menerangkan (menjelaskan) tindakan yang diambil dan apa alasan jatuhnya pilihan tersebut".

4. Penilaian (*evaluation*)

Dinilai segi-segi berhasil dan tidaknya, apa sebab-sebabnya, apa yang sudah dicapai, apa resep kemanjurannya dan apa faktor penghambatnya. "Itulah pertanyaan yang timbul dalam tahap ini".

## 2.2.6 Pendekatan Strategis Humas

Menurut Ruslan (2012:142), Humas berfungsi menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antar pejabat huas

dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran), fungsi tersebut diwujudkan dengan pendekatan atau strategi humas sebagai berikut:

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (sociologi approach), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terkam pada setiap berita atau surat pembaca yang dimuat di media massa.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timabal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian.

3. Pendekatan Tanggung Jawab

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasaramnya, namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4. Pendekatan Eksternal

Berupa membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam maupun keluar untuk meningkatkan kerja sama.

### 2.2.7 Jenis-Jenis Kegiatan Humas

Ada 5 bentuk utama kegiatan Humas menurut Greener (2012:19), yaitu:

#### 1. Humas Produk

Merupakan aspek paling umum dan tradisional dari pekerjaan Humas: Promosi produk, merek atau layanan, terutama melalui pers dan media. Yang juga melibatkan usaha mendorong para wartawan agar menulis tentang produk atau layanan itu, diharapkan dalam nada yang positif, tetapi paling tidak mereka menuliskannya. Hal itu akan membuat pembeli sadar akan adanya barang itu tanpa mengeluarkan biaya advertising, sedang pada waktu yang bersamaan melakukan hal yang sama dengan menyajikan pendapat pihak ketiga.

#### 2. Humas Bisnis

Kebanyakan pendekatan Humas yang halus berbentuk penciptaan citra perusahaan lewat mana pembeli bisa mendapatkan produk atas layanan yang baik karena adanya riwayat perusahaan yang baik, dan berpotensi dalam memperluas pertumbuhan, keuntungan, stabilitas dan seterusnya. Kadang-kadang digunakan untuk memperkuat program Humas Produk, hal itu seringkali sangat menunjang peningkatan keyakinan masyarakat.

#### 3. Humas Keuangan

Sebuah cabang disiplin yang menuntut keterampilan tinggi, Humas Keuangan memerlukan pengetahuan yang sempurna tentang cara bekerja the City (Pusat keuangan dan komersial London), dengan lembaga-lembaga keuangannya, peraturan, kebiasaan khusus dan persyaratan investor serta

analisis di samping kerumitan pasar modal. Karena Humas Keuangan sangat terfokus, sehingga sebagian besar Humas keuangan hidup dengan nyaman dan tidak perlu melakukan hal lain lagi. Selama bertahun-tahun terjadi kekurangan Humas keuangan yang berbakat dan hal itu dapat terlihat dari besarnya pembayaran konsultan dan Humas keuangan.

#### 4. Humas Politik

Adalah lapangan yang juga sangat khusus dan berkaitan erat dengan lobbying parlemen, sedang kegiatannya terus meningkat selama sepuluh tahun terakhir. Biasanya dipimpin oleh bekas politikus atau pegawai pemerintah, dan merupakan cabang ilmu yang tidak terlalu berhubungan dengan Humas pada umumnya.

#### 5. Humas Internal

Ini merupakan salah satu bagian penting dimana seseorang dapat bekerja, yang selama beberapa tahun bahkan sampai sekarang merupakan tanggung jawab bagian personalia. Meskipun demikian bukanlah suatu kebetulan bila tindakan pertama yang dilakukan Sir Michael Edwardes ketika menjadi pemimpin perusahaan Leyland di tahun 1976, adalah memindahkan tanggung jawab itu dari bagian Personalia ke bagian Humas.

### 2.2.8 Program Humas

Sesuai dengan perannya sebagai pengendali untuk kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka program Humas dititikberatkan sebagai berikut, menurut Widjaja (2013:61) ada 3 program Humas, yaitu:

### 1. Program Pelayanan

Program ini berupa pelayanan data atau informasi baik secara lisan maupun tertulis, termasuk penyelenggaraan display tetap dan pameran.

### 2. Program Mediator

Program ini berupa penerbitan berbagai media massa, penyelenggaraan konferensi pers, wisata pers, menjawab surat pembaca, menanggapi tajuk rencana yang negatif dan lain-lain.

### 3. Program Dokumenter

Program ini berupa pembuatan dokumentasi film, foto rekaman (kaset audio dan video) transkrip pidato dan lain-lain.

#### 2.2.9 Hubungan Masyarakat Keluar (Publik Eksternal)

Menurut Widjaja (2015:73) hubungan masyarakat keluar turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu badan atau lembaga. Hubungan masyarakat keluar ini dikenal sesuai dengan khalayak dari publik eksternal yang terdiri dari:

##### 1. *Perss Relation*

Yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnya dengan media massa seperti pers, radio, film, dan televisi yang utama adalah pers.

##### 2. *Government Relation*

Yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah. Baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

### 3. *Community Relations*

Yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.

### 4. *Supplier Relations*

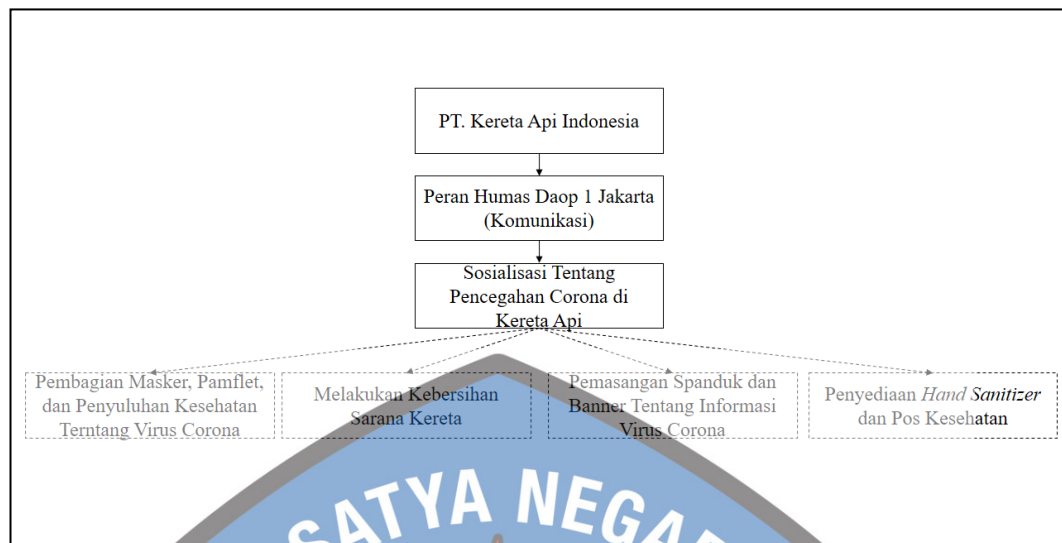
Mengatur dan memelihara hubungan dengan para leveransir (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur serta dengan harga dan syarat- syarat yang wajar.

### 5. *Customer Relation*

Mengatur dan memelihara hubungan dengan para pelanggan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langgananlah yang sangat membutuhkan perusahaan, bukan sebaliknya.

## 2.3 **Alur Pemikiran**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan Virus Corona di Kereta Api. Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, maka peneliti membuat bagan melalui alur pemikiran sebagai berikut:



Sumber: (Diolah Penulis, 2020)

### Gambar 2.2. Alur Penelitian

Berdasarkan alur penelitian yang ditunjukkan pada gambar diatas, alur penelitian didasarkan pada PT. Kereta Api Indonesia melalui Humas Daop 1 Jakarta untuk melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di Kereta Api. Adapun langkah-langkah sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Daop 1 Jakarta yaitu dengan pembagian masker, pamflet dan penyuluhan tentang kesehatan tentang virus corona, kemudian melakukan kebersihan sarana kereta, pemasangan spanduk dan banner tentang informasi virus corona, serta penyediaan hand sanitizer dan pos kesehatan. Dari langkah-langkah sosialisasi tersebut kemudian akan muncul persepsi-persepsi dari masyarakat (secara khusus pengguna kereta api) yang pada akhirnya akan menjadi tolak ukur sejauh mana keberhasilan dari sosialisasi tersebut.

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Daop 1 Jakarta yang beralamat di Jl. Cikini Raya, Cikini, Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Waktu digunakan dalam penelitian ini meliputi pra penelitian selama 2 bulan dan penelitian yang diperkirakan selama 4 bulan terhitung sejak Bulan Maret 2020 sampai dengan Bulan Agustus 2020. Adapun gambaran dari jadwal penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1.  
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan (2020)					
		Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug
1	Pra Penelitian						
2	Penyusunan Proposal						
3	Seminar Proposal						
4	Pengumpulan Data						
5	Analisis Data						
6	Penyusunan Laporan						
7	Sidang Skripsi						

Sumber: (Diolah Penulis, 2020)

#### 3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, desain penelitian merujuk pada beberapa konsep yang digunakan yang mencakup paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, dan sifat penelitian dengan penjelasan sebagai berikut.

### 3.2.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma Post-Positivisme. Paradigma penelitian memiliki arti sebagai sebuah kerangka berpikir yang menjelaskan cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial yang ada. Selain itu, paradigma juga melihat bagaimana perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori yang yang dituangkan dalam penelitian (Noor, 2017:33).

Paradigma pada penelitian ini dengan menggunakan Post-Positivisme yang bersifat naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditentukan dilapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Paradigma Post-Positivisme menurut Creswell yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto dalam buku “Metodologi Penelitian Public Relation” menyatakan bahwa:

1. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun. Kita tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut. Untuk itu, bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim yang kebenarannya lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan

yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kasualitas dari suatu persoalan.

4. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap Objektif. Para peneliti terus menguji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya mengandung bias. (Ardianto, 2016: 60-61)

### 3.2.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Djarm'an Satori (2011: 23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambargambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya.

Selain itu, Sugiyono (2012:9) juga mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

### 3.2.3 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bila mana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak

tampak secara tegas atau jelas dan menggunakan berbagai sumber atau multisumber bukti (Yin, 2011). Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata seperti siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional dan kematangan industri-industri. Studi kasus dipahami sebagai pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasi suatu kasus dalam konteksnya yang ilmiah tanpa adanya intervensi pihak luar.

#### 3.2.4 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011:73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel- variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Menurut Elvinaro dalam buku Metode Penelitian Public Relations memberikan pengertian mengenai metode deskriptif sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode yang menitik beratkan pada observasi suasana alamiah (natural setting). Peneliti terjun langsung ke lapangan bertindak sebagai pengamat

dan membuat observasi tanpa berusaha memanipulasi variabel (Elvinaro, 2010: 60)”.  
60)”.  
60)”.

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi. Peneliti akan memaparkan berbagai hal yang dilihat mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan fenomena mengenai peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api.

### 3.3 Subjek dan Obyek Penelitian

Batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian akan amati Suharsimi Arikunto (2015). Kesimpulannya bahwa subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek dalam penelitian ini terdiri dari beberapa *informan* yang merupakan Humas Daop 1 Jakarta dan masyarakat sebagai pengguna angkutan transportasi Kereta Api.

Sedangkan yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia; 1989: 622). Menurut Supranto (2012:21) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang,

organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas Anto Dayan (1986: 21) obyek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Obyek penelitian dalam tulisan ini adalah peran dan sosialisasi.

### 3.4 Key Informan dan/atau Informant

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari hasil penelitiannya. Subjek penelitian yang telah tercermin dalam fokus penelitian tidak ditentukan secara sengaja. Subjek penelitian menjadi *informant* yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Menurut Hendarsono dalam Suyanto (2015: 171-172), *informant* penelitian ini meliputi dua macam yaitu:

1. *Informant* kunci (*key informant*), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Dalam hal ini Bapak Ayep Hanafi selaku Junior Manager dan juga sebagai pimpinan manajemen eksekutif di Daop 1 Jakarta yang menjadi *informant* kunci.
2. *Informant*, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. *Informant* dalam penelitian ini adalah 4 orang masyarakat pengguna transportasi Kereta Api di wilayah Daop 1 Jakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka *informant* ditentukan dengan teknik *purposive* yaitu penentuan *informant* tidak didasarkan pedoman atau berdasarkan perwakilan populasi, namun berdasarkan kedalaman informasi yang dibutuhkan, yaitu dengan menemukan *informant* kunci yang kemudian akan dilanjutkan dengan

*informant* lainnya dengan tujuan mengembangkan dan mencari informasi sebanyak-banyaknya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Informan pada penelitian ini adalah yang telah mewakili dan disesuaikan dengan peranannya mengetahui peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api serta persepsi dari masyarakat sebagai pengguna transportasi Kereta Api.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **3.5.1 Teknik Observasi**

Menurut Sugiyono (2012), observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikologis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Melalui tahap observasi ini penulis ingin menggali data mengenai peran Humas Daop 1 dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di kereta api, yang mencakup pemantau dan mengetahui peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di kereta api.

#### **3.5.2 Teknik Wawancara**

Menurut Sugiyono (2012), wawancara adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang mewawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Adapun jenis teknik wawancara

yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara sistematis, yaitu wawancara yang mengarah pada pedoman yang telah dirumuskan berdasarkan keperluan penggalian data dalam penelitian. Melalui tahap wawancara ini, secara umum penulis ingin menggali data tentang: “Bagaimana peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di kereta api?”.

### 3.5.3 Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012), teknik dokumentasi adalah setiap bahan tertulis, film dan gambar yang dapat memberikan informasi. Melalui teknik ini penulis berupaya untuk mencari data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan. Data yang dikumpulkan melalui tahap ini adalah meliputi:

1. Profil lengkap lokasi penelitian
2. Identitas lengkap Informan penelitian
3. Photo pelaksanaan penelitian yang terkait dengan pengumpulan data tentang peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api.

### 3.6 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep adalah proses untuk menurunkan konsep- konsep penelitian menjadi bagian- bagian supaya mudah dipahami dan dapat diukur. Setiap konsep penelitian perlu dicari definisi operasionalnya yaitu penjabaran konsep ke dalam bagian- bagian/ dimensi yang lebih rinci sehingga dapat diukur. Dalam sebuah konsep terdiri dari indikator (Ismail, 2016:63). Dalam Penelitian ini ada tiga

konsep penelitian yang di operasionalisasikan yaitu: Sosialisasi; Kartono (2013), sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Dalam penelitian ini sosialisasi dilaksanakan oleh Humas Daop 1 Jakarta kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona.

### **3.7 Teknik Keabsahan Data**

Metode analisis data yang digunakan harus sesuai dengan karakteristik dari penelitian kualitatif, yaitu analisis data secara induktif. Teknik keabsahan data digunakan untuk memastikan kebenaran dari data yang diperoleh. Teknik-teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah:

#### **3.7.1 Ketekunan dan kejegan pengamatan**

Meningkatkan ketekunan dalam wawancara dan observasi maka data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

#### **3.7.2 Triangulasi**

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber yang lain. Keabsahan data yang dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan dan sebagai pembanding terhadap data yang didapat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi sumber; membandingkan dan mengecek kemabli kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Pada penelitian ini peneliti juga akan mewawancarai orang terdekat subjek.
2. Triangulasi metode; upaya membandingkan temuan data yang telah diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu, dengan data yang

diperoleh dengan menggunakan metode lain mengenai permasalahan dan sumber yang sama.

3. Triangulasi teori; triangulasi teori merujuk pada pemakaian perspektif teori yang bervariasi guna dalam menginterpretasikan data yang sama (Pawito, 2008:100).

### 3.7.3 Perpanjangan Keikutsertaan

Pada perpanjangan keikutsertaan ini, peneliti sebagai alat ukur dalam mengumpulkan data meliputi observasi dan wawancara pada berbagai latar dan peristiwa. Hal ini dilakukan guna mempelajari kebudayaan, meaning dan interpretasi dari permasalahan yang ada.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, dan dokumentasi) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data,

penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2016: 339).

### 3.8.1 Reduksi Data

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip dalam buku Ahmad tanzeh dan Suyitno yang berjudul dasar-dasar penelitian di sebutkan bahwa reduksi data adalah “Proses pemilihan, pemutusan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah yang didapat dari catatan – catatan penulis lapangan” (Tanzeh dan Suyitno, 2016:175).

Dari yang peneliti dapatkan dari lapangan, peneliti memilah dan mengelompokkan sesuai dengan fokus penelitian. Sehingga akan mudah di pahami dan di mengerti dan pada akhirnya data dapat di sajikan dengan baik. Reduksi data dalam penelitian ini terdapat dua bagian yang penting yaitu:

1. Identifikasi satuan (unit) yang pada awalnya diidentifikasi adanya satuan yaitu bagian yang terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus penelitian. Identifikasi satuan ini peneliti lakukan untuk mengelompokkan data yang sesuai dengan sub bab pada fokus penelitian, agar nantinya dalam menyajikan data peneliti tidak mendapatkan kesulitan dalam memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian yang sudah ada.
2. Sesudah satuan diperoleh, langkah yang akan dilakukannya yaitu membuat koding. Dimana yang dimaksudkan dalam membuat koding

adalah memberikan kode pada setiap “satuan”, agar dapat ditelusuri data/satuannya berasal dari sumber mana. Membuat koding peneliti lakukan dengan cara memberikan tanda yang berbeda terhadap data yang telah di peroleh di lapangan. Dengan pemberian kode ini peneliti menjadi lebih mudah dalam menganalisis dan memasukkan data yang telah di peroleh dan dicocokkan dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan.

### **3.8.2 Penyajian Data**

Di dalam penelitian ini data yang didapat berupa kalimat–kalimat, kata-kata yang berhubungan dengan fokus penelitian, sehingga sajian data merupakan sekelompok informasi yang tersusun secara sistematis yang memberikan kemungkinan untuk ditarik kesimpulan. Dengan kata lain penyajian data ini merupakan proses penyusunan informasi secara sistematis dalam rangka memperoleh kesimpulan – kesimpulan sebagai temuan peneliti (Tanzeh dan Suyitno, 2016:176).

Dalam penelitian ini penyajian data yang dilakukan adalah data yang diperoleh peneliti disajikan dalam bentuk kalimat atau uraian singkat berupa teks yang bersifat naratif dari transkrip wawancara.

### **3.8.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi**

Pada saat kegiatan analisis data yang berlangsung secara terus menerus selesai dikerjakan, baik yang berlangsung didalam lapangan maupun setelah selesai dari dalam lapangan. Langkah selanjutnya yaitu melakukan penarikan kesimpulan dari data–data yang telah diperoleh. Yang bertujuan untuk mengarahkan hasil kesimpulan ini berdasarkan hasil analisis data yang telah di lakukan sebelumnya,

baik data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi dan lain–lain yang didapatkan pada saat melaksanakan kegiatan dilapangan (Tanzeh dan Suyitno, 2016:176-177).

Dalam tahapan analisis data ini peneliti berusaha untuk menarik kesimpulan terhadap data–data yang diperoleh dari lokasi penelitian selama penelitian tersebut berlangsung. Dengan dilakukannya tahap ini diharapkan dapat menjawab semua masalah yang telah di rumuskan dalam fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Objek Penelitian

Fokus penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi pada masyarakat tentang pencegahan virus corona di Kereta Api. Dalam sub bab ini akan menguraikan tentang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan data diperoleh dari hasil wawancara mendalam serta pengamatan yang berlangsung, sehingga diperoleh data-data mengenai sejarah serta struktur lainnya seperti yang dijelaskan sebagai berikut.

##### 4.1.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-Vorstenlanden (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Sementara itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui Staatssporwegen (SS) pada tanggal 8 April 1875. Rute pertama SS meliputi Surabaya-Pasuruan-Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS), Oost Java Stoomtram Maatschappij

(OJS), Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM), Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS), Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM), Deli Spoorweg Maatschappij (DSM).

Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km.

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil alih Jepang dan berubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu pembangunan di era Jepang adalah lintas Saketi-Bayah dan Muaro-Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu baraguna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan

Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konfrensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada tahun 1998.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada tahun 1998. Saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan/grup usaha yakni PT Reska Multi Usaha (2003), PT Railink (2006), PT

Kereta Commuter Indonesia (2008), PT Kereta Api Pariwisata (2009), PT Kereta Api Logistik (2009), PT Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

#### 4.1.2 Logo, Visi, dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

##### 1. Logo

Logo terbaru dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk saat ini adalah sebagai berikut.



Sumber: PT. Kereta Api Indonesia (Persero), 2020

Gambar 4.1.

##### Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

##### 2. Visi

Visi dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada layanan layanan.

##### 3. Misi

Misi dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan

berdasarkan 4 PILAR UTAMA Keselamatan, Ketepatan Waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

#### 4.1.3 Kegiatan Umum Organisasi

Kegiatan yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia adalah memberikan pelayanan kepada pengguna kereta berupa :

1. Melakukan Sosialisasi Keselamatan

Sosialisasi Keselamatan meliputi: Melakukan Sosialisasi Keselamatan dan Keamanan kepada pengguna kereta dan masyarakat seperti menerobos pintu perlintasan, dilarang melewati Rel Kereta dan tidak saling dorong mendorong Di Stasiun.

2. Pelayanan Jasa Angkutan Barang

Selain melayani Penumpang PT Kereta Api Indonesia Melayani Jasa Angkutan Barang untuk Jasa Angkutan barang seperti Kereta Barang, Kereta Barang Peti Kemas, Kereta Bahan Bakar Minyak, Kereta Barang Pupuk, Kereta Api Semen, dan Kereta Barang Cepat.

3. Pelayanan Penumpang Kereta

Pelayanan Pengguna Kereta para penumpang Kereta Api melayani para penumpang PT KAI ada beberapa jenis Kereta PT KAI yaitu Kereta Jarak Jauh, Kereta Api Lokal, Commuterline, Kereta Api Bandara, dan Kereta Api Wisata .

4. Menganalisis Berita Tentang PT KAI

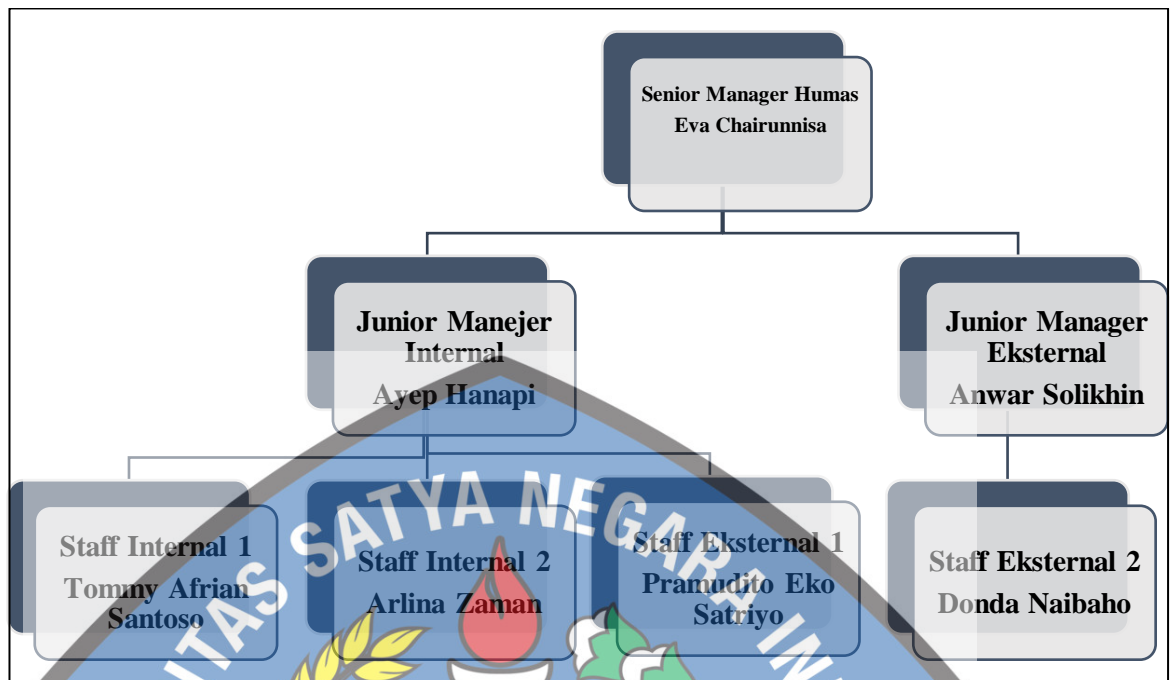
Setiap Karyawan Humas wajib menganalisa Berita Media Online dan Media Cetak setiap berita wajib dianalisa dan apakah berita itu Negatif,

Positif Setelah itu membuat Kliping Tersebut dan Menyambut dan Mengangkat Pesan dari PT Kereta Api Indonesia.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Wilayah Daop 1 Jakarta

Struktur organisasi perusahaan dalam PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 1 Jakarta memiliki struktur yang dipimpin oleh EVP 1 Jakarta dan Wakilnya Deputy EVP 1.1 Jakarta dan Deputy EVP 1.2 Jakarta dan dibawahnya ada QC (*Quality Control*) ada 7 QC (*Quality Control*) yaitu *Quality Control* JJ, *Quality Control* Saran, *Quality Control* Sintelis, *Quality Control* LAA, *Quality Control* Sarana, *Quality Control* Operasi Sarana, dan *Quality Control* Crew KA dan SM (Senior Manager) di setiap unit di daerah operasi 1 Jakarta sendiri memiliki 19 unit yaitu SM SDM, SM Angkutan Barang, SM Bangdis, SM Jalan dan Jembatan, SM Operasi, SM Angkutan Penumpang, SM Fasilitas, SM IT, SM Sarana, SM LAA, SM Kesehatan, SM Hukum, SM PBJ, SM KNA, SM PAM, SM Sintel, SM Keuangan, SM Humas dan SM Aset.

Untuk di Unit Humas dipimpin seorang SM (Senior Manager) dan Wakilnya JME (Junior Manager Eksternal) dan JMI (Junior Manager Internal) dan memiliki 4 Staff dibagi 2 Staff Eksternal dan 2 Staff Internal hanya di humas yang mempunyai 2 JM (Junior Manager) yang lain memiliki Junior Manager lebih dari 2 untuk internal mengurus kehumasan di dalam ruang lingkup Daerah Operasi 1 Jakarta saja dan untuk Eksternal mempunyai tugas sebagai berhubung antara Daerah Operasi 1 Jakarta dengan Media dan Masyarakat luar.



Sumber: Arsip PT KAI, 2019

**Gambar 4.2.**  
**Struktur Organisasi Bidang Humas**

Merujuk pada struktur organisasi bidang Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berikut adalah fungsi dan tugas dari struktur organisasi adalah sebagai berikut.

1. Senior Manager Humas
  - a. Merencanakan dan melaksanakan program strategi, dan kebijakan
  - b. Membangun citra positif perusahaan
  - c. Pengelolaan informasi dan komunikasi perusahaan
  - d. Membantu pelaksanaan program CSR Di Wilayah Operasi 1 Jakarta

2. Junior Manager Humas Eksternal

Melaksanakan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakatan penyuluhan dan pembentukan citra eksternal.

3. Junior Manager Humas Internal

Melaksanakan program kegiatan kehumasan meliputi hubungan kemasyarakatan penyuluhan dan pembentukan citra internal.

4. Staff Internal 1

- a. Melaksanakan kegiatan peliputan dan dokumentasi kegiatan perusahaan
- b. Melaksanakan kegiatan pembuatan klipingberita
- c. Mengidentifikasi memberikan layanan informasi kepada publik internal
- d. Bertanggung jawab mengurus dan update berita media massa dan media monitoring

5. Staff Internal 2

- a. Memberikan layanan informasi kepada publik internal yang membutuhkan
- b. Bertanggung jawab terhadap media monitoring serta update berita media massa
- c. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan administrasi keuangan kehumasan Daerah Operasi 1 Jakarta

6. Staff Eksternal 1

- a. Menjalin hubungan yang baik dengan wartawan dan media massa
- b. Melakukan evaluasi terhadap pemberitaan di media massa secara rutin
- c. Membuat *Press Released* dalam setiap kegiatan perusahaan yang dipublikasikan.

- d. Mengkoordinir dan mengatur kegiatan konferensi pers
- e. Mengundang media untuk menghadiri kegiatan konferensi pers.

7. Staff Eksternal 2

- a. Memberikan layanan informasi kepada masyarakat eksternal termasuk pers yang membutuhkan
- b. Merencanakan dan melaksanakan program komunikasi kepada publik eksternal melalui berbagai *event*
- c. Membuat *Press Release* dalam setiap kegiatan perusahaan yang dipublikasikan.

**4.1.5 Susunan Manajemen**

1. EVP Daop 1 Jakarta

- a. Bertanggung jawab memimpin dan mengoordinasikan bawahannya masing-masing, serta berkewajiban untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan keteladanan bagi bawahan untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
- b. Berkewajiban untuk selalu mengikuti dan menaati petunjuk pelaksanaan teknis, prosedur kerja, reglemen (peraturan dinas) dan peraturan umum yang berlaku, bertanggung jawab kepada atasan masing-masing, serta selalu menyampaikan laporan berkala kepada atasannya secara tepat waktu;
- c. Menyusun laporan lebih lanjut, pemberian pengarahan kepada bawahan dan bahan untuk melaksanakan kelancaran pekerjaan;

2. Deputi EVP 1

Bidang Teknis Dan Operasional, mengurus teknis persinyalan di dalam rel dan bangunan.

3. Deputi EVP 2

Bidang Pelayanan Dan Komersial, mengurus meningkatkan kompetensi SDM, membebaskan lahan untuk rel kereta dan melakukan pelayanan kepada penumpang kereta.

4. *Quality Control Sarana*

Mengontrol Sarana yang ada di Stasiun dan Kereta dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit Sarana.

5. *Quality Control Jalan Dan Jembatan*

Mengontrol Dan Mengecek Jalan Dan Jembatan yang ada di lintasan kereta api yang ada di Stasiun dan Kereta dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit Jalan Dan Jembatan.

6. *Quality Control Sintelis*

Mengontrol Persinyalan dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit Sintelis.

7. *Quality Control LAA*

Mengontrol Listrik Aliran Atas Di Sepanjang Rel Kereta Dan Perlintasan Kereta yang ada di Stasiun dan Kereta dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit LAA.

8. *Quality Control Operasi*

Mengontrol Operasi Jalannya Kereta yang ada di Stasiun dan Kereta dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit Sarana.

9. *Quality Control Operasi dan Sarana*

Mengontrol Jalannya dan Jadwal kereta satu sama lain Operasi dan Sarana yang ada di Stasiun dan Kereta dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada pegawai Unit Operasi dan Sarana.

10. *Quality Control Operasi Crew KA*

Mengontrol *Crew* Kereta Api dan memberikan panduan dan melakukan dan mengisi pelatihan kepada *Crew* Kereta Api.

11. SM Sarana

- a. Bertanggung jawab atas sarana yang ada distasiun-stasiun Daerah Operasi 1 Jakarta dan Kereta
- b. Mengawasi kinerja Staff Unit Sarana dan memberikan informasi tentang sarana.
- c. Memeriksa Sarana yang ada di Stasiun dan Kereta.

12. SM Jalan Rel dan Jembatan

- a. Bertanggung jawab atas jalan rel dan jembatan yang ada di Daerah Operasi 1 Jakarta
- b. Mengawasi Staff jalan rel dan jembatan dan membriefing pegawai sebelum melakukan pemeriksaan

- c. Memeriksa dan melakukan pengecekan terhadap jalan, rel dan kembangan yang berada di Daerah Operasi 1 Jakarta

### 13. SM Sinyal Telekomunikasi

Bertanggung jawab atas alat sinyal keluar masuk kereta yang ada di setiap stasiun dan Melakukan pengecekan terhadap alat sinyal keluar masuk

### 14. SM Listrik Aliran Atas

- a. Bertanggung jawab atas aliran listrik atas kereta yang berada di perlintasan kereta Daerah Operasi 1 Jakarta
- b. Mengawasi staff listrik aliran atas dan melakukan briefing sebelum bekerja
- c. Memeriksa listrik aliran atas di Perlintasan.

### 15. SM Operasi

- a. Bertanggung jawab atas Jalan dan jadwalnya Kereta Api agar tidak ada kereta yang bertabrakan
- b. Menerima dan Memberikan laporan kepada petugas operasi dan PPKA Di setiap stasiun
- c. Memantau dan Memeriksa Petugas PPKA, Juru Langsir dan Kepala Stasiun
- d. Mengawasi perjalanan kereta jarak jauh maupun kereta komuter line Indonesia.



#### 16. SM Perencanaan

Bertanggung jawab terhadap program, rencana atau kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Daerah Operasi 1 Jakarta dan bangunan yang ada di ruang lingkup Daerah Operasi 1 Jakarta.

#### 17. SM Fasilitas Penumpang

- a. Bertanggung jawab atas fasilitas dan pelayanan Penumpang di stasiun dan Kereta
- b. Mengecek fasilitas-fasilitas yang ada di stasiun maupun kereta
- c. Mengawasi fasilitas-fasilitas di setiap stasiun
- d. Mengawasi Pegawai Unit Fasilitas.

#### 18. SM Keuangan

- a. Bertanggung jawab atas keuangan, pemasukan dan pengeluaran perusahaan Daerah Operasi 1 Jakarta
- b. Membuat laporan keuangan Perusahaan.
- c. Mengawasi Keuangan Perusahaan Daerah Operasi 1 Jakarta

#### 19. SM Humas

- a. Merencanakan dan melaksanakan program strategi, dan kebijakan
- b. Membangun citra positif perusahaan
- c. Pengelolaan informasi dan komunikasi perusahaan
- d. Membantu pelaksanaan program CSR Di Wilayah Operasi 1 Jakarta

### 4.1.6 Landasan Hukum, Anggaran Dasar dan Peraturan Perusahaan

1. Peraturan Direksi Kereta Api Indonesia (Persero) tentang organisasi dan tata laksana organisasi Daerah Operasi 1 Jakarta

- a. Bahwa telah terbit Peraturan Direksi Nomor PER. U/KO.104/VI/1/KA-2017 tentang organisasi dan tata laksana organisasi Daerah Operasi 1 Jakarta sebagaimana telah diubah terakhir dengan peraturan Direksi Nomor PER. U/KO.104/VI/1/KA-2018;
- b. Bahwa sehubungan dengan telah dioperasikannya jalur kereta api Bandara Soekarno Hatta perlu mengubah struktur organisasi bagian Jalan Rel dan Jembatan, bagian Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik serta bagian Listrik Aliran Atas Daerah Operasi 1 Jakarta, sehingga Peraturan Direksi sebagaimana dimaksud pada huruf a perlu dilakukan penyesuaian;
- c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Direksi tentang Organisasi dan Tata Laksana Daerah Operasi 1 Jakarta.
2. Undang-Undang berkaitan tentang Kereta Api Indonesia (Persero)
- a. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4297);
- b. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756).

### 3. Anggaran Dasar

Anggaran Dasar PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang telah diumumkan pada Berita Negara Republik Indonesia dan perubahan terakhirnya sebagaimana dinyatakan dalam Akta Nomor 01 tanggal 3 April 2017, dibuat di hadapan Dr. Darwin Ginting, S.H., M.H., Notaris di Kabupaten Babelung Barat, yang laporannya telah dicatat dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam suratnya Nomor AHU-AH.01.03-0124060 tanggal 04 April 2017 dan Perubahan Susunan Pengurus terakhir sebagaimana dinyatakan dalam Akta Nomor 18 tanggal 12 Februari 2018, dibuat di hadapan Surjadi Jasin, S.H., Notaris di Bandung, yang laporan pemberituannya telah diterima dan dicatat dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam suratnya Nomor AHU-AI-I.01.03-0067530 tanggal 14 Februari 2018.

#### 4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian merujuk pada detail penemuan yang berisi tentang paparan keseluruhan hasil atau data yang diperoleh. Pembahasan hasil penelitian dibawah ini akan menguraikan analisa dan hasil wawancara dari *key informant* dan *informant*. Subjek yang diteliti pada penelitian ini adalah Junior Manager Humas Daop 1 Jakarta yang dimana beliau selaku pelaksana kegiatan-kegiatan dibidang kehumasan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk wilayah Daop 1 Jakarta sehingga sesuai dengan fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran Humas

Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di kereta api.

Dalam hal ini, *key informant* dan *informant* berperan sebagai narasumber yang sangat membantu dalam mempermudah pencarian informasi mengenai sosialisasi yang dilakukan Humas Daop 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona di kereta api, sehingga penulis mendapatkan jawaban yang tepat serta dapat menyimpulkan hasil dalam penelitian ini. Adapun total *key informant* dan *informant* yang diambil dalam penelitian ini adalah berjumlah sebanyak 5 orang dengan rincian 1 orang *key informant* dan 4 orang *informant*.

Penulis melakukan wawancara dengan *key informant* di kantor tempat bekerja (Area Stasiun Juanda, Jakarta) dan *informant* di beberapa stasiun berbeda sekitaran area Daop 1 Jakarta. Adapun wawancara pertama dilakukan dengan *key informant* yaitu Bapak Ayep Hanafi selaku Junior Manager Humas Daop 1 Jakarta dengan latar belakang pertanyaan atau pedoman wawancara lebih fokus pada peran Humas dan sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat tentang pencegahan virus corona di kereta api. Sedangkan narasumber *informant* diambil dari 4 orang penumpang atau pengguna moda transportasi kereta sebagai informan tambahan mengenai respon sosialisasi yang dilakukan Humas Daop 1 Jakarta.

Data yang tidak terungkap melalui wawancara dilengkapi dengan data hasil observasi langsung secara partisipatif yang dilakukan rentang waktu pada bulan maret sampai dengan bulan mei. Untuk memperkuat substansi data hasil wawancara dan observasi, maka dilakukan penelusuran terhadap dokumen dan arsip yang ada.

#### 4.2.1 Peran Humas Daop 1 Jakarta dalam Melakukan Sosialisasi Tentang Pencegahan Virus Corona di Kereta Api

Dalam penelitian ini Bapak Ayep Hanafi selaku Junior Manager PT. Kereta Api Indonesia (Persero) wilayah Daop 1 Jakarta bertindak sebagai *key informant* atau informan kunci sudah bekerja di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) kurang lebih memakan waktu 10 tahun (atau pertama kali bergabung di KAI di akhir tahun 2010) dan saat itu Bapak Ayep Hanafi memegang jabatan sebagai staff biasa atau sebagai staff administrasi. Akan tetapi seiring berjalannya waktu dan dikarenakan kegigihan dan keuletannya beliau menjadi salah satu karyawan terpercaya yang dapat diandalkan. Hingga pada pertengahan tahun 2015 beliau masuk di tim Humas Daop 1 Jakarta dan sampai saat ini dipercaya untuk memegang jabatan sebagai junior manager Humas Daop 1 Jakarta dan beliau mengungkapkan hingga saat ini beliau masih terus belajar dan bekerja dengan giat untuk lebih maju lagi ke tahap ataupun jenjang yang lebih tinggi.

Berikut terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan kepada key informant untuk dianalisa lebih lanjut, dengan pertanyaan pertama “Bagaimana respon dari PT. Kereta Api Indonesia (secara khusus di KRL) wilayah Daop 1 Jakarta saat virus corona masuk dan menyebar di Indonesia?”

*“Saat virus corona masuk dan menyebar di Indonesia sekitar akhir Februari lalu dari kami cukup kaget dengan perkembangan virus tersebut untuk setiap harinya. Dari kami pun selaku dari tim Humas langsung berkoordinasi dengan tim pusat terkait langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mencegah virus tersebut. Karena tidak bisa dipungkiri kereta merupakan salah satu tempat yang banyak terjadi kontak fisik apalagi di jam kerja. Intinya saat itu dari kami langsung merespon dengan melakukan beberapa antisipasi penting dalam upaya pencegahan virus corona tersebut.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa humas berperan sangat penting pada saat terjadi permasalahan dipublik yang melibatkan segala aspek, dimana peran humas tersebut harus diimbangi dengan komunikasi terutama komunikasi organisasi secara internal sebagai langkah awal dalam antisipasi cepat dalam upaya pencegahan permasalahan tersebut. Untuk itu, dalam kasus diatas penulis dapat melihat bahwa peranan humas sebagai *public relation* memerlukan komunikasi organisasi sebagai langkah awal dalam merespon permasalahan publik.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan kedua “Antisipasi apa saja yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (secara khusus di KRL) wilayah Daop 1 Jakarta saat virus corona mulai masuk dan menyebar di Indonesia?”

*“Beberapa langkah cepat yang dilakukan tim Humas DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi masuknya virus corona, yaitu antara lain dengan mengerahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun, sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan hand sanitizer, dan menyediakan pos kesehatan di 89 Stasiun.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa beberapa langkah cepat yang dilakukan tim Humas DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi masuknya virus corona seperti mengerahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun, sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan *hand sanitizer*, dan pos kesehatan di 89 Stasiun merupakan salah satu fungsi humas yang perlu menciptakan komunikasi dua arah yang timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dengan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan ketiga “Lebih spesifiknya, komunikasi (sosialisasi) apa saja yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona di kereta api terutama di KRL? Dan media apa saja yang digunakan untuk proses sosialisasi tersebut?”

*“Seperti yang dijelaskan sebelumnya salah satu antisipasi kami dalam pencegahan virus corona di kereta api dengan melakukan sosialisasi seperti dengan melakukan pemeriksaan kesehatan, pembagian masker, pembagian pamflet, dan penyuluhan kesehatan tentang virus Corona dan juga termasuk edukasi mengenai pentingnya mencuci tangan, pemakaian masker, dan etika batuk dan bersin. Tapi tidak sampai disitu, dari kami terus melakukan evaluasi terkait komunikasi/sosialisasi tersebut dikarenakan kasus virus corona terus bertambah untuk setiap harinya hingga kami memutuskan untuk melakukan sosialisasi kembali dengan aturan protokol kesehatan lebih ketat termasuk cek suhu tubuh pada saat penumpang masuk stasiun dan sosialisasi terkait penerapan social distancing pada saat di dalam kereta. Dan pada saat wilayah Jabodetabek memberlakukan PSBB dengan skala besar dan saat itu bertepatan dengan bulan ramadhan, dari tim Humas DAOP 1 Jakarta melakukan sosialisasi kembali dengan protokol kesehatan lebih ketat lagi yaitu pengguna moda transportasi harus membawa surat tugas dari perusahaan masing-masing jika ingin menggunakan transportasi tersebut dan tidak diizinkan masuk jika tidak ada surat keterangan tugas tersebut. Adapun ttap himbauan dan edukasi tersebut dilakukan sosialisasi secara langsung di beberapa stasiun wilayah Daop 1 Jakarta ditambah dengan pemasangan spanduk/pamflet disekitaran stasiun terkait himbauan protokol kesehatan. Disamping itu, PT. KAI juga melakukan sosialisasi secara virtual melalui beberapa media online seperti website dan sosial media (Facebook, Instagram, Twitter) KAI dan juga media online rekanan seperti Instagram Jktinfo.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa banyak peran dari humas yang selalu berkesinambungan terutama dalam mengantisipasi permasalahan yang muncul. Peran humas dapat dibilang selesai apabila permasalahan tersebut muncul. Peran tersebut terlihat dari pertanyaan pertama diatas, dimana humas perlu mengantisipasi permasalahan muncul dengan melakukan komunikasi secara internal dan dilanjutkan komunikasi secara eksternal, komunikasi tersebut dispesifikasikan dalam bentuk sosialisasi yang diberikan kepada publik secara terus

menerus sampai permasalahan tersebut berakhir dengan beberapa media sosialisasi yang digunakan seperti himbauan langsung, pemasangan spanduk, dan juga sosialisasi via social media.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan keempat “Bagaimana peran Humas DAOP 1 Jakarta sendiri dalam melakukan sosialisasi tersebut?”

*“Jelas humas sangat berperan penting karena sebagai public relation, humas sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi. Namun terkait adanya penyebaran virus corona ini fasilitator komunikasi dan fasilitator proses pemecahan masalah sangat berperan penting. Dalam fasilitator komunikasi humas bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan publik. Sedangkan fasilitator proses pemecahan masalah humas merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pemimpin organisasi bagi sebagai penasihat hingga pengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi. Dalam hal ini dalam menghadapi virus corona yang terus berkembang, kami membentuk suatu tim posko yang dikordinir praktis ahli humas dengan melibatkan departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk mengatasi persoalan virus corona ini.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa peran humas dalam melakukan sosialisasi terlihat sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi. Dalam kasus ini peran humas lebih terlihat sebagai fasilitator komunikasi dan fasilitator proses pemecahan masalah sangat berperan penting dalam upaya sosialisasi tentang pencegahan virus corona di kereta api.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan kelima “Bagaimana respon dari penumpang sejak sosialisasi tersebut dilaksanakan?”

*“terkait respon dari penumpang sendiri relatif berbeda-beda apalagi semenjak sosialisasi dilaksanakan. Pada awalnya banyak penumpang*

*yang masih acuh terkait protokol kesehatan yang diterapkan saat sosialisasi dijelaskan terutama etika bersin, batuk, ataupun membuang ludah. Tapi tidak sedikit pula penumpang yang mematuhi protokol tersebut. Apalagi saat sosialisasi terkait protokol kesehatan lebih diperketat, hingga 90% penumpang mengikuti aturan yang diterapkan KAI dan adapun penumpang yang tidak mau mengikuti protokol kesehatan tersebut risikonya mereka dilarang masuk stasiun dan dianjurkan menggunakan moda transportasi lain.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa respon dari publik terkait program humas yang dijalankan berdasarkan proses pelaksanaan tugas humas dalam upaya pencegahan virus corona di kereta api sangat berperan penting dalam mengevaluasi pelaksanaan tugas humas yang dilakukan secara berkala atau sebagai evaluasi untuk program-program humas yang akan dilaksanakan pada tahap berikutnya.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan keenam “Apakah ada alternatif lain jika para penumpang tidak mematuhi peraturan protokol kesehatan?”

*“Pada dasarnya beberapa alternatif dalam upaya pencegahan virus tersebut sudah dilakukan oleh KAI seperti yang dijelaskan sebelumnya. Seperti sosialisasi pertama kali terkait himbauan-himbau dan aturan, hingga protokol kesehatan dan aturan yang lebih ketat seperti harus menunjukkan surat tugas ataupun surat sehat. Untuk aturannya cukup jelas jika ada penumpang yang tidak mematuhi protokol kesehatan tersebut adalah dengan melarang mereka masuk ke area stasiun dan menyarankan untuk menggunakan moda transportasi lain.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa pertanyaan dan jawaban tersebut masih berkesinambungan dengan pertanyaan dan jawaban sebelumnya dimana evaluasi sangat penting dalam upaya menjalanka proses pelaksanaan tugas humas terkait alternatif program apa yang harus dilakukan oleh humas jika terjadi beberapa kendala dalam proses pekerjaan tersebut.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan ketujuh “Apakah dari PT. Kereta Api Indonesia terutama angkutan KRL ada rencana untuk menghentikan layanan sementara jika kasus virus corona terus meningkat?”

*“Seperti yang sudah terjadi dari KAI dengan terpaksa menghentikan layanan kereta jarak jauh menginkan bertepatan dengan moment mudik lebaran sebagai langkah pencegahan virus corona menyebar ke daerah. Akan tetapi dari KAI tidak ada rencana untuk menghentikan layanan kereta KRL yang beropertasi di area Jabodetabek, hanya saja selain menerapkan protokol kesehatan dan peraturan ketat, KRL membatasi jumlah penumpang dalam tiap gerbongnya dan selain itu juga mengurangi jam operasi KRL.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa dari pertanyaan dan jawaban tersebut kembali lagi kepada peran humas yang memerlukan komunikasi, lebih spesifiknya adalah komunikasi organisasi internal yang dimana hal tersebut sebagai pertukaran gagasan diantara para pimpinan dan pegawai dalam suatu organisasi dan lengkap dengan strukturnya yang khas serta adanya pertukaran gagasan secara horisontal dan vertikal di dalam organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung dan dalam hal ini untuk memutuskan secara bersama dari setiap permasalahan yang ada.

Menindaklanjuti pertanyaan berikutnya, dengan pertanyaan kedelapan “Dampak signifikan apa yang paling terasa oleh PT. Kereta Api Indonesia dari adanya virus seperti ini?”

*“Anjloknya kinerja perusahaan karena dampak virus Corona yang membuat mobilitas masyarakat terbatas. Manajemen PT KAI (Persero) memperkirakan kas perusahaan akan negatif alias minus Rp 3,448 triliun hingga akhir tahun. Pendapatan perusahaan mengalami tekanan mulai Maret lalu. Pendapatan KAI pada Januari mencapai Rp 2,3 triliun, Februari Rp 1,2 triliun kemudian anjlok di bulan Maret yang hanya Rp 890 miliar dan April Rp 684 miliar. Sementara, pembayaran untuk pemasok dan karyawan terus berjalan. Pada Januari alokasinya Rp 1,7 triliun, Februari Rp 749 miliar, Maret Rp 1,4 triliun, dan April Rp 1,2 triliun.*

*Dengan kondisi tersebut, kas yang dihasilkan dari operasi yakni berupa pengurangan antara pendapatan dan pembayaran tersebut hingga akhir tahun diproyeksi minus Rp 2,049 triliun. Kemudian, KAI ada pembayaran bunga dan beban keuangan yang hingga akhir tahun diproyeksi Rp 920 miliar. Lalu, ada pembayaran pajak penghasilan Rp 479 miliar hingga akhir tahun. Dengan demikian total kas bersih yang berasal dari operasi sampai akhir tahun diproyeksi minus Rp Rp 3,448 triliun. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pembatalan tiket kereta di moment lebaran.”*

Berdasarkan jawaban diatas, peneliti menganalisa bahwa dari setiap permasalahan yang ada pasti akan ada dampak yang muncul dan dalam hal ini adalah anjloknya kinerja perusahaan terkait pendapatan perusahaan. Dampak akan menjadi permasalahan dari seluruh unit bisnis PT. KAI termasuk di unit humas. Salah satu solusi dari humas sendiri terkait dari dampak tersebut adalah dengan pendekatan strategis humas dengan menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antar pejabat luas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran).

Dari keseluruhan jawaban Bpk. Ayep Hanafi selaku Junior Manager PT. Kereta Api Indonesia Wilayah Daop 1 Jakarta selaku *key informant*, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu peran humas tidak akan pernah terlepas dari teori komunikasi, baik komunikasi secara internal ataupun komunikasi secara eksternal dimana teori tersebut berkaitan erat dengan komunikasi organisasi. Selain itu peran humas sangat terlihat dari fungsi humas, ruang lingkup tugas humas, proses pelaksanaan tugas humas, pendekatan strategis humas, jenis-jenis kegiatan humas, program humas dan juga sebagai publik eksternal. Diluar itu, Bapak Ayep Hanafi juga sangat berharap agar pandemik ini segera usai dan hilang agar kita semua bisa tenang dan juga beraktifitas kembali seperti sedia kali dan yang terpenting berharap agar perekonomian kita segera pulih.

Untuk memperdalam informasi yang lebih akurat penulis melanjutkan wawancara mendalam kepada 4 orang *informant* dengan fokus pertanyaan tentang respon publik terhadap peran humas Daop 1 Jakarta tentang sosialisasi yang dilakukan, apakah sosialisasi tersebut dapat diterima dengan baik dan efektif sehingga menciptakan komunikasi organisasi yang baik.

Berikut pertanyaan pertama yang diajukan kepada *informant* “Sudah berapa lama Ibu/Bapak menggunakan KRL sebagai moda transportasi harian?”

Jawaban Ibu Susan Susanti (Karyawati) “Kebetulan saya menggunakan transportasi KRL dari tahun 2014 semenjak tempat kerja saya satu jalur dengan jalur kereta.”

Jawaban Ibu Vera Kurniawati (Karyawati) “Kebetulan saya baru 2 tahun terakhir menggunakan transportasi kereta karena sebelumnya saya ngontak dekat dengan kantor, tapi semenjak 2 tahun lalu saya ambil rumah di dekat stasiun citayam dan mau tidak mau harus memanfaatkan transportasi kereta untuk kerja.”

Jawaban Bapak Firmansyah (Karyawan) “Saya menggunakan KRL sekitar 4 tahun yaitu daritahun 2017 untuk moda transportasi saya berangkat dan pulang kerja. Sebetulnya saya bisa menggunakan motor cuman ya gak kuat sama macetnya, jadi mending desek- desekan aja dikereta asal bisa cepet sampe dan pulang.”

Jawaban Bapak Iwan Sunandar (Karyawan) “Sudah cukup lama sekali ya dari semenjak KRL belum rapi sampai sekarang (dibawah tahun 2010) saya sudah menggunakan transportasi kereta, tapi selingan sih biasanya naik motor juga ke kantor.”

Berdasarkan jawaban dari keempat *informant* pengguna moda transportasi harian KRL penulis menganalisa dan menyimpulkan bahwa *informant* yang dijadikan narasumber sangat sesuai sebagai informasi tambahan dikarenakan dari keseluruhan *informant* merupakan pengguna KRL yang bisa dibilang sudah cukup lama bahkan setiap hari menggunakan transportasi tersebut, yang artinya mereka sangat mengetahui seluk beluk atau situasi yang terjadi pada PT. Kereta Api

Indonesia (Persero) terutama wilayah Daop 1 Jakarta terkait permasalahan virus corona yang sedang terjadi.

Berikut pertanyaan kedua yang diajukan kepada *informant* “Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak dari adanya sosialisasi dari Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona?”

Jawaban Ibu Susan Susanti (Karyawan) “Awalnya cukup kaget karena melihat banyak himbauan disekitaran kereta dan juga tau-tau ada protokol kesehatan yang harus dipatuhi. Tapi cukup dimengerti dan masuk akan karena hal tersebut dilakukan untuk kesehatan dan kebaikan dari kita semua ditambah saya pribadi juga masih membutuhkan moda transportasi kereta untuk bekerja. Tapi yang agak kaget saat KAI menerapkan peraturan harus membawa surat tugas dari kantor dan tes kesehatan, karena hal tersebut membuat saya agak pusing mengingat hari senin sampai dengan jumat saya harus bekerja dan tidak ada waktu untuk mengurus hal tersebut terutama tes kesehatan.”

Jawaban Ibu Vera Kurniawati (Karyawan) “Awalnya saya tidak tau karena mungkin saat sosialisasi saya tidak melihat dan mendengar di media, tapi beberapa hari kemudian saya melihat dipelataran stasiun banyak himbauan terkait protokol kesehatan untuk mencegah virus menyebar. Menurut saya cukup bagus dari KAI dengan sigap dalam mencegah/antisipasi virus tersebut, semenjak adanya sosialisasi tersebut saya melihat para penumpang lebih banyak memperhatikan protokol kesehatan.”

Jawaban Bapak Firmansyah (Karyawan) “Cukup bagus ya, karena dengan adanya sosialisasi tersebut sama dengan mengingatkan kita agar mematuhi peraturan kesehatan terutama pada saat menggunakan moda transportasi kereta. Ditambah dari KAI juga sepertinya selalu sigap dalam merespon setiap perkembangan kasus yang ada dengan melakukan sosialisasi terus menerus.”

Jawaban Bapak Iwan Sunandar (Karyawan) “Saya sangat mengapresiasi tindakan-tindakan dari tim humas Daop 1 Jakarta yang cukup sigap dan cepat dalam antisipasi pencegahan virus corona terutama dalam hal komunikasi dalam bentuk sosialisasi. Karena sosialisasi tersebut adalah hal yang paling diperlukan oleh penumpang terutama untuk usia-usia 40 tahun keatas bisa lebih faham akan aturan-aturan yang disampaikan.”

Berdasarkan jawaban dari keempat *informant* pengguna moda transportasi harian KRL penulis menganalisa dan menyimpulkan bahwa adanya *feedback* yang

positif terutama dari beberapa *informant* dengan adanya sosialisasi tersebut. Dari hal tersebut kembali lagi kepada program humas yang berkala dan tepat sasaran serta komunikasi yang terarah akan berdampak baik terhadap respon yang diberikan oleh publik yang memungkinkan publik menerima dengan baik dan mematuhi aturan yang diberlakukan dari sosialisasi tersebut. Dan dari hal tersebut semakin menguatkan peran humas seolah sangat berpengaruh terhadap respon dari publik.

Berikut pertanyaan ketiga yang diajukan kepada *informant* “Apakah Ibu/Bapak mau mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia? Jika Tidak, apa ada rencana untuk berpindah ke moda transportasi lain?”

Jawaban Ibu Susan Susanti (Karyawati) “Semenjak PT. KAI memberikan sosialisasi terkait himbauan dan protokol kesehatan yang ditetapkan, semenjak itu pula saya mulai mengikuti kebiasaan-kebiasaan sehat seperti menggunakan masker, menggunakan hand sanitizer, jaga jarak dengan orang lain, dan juga lebih menjaga etika saat bersin. Mau gak mau hal itu pasti dan akan saya lakukan karena amit-amit saya juga gamau kalau harus sampe terkena virus corona tersebut.”

Jawaban Ibu Vera Kurniawati (Karyawati) “Jelas iya ya karena saya juga sangat takut sekali kalau sampai terkena virus tersebut, maka semenjak protokol kesehatan mulai diberlakukan saya langsung memperhatikan hal-hal tersebut, terutama selalu menggunakan masker saat keluar rumah ataupun saat bekerja.”

Jawaban Bapak Firmansyah (Karyawan) “Tentu saya harus mengikuti protokol kesehatan tersebut ya, kalau saya tidak mengikuti pasti saya tidak akan diperbolehkan masuk stasiun. Jadi ya demi kebaikan bersama saya ikuti aturan-aturan tersebut.”

Jawaban Bapak Iwan Sunandar (Karyawan) “Iya saya mengikuti protokol kesehatan tersebut karena disamping itu sudah menjadi aturan dari pemerintah dan KAI sendiri, hal tersebut untuk kebaikan saya sendiri, karena saya juga gak mau pulang kerja sampe bawa virus untuk anak dan istri karena saya tidak mengikuti protokol kesehatan.”

Berdasarkan jawaban dari keempat *informant* pengguna moda transportasi harian KRL penulis menganalisa dan menyimpulkan bahwa dari adanya peran

humas dalam melakukan komunikasi (berupa sosialisasi) kepada publik yang dilakukan secara berkala dan terus menerus akan mengakibatkan publik dalam hal ini pengguna moda transportasi KRL selalu teringat dengan sosialisasi yang dilakukan tim humas sehingga para pengguna moda transportasi mau tidak mau akan selalu mengikuti aturan yang diberlakukan.

Berikut pertanyaan keempat yang diajukan kepada *informant* “Dampak apa yang terasa dari adanya virus corona bagi Ibu/Bapak terutama pada saat di KRL?”

Jawaban Ibu Susan Susanti (Karyawan) “Sangat berdampak sekali dari adanya virus corona ini, tapi sebetulnya gak hanya dampak negatif aja ya, tapi dampak positifnya juga ada. Dampak positifnya ya kita jadi hidup lebih bersih dan higienis baik di rumah, kantor, ataupun di jalan dan tentunya lebih hati-hati dalam melakukan hal apapun. Kalau dampak negatif sendiri yang paling terasa ya dari segi ekonomi, kebetulan saya sendiri kerja untuk membantu suami yang punya usaha, semenjak covid usaha suami saya ke hold cukup lama dan mau gak mau sampai saat ini masih bergantung di gaji saya.”

Jawaban Ibu Vera Kurniawati (Karyawan) “Yang jelas itu dampak ekonomi, terutama saat PSBB mulai diberlakukan di area Jabodetabek, perusahaan saya tempat bekerja mulai terkena dari dampak tersebut hingga saya harus menerima pemotongan gaji hingga setengahnya. Tapi ya kalau dampak positifnya kita jadi lebih bisa hati-hati dan lebih bersih lagi.”

Jawaban Bapak Firmansyah (Karyawan) “Bagi saya pribadi alhamdulillah dari sisi ekonomi masih aman dan tidak ada perubahan, paling terkait masalah waktu aja karena saat jam layanan kereta dikurangi saya harus pulang lebih cepat dari biasanya. Dan positifnya saya dan keluarga lebih memperhatikan kesehatan terutama dalam keseharian.”

Jawaban Bapak Iwan Sunandar (Karyawan) “Dampak signifikan yang kerasa dalam keseharian saya ya, kebetulan kantor saya tidak menerapkan wfh pada saat PSBB skala besar (karena di bidang media), jadi ya saya harus lebih bisa mengatur waktu sebagai mungkin ditambah adanya pengurangan jam operasional, disamping itu juga ekonomi mulai terasa saat THR ditunda ke akhir tahun.”

Berdasarkan jawaban dari keempat *informant* pengguna moda transportasi harian KRL penulis menganalisa dan menyimpulkan bahwa seperti yang diutarakan

saat sesi wawancara key informant bahwa dari setiap permasalahan akan memunculkan dampak dan dalam hal ini dampak ekonomi kepada masing-masing publik akibat adanya pandemik virus corona ini. Dalam hal ini kembali pada pendekatan strategis antara humas KAI dan juga publik yang harus saling bahu membahu agar minimal dapat mencegah penularan virus corona di kereta api, dan secara keseluruhan *informant* mengungkapkan bahwa mereka sangat mengharapkan agar virus ini bisa segera hilang baik di Indonesia dan juga diseluruh muka bumi.

Dari keseluruhan pertanyaan yang diajukan kepada *informant* penulis dapat menganalisa dan menyimpulkan bahwa dengan adanya peran humas dalam melakukan komunikasi (dalam bentuk sosialisasi) sangat membantu publik untuk mematuhi program dalam sosialisasi tersebut sebagai pencegahan virus corona masuk ke kereta api.

#### **4.3 Pembahasan**

Berdasarkan teknik analisis data Miles dan Huberman terdapat tiga tahapan dalam melakukan analisis data. Tahap pertama adalah dengan melakukan reduksi data (*reduction data*) artinya bahwa dalam mereduksi data peneliti masuk kedalam organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Daop 1 Jakarta dan mengobservasi secara langsung, mencari informasi dari beberapa sumber baik dengan wawancara mendalam maupun dengan dokumen-dokumen pendukung lainnya yang memiliki informasi yang cukup mendalam dalam upaya mendukung penelitian ini. Adapun selama melakukan penelitian ini, penulis melakukan

wawancara mendalam dengan narasumber yang sudah ditunjuk sebagai *key informant* dan *informant* pada waktu senggang/istirahat atau diluar jam kerja.

Hasil wawancara pertama dengan *key informant* peneliti melakukan reduksi data secara minor terhadap salah satu pertanyaan yang diajukan yaitu terhadap pertanyaan terakhir mengenai dampak dari adanya virus corona. Hal tersebut dikarenakan adanya korelasi yang sangat minor dari tujuan penelitian sehingga memungkinkan data tersebut untuk direduksi. Disamping itu data-data yang diajukan sejalan dengan tujuan penelitian terkait peran humas dalam melakukan sosialisasi dan peneliti mengetahui adanya korelasi antara teori dengan hasil penelitian.

Sedangkan hasil wawancara kedua dengan keempat informan peneliti juga melakukan reduksi data secara minor terhadap salah satu pertanyaan yang diajukan yaitu terhadap pertanyaan terakhir mengenai dampak dari adanya virus corona. Hal tersebut juga dikarenakan adanya korelasi yang sangat minor dari tujuan penelitian sehingga memungkinkan data tersebut untuk direduksi. Disamping itu data-data yang diajukan juga sejalan dengan tujuan dimana data dari pengguna moda transportasi dapat dijadikan bahan evaluasi dari peran humas dalam melakukan komunikasi sosialisasi secara berkara dan penelitin dapat mengetahui adanya korelasi antara teori dengan hasil penelitian.

Tahap kedua teknik analisis Milles dan Huberman adalah melakukan penyajian data dengan cara menyajikan data-data hasil wawancara serta analisa yang sudah ada. penyajian data ini merupakan proses penyusunan informasi secara sistematis dalam rangka memperoleh kesimpulan–kesimpulan sebagai temuan

peneliti. Peneliti mengaitkan hasil analisa diatas dengan landasan teori komunikasi dan landasan konseptual mengenai ruang lingkup humas sebagai *public relation*.

Menurut Goldhaber (1986: 14) komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah. Sedangkan Komunikasi internal yang berkaitan dengan organisasi didefinisikan oleh Lawrence D Brennan (dalam Effendy, 2013: 122) sebagai pertukaran gagasan diantara para pimpinan dan pegawai dalam suatu organisasi dan lengkap dengan strukturnya yang khas serta adanya pertukaran gagasan secara horisontal dan vertikal di dalam organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung. Teori dari Goldhaber dan Lawrence D Brennan memiliki korelasi yang selaras dengan hasil penelitian seperti yang diutarakan Bapak Ayep Hanafi saat pertama kali virus corona masuk ke Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) langsung merespon dengan melakukan beberapa antisipasi penting dalam upaya pencegahan virus corona dan hal itu dikasikan komunikasi internal terlebih dahulu dari tim Humas Daop 1 Jakarta.

Effendy (2002: 60) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbuan, dan sebagai panduan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Seperti yang dilakukan tim Humas DAOP 1 Jakarta dengan mengerahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun,

sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan *hand sanitizer*, dan pos kesehatan di 89 Stasiun. Dan tidak sampai disitu Bapak Ayep Hanafi juga mengutarakan dari KAI Wilayah Daop 1 Jakarta dalam melakukan antisipasi terus melakukan sosialisasi secara berkala dengan program-program pembaharuan.

Adapun seperti yang diutarakan Bapak Ayep Hanafi terhadap peran humas yang menjelaskan terkait adanya penyebaran virus corona ini fasilitator komunikasi dan fasilitator proses pemecahan masalah sangat berperan penting. Dalam fasilitator komunikasi humas bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan publik. Sedangkan fasilitator proses pemecahan masalah humas merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pemimpin organisasi bagi sebagai penasihat hingga pengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi. Pernyataan hasil penelitian tersebut selaras dengan Peranan humas dalam suatu organisasi dapat dibagi empat kategori menurut Dozier dan Broom yaitu bahwa humas sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi

Menurut Bapak Ayep Hanafi, tiap himbauan dan edukasi dilakukan sosialisasi secara langsung di beberapa stasiun wilayah Daop 1 Jakarta ditambah dengan pemasangan spanduk/pamflet disekitaran stasiun terkait himbauan protokol kesehatan. Disamping itu, PT. KAI juga melakukan sosialisasi secara virtual melalui beberapa media online seperti website dan sosial media (Facebook, Instagram, Twitter) KAI dan juga media online rekanan seperti Instagram Jkinfo.

Bapak Ayep Hanafi juga mengutarakan bahwa terdapat banyak respon dari publik terkait peran humas dengan adanya sosialisasi sehingga memungkinkan Humas Daop 1 Jakarta untuk melakukan beberapa alternatif lain dalam melakukan sosialisasi secara berkala hingga mengambil keputusan besar dengan menghentikan sementara layanan kereta di sebagian wilayah Daop 1. Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan teori ruang lingkup tugas humas yang mencakup membina hubungan ke dalam (*public internal*) dan juga memina hubungan ke luar (*public eksternal*) dan juga proses pelaksanaan tugas humas menurut Widjaja yang mencakup menyediakan dan mendengar (*fact finding*), mengambil ketentuan dan merencanakan (*Planning*), melaksanakan komunikasi (*communication*), dan penilaian (*evaluation*).

Lebih lanjut data yang dihasilkan melalui empat *informant* lebih kearah respon dari publik sebagai pengguna moda transportasi kereta api. Dengan adanya peran humas dengan melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di kereta api memberikan gambaran dan informasi kepada publik tentang aturan-aturan kesehatan yang diberlakukan dari adanya sosialisasi tersebut. Hasil penelitian yang diperoleh dari *informant* juga selaras dengan proses pelaksanaan tugas humas menurut Widjaja terutama pada poin penilaian (*evaluation*). Dalam hal ini penilaian dinilai segi-segi berhasil dan tidaknya, apa sebab- sebabnya, apa yang sudah dicapai, apa resep kemanjurannya dan apa faktor penghambatnya. Dari hal tersebut memungkinkan untuk humas melakukan evaluasi terhadap program-program sosialisasi yang sudah dilakukan sebelumnya agar kedepannya dapat hasil

maksimal dalam upaya melakukan pencegahan masuknya virus corona di kereta api.

Tahap terakhir adalah dengan cara penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*) bahwa peneliti menarik kesimpulan dari hasil analisa yang sudah didapat melalui tahap reduksi data dan tahap kedua penyajian data bahwa Humas Daop 1 Jakarta sangat berperan penting dalam melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di kereta api.

Peneliti menyimpulkan bahwa peran humas Daop 1 Jakarta sudah terlihat sejak awal virus corona masuk ke Indonesia dimana mereka langsung melakukan langkah cepat dalam antisipasi dengan melakukan komunikasi secara internal dan eksternal terutama melalui sosialisasi. Sosialisasi seperti mengarahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun, sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan Hand Sanitezer, dan menyediakan pos kesehatan di 89 Stasiun. Adapun sosialisasi dilakukan dengan menggunakan beberapa media seperti sosialisasi secara langsung, melalui website dan media sosial pribadi, dan juga media sosial rekanan (seperti instagram Jkinfo).

Dengan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Daop 1 Jakarta banyak mendapatkan apresiasi dari penumpang kereta dan tidak sedikit yang memuji terkait langkah-langkah yang diterapkan KAI dan dari hal tersebut Humas Daop 1 Jakarta memberikan peran, yang dimana tidak sedikit pengguna moda transportasi kereta langsung mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan pada saat sosialisasi dilaksanakan. Lebih lanjut, Daop 1 Jakarta juga mengambil beberapa alternatif lain dalam melakukan sosialisasi secara berkala hingga

mengambil keputusan besar dengan menghentikan sementara layanan kereta di sebagian wilayah Daop 1. Tidak sampai disitu penilaian (*evaluation*) juga terus dilakukan dengan melihat respon dari publik yang memungkinkan untuk humas melakukan evaluasi terhadap program-program sosialisasi yang sudah dilakukan sebelumnya agar kedepannya dapat hasil maksimal dalam upaya melakukan pencegahan masuknya virus corona di kereta api.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yang antara lain sebagai berikut.

1. Peran Humas Daop 1 Jakarta dalam melakukan sosialisasi tentang pencegahan virus corona di Kereta Api sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi.
2. Langkah cepat yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi masuknya virus corona yaitu dengan mengerahkan kereta kesehatan, menurunkan tim medis di stasiun, sosialisasi di Stasiun, melarang bersin sembarangan, menjaga kebersihan kereta, menyediakan hand sanitizer, dan menyediakan pos kesehatan di 89 Stasiun.
3. Sosialisasi yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta adalah melakukan pemeriksaan kesehatan, pembagian masker, pembagian pamflet, dan penyuluhan kesehatan tentang virus Corona dan juga termasuk edukasi mengenai pentingnya mencuci tangan, pemakaian masker, dan etika batuk dan bersin.
4. Media sosialisasi yang digunakan oleh Humas DAOP 1 antara lain: sosialisasi secara langsung di stasiun, melalui website dan sosial media Intansi KAI, dan juga media sosial rekanan (seperti instagram Jktinfo).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran kepada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terutama Humas Daop 1 Jakarta. Saran tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Peran humas lebih ditingkatkan kembali terutama dari sisi komunikasi yang lebih intens lagi dan tidak hanya berkuat sebagai fasilitator komunikasi maupun fasilitator proses pemecahan masalah yang hanya dapat mencegah dampak secara sementara.
2. Terkait langkah cepat yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta mengenai pencegahan virus corona di kereta api, langkah baiknya dari Humas perlu lebih sigap lagi dalam mempersiapkan alternatif lain untuk merespon setiap kejadian yang tidak diinginkan
3. Lebih memperbanyak lagi kegiatan-kegiatan sosialisasi yang dilakukan Humas Daop 1 Jakarta agar bisa lebih dimengerti dan dipatuhi oleh seluruh penumpang moda transportasi kereta api.
4. Lebih gencar lagi dalam melakukan sosialisasi secara langsung maupun secara virtual melalui media online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alodokter. Virus Corona. Diakses pada 11 April 2020. <https://www.alodokter.com/virus-corona>.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations, Edisi ke-1*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Obyek Penelitian*. Diakses pada 11 April 2020. <https://kbbi.web.id/objek>.
- Kartono dan Gulo. 2011. *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Kartono, Kartini. 2015. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, Juliansyah. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ruliana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Satori, Djam'an. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, Ulber. 2016. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Soekanto, Soerjono. 2015. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sukmadinata, Syaodih, Nana. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. 2012. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Susila dan Suyanto. 2015. *Metode Penelitian Epidemiologi Bidang Kedokteran dan Kesehatan*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Tanzeh dan Suyitno. 2016. *Dasar-dasar Penelitian*. Surabaya: eKaf.
- Yin, Hermawan. 2011. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

## LAMPIRAN 1 (HASIL WAWANCARA)

### Informan Kunci (Bapak Ayep Hanafi – Junior Manager)

1. Sudah berapa lama Bapak bekerja di PT. Kereta Api Indonesia terutama di tim Humas DAOP 1 Jakarta?

**Jawaban:** Untuk waktu bekerja saya di PT. Kereta Api Indonesia kurang lebih sudah memakan waktu 10 tahun (atau pertama kali bergabung di akhir tahun 2010) dan saat itu saya masih di staff administrasi dan kemudian dipertengahan tahun 2015 masuk di tim Humas DAOP 1 Jakarta dan alhamdulillah sampai saat ini saya masih di tim Humas dengan jabatan sebagai Junior Manager dan masih harus banyak belajar untuk ke tahap ataupun ke jenjang lebih tinggi.

2. Bagaimana respon dari PT. Kereta Api Indonesia (secara khusus di KRL) sendiri saat virus corona masuk dan menyebar di Indonesia?

**Jawaban:** Saat virus corona masuk dan menyebar di Indonesia sekitar akhir Februari lalu dari kami cukup kaget dengan perkembangan virus tersebut untuk setiap harinya. Dari kami pun selaku dari tim Humas langsung berkoordinasi dengan tim pusat terkait langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mencegah virus tersebut. Karena tidak bisa dipungkiri kereta merupakan salah satu tempat yang banyak terjadi kontak fisik apalagi di jam kerja. Intinya saat itu dari kami langsung merespon dengan melakukan beberapa antisipasi penting dalam upaya pencegahan virus corona tersebut.

3. Antisipasi apa saja yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (secara khusus di KRL) saat virus corona mulai masuk dan menyebar di Indonesia?

**Jawaban:** Beberapa langkah cepat yang dilakukan tim Humas DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi masuknya virus corona, yaitu antara lain dengan:

- Mengarahkan kereta kesehatan; Di beberapa stasiun, pihaknya telah menurunkan sejumlah tenaga medis yang siap membantu penumpang apabila mengalami indikasi gejala virus Corona.

- Menurunkan tim medis di stasiun; PT Kereta Api Indonesia (Persero) menyiapkan kereta klinik atau rail clinic bagi para penumpang di sekitar Stasiun Depok dan Bogor, Jawa Barat. Kereta kesehatan ini disiapkan untuk mencegah dan mengantisipasi penyebaran virus corona atau Covid-19.

Selain itu, Kereta Kesehatan atau Rail Clinic juga dikerahkan melintasi sejumlah jalur yang ada di Pulau Jawa.

- Sosialisasi di Stasiun; KAI juga melakukan pemeriksaan kesehatan, pembagian masker, pembagian pamflet, dan penyuluhan kesehatan tentang virus Corona. Termasuk edukasi mengenai pentingnya mencuci tangan, pemakaian masker, dan etika batuk dan bersin. Para petugas dan tim medis yang turun di lapangan memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat pengguna kereta berupa pembagian masker, pamflet, memberikan edukasi, dan penyuluhan kesehatan tentang virus Corona dan pencegahannya. Demi menjaga efektivitas pencegahan, KAI berpesan kepada penumpang untuk melapor ke petugas atau kondektur jika merasa tidak sehat, agar dapat ditindaklanjuti segera oleh petugas. KAI juga mengajak kepada pengguna KA untuk menjaga kesehatan diri dan memakai masker jika sedang sakit dan hal tersebut dijelaskan langsung oleh Direktur Utama KAI Edi Sukmoro.

- Melarang bersin sembarangan; Tak hanya itu saja, guna memastikan kondisi kesehatan setiap calon penumpang, PT KAI Daop 1 Jakarta melalui Unit Kesehatan juga melakukan pemeriksaan kesehatan bagi calon penumpang KA. Pemeriksaan dilakukan di Stasiun Gambir dan Pasar Senen. Senior Manager Humas Daop 1 Jakarta, Eva Chairunisa mengimbau agar penumpang tak memaksakan diri beraktivitas menggunakan transportasi publik jika mengalami demam tinggi atau gangguan kesehatan lainnya, dan disarankan istirahat di rumah. Demi kenyamanan bersama, Daop I juga mengimbau agar pengguna tidak membuang air liur (meludah) sembarang tempat, dan menggunakan penutup mulut saat batuk atau bersin.

- Menjaga kebersihan kereta; KAI juga fokus dalam hal kebersihan sarana kereta. Misalnya, melakukan pencucian interior dan eksterior kereta secara rutin sebelum commuterline diberangkatkan. Pencucian kereta dengan menggunakan bahan kimia untuk sterilisasi. Tak hanya itu, KAI juga menyiapkan petugas kebersihan baik di stasiun maupun selama perjalanan. Bantal yang disediakan di kereta pun selalu dalam kondisi baru tercuci bersih setiap pergantian penumpang.

- Menyediakan Hand Sanitizer; KAI menyiapkan cairan pembersih tangan di beberapa rangkaian kereta dan sejumlah titik di stasiun area Daop 1 Jakarta. Untuk menciptakan rasa aman kepada sesama pengguna kereta api, di sejumlah stasiun yang berada di area Daop 1 Jakarta kini tersedia hand sanitizer alkohol 70-80%. Hand Sanitizer tersebut ditempatkan di beberapa titik penting stasiun seperti rangkaian gerbong kereta, pos kesehatan, meja,

check boarding, loket (pembelian, pemesanan, dan pembatalan tiket), dan loko cafe.

- Pos kesehatan di 89 Stasiun; Selain di Stasiun Bogor hingga Jakarta, PT KAI menyediakan pos kesehatan di 89 stasiun di Jawa dan Sumatera bagi penumpang yang ingin memeriksa kesehatan. Layanan Rail Clinic juga diberikan kepada warga sekitar Stasiun Semarang Poncol, Cirebon. Sedangkan bagi warga sekitar Stasiun Bandung, Tasikmalaya, Banjar, Kroya, Yogyakarta, Solo, Madiun, Mojokerto, Surabaya Gubeng, Bojonegoro, Purwokerto, dan Pasar Senen akan dilayani dengan kehadiran Kereta Inspeksi.

4. Lebih spesifiknya, komunikasi (sosialisasi) apa saja yang dilakukan Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona di kereta api terutama di KRL? Dan media apa saja yang digunakan untuk sosialisasi tersebut?

**Jawaban:** Seperti yang dijelaskan sebelumnya salah satu antisipasi kami dalam pencegahan virus corona di kereta api dengan melakukan sosialisasi seperti dengan melakukan pemeriksaan kesehatan, pembagian masker, pembagian pamflet, dan penyuluhan kesehatan tentang virus Corona dan juga termasuk edukasi mengenai pentingnya mencuci tangan, pemakaian masker, dan etika batuk dan bersin. Tapi tidak sampai disitu, dari kami terus melakukan evaluasi terkait komunikasi/sosialisasi tersebut dikarenakan kasus virus corona terus bertambah untuk setiap harinya hingga kami memutuskan untuk melakukan sosialisasi kembali dengan aturan protokol kesehatan lebih ketat termasuk cek suhu tubuh pada saat penumpang masuk stasiun dan sosialisasi terkait penerapan social distancing pada saat di dalam kereta. Dan pada saat wilayah Jabodetabek memberlakukan PSBB dengan skala besar dan saat itu bertepatan dengan bulan ramadhan, dari tim Humas DAOP 1 Jakarta melakukan sosialisasi kembali dengan protokol kesehatan lebih ketat lagi yaitu pengguna moda transportasi harus membawa surat tugas dari perusahaan masing-masing jika ingin menggunakan transportasi tersebut dan tidak diizinkan masuk jika tidak ada surat keterangan tugas tersebut. Adapun tiap himbuan dan edukasi tersebut dilakukan sosialisasi secara langsung di beberapa stasiun wilayah Daop 1 Jakarta ditambah dengan pemasangan spanduk/pamflet disekitaran stasiun terkait himbuan protokol kesehatan. Disamping itu, PT. KAI juga melakukan sosialisasi secara virtual melalui beberapa media online seperti website dan sosial media (Facebook, Instagram, Twitter) KAI dan juga media online rekanan seperti Instagram Jktinfo.”

5. Bagaimana peran Humas DAOP 1 Jakarta sendiri dalam melakukan sosialisasi tersebut?

**Jawaban:** Jelas humas sangat berperan penting karena sebagai public relation, humas sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan juga sebagai sebagai teknisi komunikasi. Namun terkait adanya penyebaran virus corona ini fasilitator komunikasi dan fasilitator proses pemecahan masalah sangat berperan penting. Dalam fasilitator komunikasi humas bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan publik. Sedangkan fasilitator proses pemecahan masalah humas merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pemimpin organisasi bagi sebagai penasihat hingga pengambil tindakan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi. Dalam hal ini dalam menghadapi virus corona yang terus berkembang, kami membentuk suatu tim posko yang dikordinir praktis ahli humas dengan melibatkan departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk mengatasi persoalan virus corona ini.

6. Bagaimana respon dari penumpang sejak sosialisasi tersebut dilaksanakan?

**Jawaban:** terkait respon dari penumpang sendiri relatif berbeda-beda apalagi semenjak sosialisasi dilaksanakan. Pada awalnya banyak penumpang yang masih acuh terkait protokol kesehatan yang diterapkan saat sosialisasi dijelaskan terutama etika bersin, batuk, ataupun membuang ludah. Tapi tidak sedikit pula penumpang yang mematuhi protokol tersebut. Apalagi saat sosialisasi terkait protokol kesehatan lebih diperketat, hingga 90% penumpang mengikuti aturan yang diterapkan KAI dan adapun penumpang yang tidak mau mengikuti protokol kesehatan tersebut risikonya mereka dilarang masuk stasiun dan dianjurkan menggunakan moda transportasi lain.

7. Apakah ada alternatif lain jika para penumpang tidak mematuhi peraturan protokol kesehatan?

**Jawaban:** Pada dasarnya beberapa alternatif dalam upaya pencegahan virus tersebut sudah dilakukan oleh KAI seperti yang dijelaskan sebelumnya. Seperti sosialisasi pertama kali terkait himbauan-himbauan dan aturan, hingga protokol kesehatan dan aturan yang lebih ketat seperti harus menunjukkan surat tugas ataupun surat sehat. Untuk aturannya cukup jelas jika ada penumpang yang tidak mematuhi protokol kesehatan tersebut adalah dengan melarang mereka masuk ke area stasiun dan menyarankan untuk menggunakan moda transportasi lain.

8. Apakah dari PT. Kereta Api Indonesia terutama angkutan KRL ada rencana untuk menghentikan layanan sementara jika kasus virus corona terus meningkat?

**Jawaban:** Seperti yang sudah terjadi dari KAI dengan terpaksa menghentikan layanan kereta jarak jauh menginkan bertepatan dengan moment mudik lebaran sebagai langkah pencegahan virus corona menyebar ke daerah. Akan tetapi dari KAI tidak ada rencana untuk menghentikan layanan kereta KRL yang beropertasi di area Jabodetabek, hanya saja selain menerapkan protokol kesehatan dan peraturan ketat, KRL membatasi jumlah penumpang dalam tiap gerbongnya dan selain itu juga mengurangi jam operasi KRL.

9. Dampak signifikan apa yang paling terasa oleh PT. Kereta Api Indonesia dari adanya virus seperti ini?

**Jawaban:** Anjloknya kinerja perusahaan karena dampak virus Corona yang membuat mobilitas masyarakat terbatas. Manajemen PT KAI (Persero) memperkirakan kas perusahaan akan negatif alias minus Rp 3,448 triliun hingga akhir tahun. Pendapatan perusahaan mengalami tekanan mulai Maret lalu. Pendapatan KAI pada Januari mencapai Rp 2,3 triliun, Februari Rp 1,2 triliun kemudian anjlok di bulan Maret yang hanya Rp 890 miliar dan April Rp 684 miliar. Sementara, pembayaran untuk pemasok dan karyawan terus berjalan. Pada Januari alokasinya Rp 1,7 triliun, Februari Rp 749 miliar, Maret Rp 1,4 triliun, dan April Rp 1,2 triliun. Dengan kondisi tersebut, kas yang dihasilkan dari operasi yakni berupa pengurangan antara pendapatan dan pembayaran tersebut hingga akhir tahun diproyeksi minus Rp 2,049 triliun. Kemudian, KAI ada pembayaran bunga dan beban keuangan yang hingga akhir tahun diproyeksi Rp 920 miliar. Lalu, ada pembayaran pajak penghasilan Rp 479 miliar hingga akhir tahun. Dengan demikian total kas bersih yang berasal dari operasi sampai akhir tahun diproyeksi minus Rp Rp 3,448 triliun. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pembatalan tiket kereta di moment lebaran.

10. Bagaimana harapan Bapak dan Team dari adanya virus corona ini?

**Jawaban:** Untuk harapan sendiri jelas kita sebagai warga negara Indonesia sangat sangat berharap agar pandemik ini segera usai dan hilang agar kita semua bisa tenang dan juga beraktifitas kembali seperti sedia kali dan yang terpenting berharap agar perekonomian kita segera pulih.

#### **Informan 1 (Ibu Susan Susanti – Karyawati)**

1. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menggunakan KRL sebagai moda transportasi harian?

**Jawaban:** Kebetulan saya menggunakan transportasi KRL dari tahun 2014 semenjak tempat kerja saya satu jalur dengan jalur kereta.

2. Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak dari adanya sosialisasi dari Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona?

**Jawaban:** Awalnya cukup kaget karena melihat banyak himbauan disekitaran kereta dan juga tau-tau ada protokol kesehatan yang harus dipatuhi. Tapi cukup dimengerti dan masuk akal karena hal tersebut dilakukan untuk kesehatan dan kebaikan dari kita semua ditambah saya pribadi juga masih membutuhkan moda transportasi kereta untuk bekerja. Tapi yang agak kaget saat KAI menerapkan peraturan harus membawa surat tugas dari kantor dan tes kesehatan, karena hal tersebut membuat saya agak pusing mengingat hari senin sampai dengan jumat saya harus bekerja dan tidak ada waktu untuk mengurus hal tersebut terutama tes kesehatan.

3. Apakah Ibu/Bapak mau mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia? Jika Tidak, apa ada rencana untuk berpindah ke moda transportasi lain?

**Jawaban:** Semenjak PT. KAI memberikan sosialisasi terkait himbauan dan protokol kesehatan yang ditetapkan, semenjak itu pula saya mulai mengikuti kebiasaan-kebiasaan sehat seperti menggunakan masker, menggunakan hand sanitizer, jaga jarak dengan orang lain, dan juga lebih menjaga etika saat bersin. Mau gak mau hal itu pasti dan akan saya lakukan karena amit-amit saya juga gamau kalau harus sampe terkena virus corona tersebut.

4. Dampak apa yang terasa dari adanya virus corona bagi Ibu/Bapak terutama pada saat di KRL?

**Jawaban:** Sangat berdampak sekali dari adanya virus corona ini, tapi sebetulnya gak hanya dampak negatif aja ya, tapi dampak positif nya juga ada. Dampak positif nya ya kita jadi hidup lebih bersih dan higienis baik di rumah, kantor, ataupun di jalan dan tentunya lebih hati-hati dalam melakukan hal apapun. Kalau dampak negatif sendiri yang paling terasa ya dari segi ekonomi, kebetulan saya sendiri kerja untuk membantu suami yang punya usaha, semenjak covid usaha suami saya ke hold cukup lama dan mau gak mau sampai saat ini masih bergantung di gaji saya.

5. Bagaimana harapan Ibu/Bapak dari adanya virus corona ini?

**Jawaban:** Harapan saya semoga badai corona ini bisa cepat berlalu dan bisa hidup normal kembali. Terutama kondisi ekonomi keluarga saya bisa pulih kembali, tapi yang pasti pasti akan selalu ada hikmah dibalik semua cobaan yang ada.

**Informan 2 (Ibu Vera Kurniawati – Karyawati)**

1. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menggunakan KRL sebagai moda transportasi harian?

**Jawaban:** Kebetulan saya baru 2 tahun terakhir menggunakan transportasi kereta karena sebelumnya saya ngontak dekat dengan kantor, tapi semenjak 2 tahun lalu saya ambil rumah di dekat stasiun citayam dan mau tidak mau harus memanfaatkan transportasi kereta untuk kerja.

2. Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak dari adanya sosialisasi dari Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona?

**Jawaban:** Awalnya saya tidak tau karena mungkin saat sosialisasi saya tidak melihat dan mendengar di media, tapi beberapa hari kemudian saya melihat dipelataran stasiun banyak himbauan terkait protokol kesehatan untuk mencegah virus menyebar. Menurut saya cukup bagus dari KAI dengan sigap dalam mencegah/antisipasi virus tersebut, semenjak adanya sosialisasi tersebut saya melihat para penumpang lebih banyak memperhatikan protokol kesehatan.

3. Apakah Ibu/Bapak mau mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia? Jika Tidak, apa ada rencana untuk berpindah ke moda transportasi lain?

**Jawaban:** Jelas iya ya karena saya juga sangat takut sekali kalau sampai terkena virus tersebut, maka semenjak protokol kesehatan mulai diberlakukan saya langsung memperhatikan hal-hal tersebut, terutama selalu menggunakan masker saat keluar rumah ataupun saat bekerja.

4. Dampak apa yang terasa dari adanya virus corona bagi Ibu/Bapak terutama pada saat di KRL?

**Jawaban:** Yang jelas itu dampak ekonomi, terutama saat PSBB mulai diberlakukan di area Jabodetabek, perusahaan saya tempat bekerja mulai terkena dari dampak tersebut hingga saya harus menerima pemotongan gaji hingga setengahnya. Tapi ya kalau dampak positif nya kita jadi lebih bisa hati-hati dan lebih bersih lagi.

5. Bagaimana harapan Ibu/Bapak dari adanya virus corona ini?

**Jawaban:** Harapan saya adalah ingin virus ini bisa cepat selesai dan menghilang dari Indonesia ataupun diseluruh dunia, minimal ada obatnya lah biar kita bisa hidup normal dan tenang.

### **Informan 3 (Bapak Firmasyah – Karyawan)**

1. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menggunakan KRL sebagai moda transportasi harian?

**Jawaban:** Saya menggunakan KRL sekitar 4 tahun yaitu dari tahun 2017 untuk moda transportasi saya berangkat dan pulang kerja. Sebetulnya saya bisa menggunakan motor cuman ya gak kuat sama macetnya, jadi mending desek-desekan aja dikereta asal bisa cepet sampe dan pulang.

2. Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak dari adanya sosialisasi dari Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona?

**Jawaban:** Cukup bagus ya, karena dengan adanya sosialisasi tersebut sama dengan mengingatkan kita agar mematuhi peraturan kesehatan terutama pada saat menggunakan moda transportasi kereta. Ditambah dari KAI juga sepertinya selalu sigap dalam merespon setiap perkembangan kasus yang ada dengan melakukan sosialisasi terus menerus.

3. Apakah Ibu/Bapak mau mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia? Jika Tidak, apa ada rencana untuk berpindah ke moda transportasi lain?

**Jawaban:** Tentu saya harus mengikuti protokol kesehatan tersebut ya, kalau saya tidak mengikuti pasti saya tidak akan diperbolehkan masuk stasiun. Jadi ya demi kebaikan bersama saya ikuti aturan-aturan tersebut.

4. Dampak apa yang terasa dari adanya virus corona bagi Ibu/Bapak terutama pada saat di KRL?

**Jawaban:** Bagi saya pribadi alhamdulillah dari sisi ekonomi masih aman dan tidak ada perubahan, paling terkait masalah waktu aja karena saat jam layanan kereta dikurangi saya harus pulang lebih cepat dari biasanya. Dan positifnya saya dan keluarga lebih memperhatikan kesehatan terutama dalam keseharian.

5. Bagaimana harapan Ibu/Bapak dari adanya virus corona ini?

**Jawaban:** Semoga pandemik virus corona ini cepat selesai dan kita bisa hidup normal kembali. Mau kemanapun kapanpun tidak ada batasan atau larangan dari pemerintah.

#### **Informan 4 (Bapak Iwan Sunandar – Karyawan)**

1. Sudah berapa lama Ibu/Bapak menggunakan KRL sebagai moda transportasi harian?

**Jawaban:** Sudah cukup lama sekali ya dari semenjak KRL belum rapi sampai sekarang (dibawah tahun 2010) saya sudah menggunakan transportasi kereta, tapi selingan sih biasanya naik motor juga ke kantor.

2. Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak dari adanya sosialisasi dari Humas DAOP 1 Jakarta tentang pencegahan virus corona?

**Jawaban:** Saya sangat mengapresiasi tindakan-tindakan dari tim humas Daop 1 Jakarta yang cukup sigap dan cepat dalamantisipasi pencegahan virus corona terutama dalam hal komunikasi dalam bentuk sosialisasi. Karena sosialisasi tersebut adalah hal yang paling diperlukan oleh penumpang terutama untuk usia-usia 40 tahun keatas bisa lebih faham akan aturan-aturan yang disampaikan.

3. Apakah Ibu/Bapak mau mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia? Jika Tidak, apa ada rencana untuk berpindah ke moda transportasi lain?

**Jawaban:** Iya saya mengikuti protokol kesehatan tersebut karena disamping itu sudah menjadi aturan dari pemerintah dan KAI sendiri, hal tersebut untuk kebaikan saya sendiri, karena saya juga gak mau pulang kerja sampe bawa virus untuk anak dan istri karena saya tidak mengikuti protokol kesehatan.

4. Dampak apa yang terasa dari adanya virus corona bagi Ibu/Bapak terutama pada saat di KRL?

**Jawaban:** Dampak signifikan yang kerasa dalam keseharian saya ya, kebetulan kantor saya tidak menerapkan wfh pada saat PSBB skala besar (karena di bidang media), jadi ya saya harus lebih bisa mengatur waktu sebagi mungkin ditambah adanya pengurangan jam operasional, disamping itu juga ekonomi mulai terasa saat THR ditunda ke akhir tahun.

5. Bagaimana harapan Ibu/Bapak dari adanya virus corona ini?

**Jawaban:** Harapan saya ingin agar virus corona ini hilang dari muka bumi dan kondisi ekonomi negara dan masing-masing orang bisa pulih dan dinormalkan kembali.

LAMPIRAN 2 (DOKUMENTASI)











Siaran Pers

Daop 1 Jakarta

12 Juni 2020

#### Ini Syarat Naik KA Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 1 Jakarta kembali mengoperasikan kereta api (KA) Jarak Jauh untuk melayani masyarakat yang ingin bepergian keluar kota menggunakan Kereta Api mulai Jumat, 12 Juni 2020.

Adapun di wilayah PT KAI Daop 1 Jakarta, KA Jarak Jauh Reguler yang kembali beroperasi adalah KA Serayu relasi Pasarsenen - Purwokerto dengan keberangkatan dari Stasiun Pasar Senen pukul 9.15 WIB, Bekasi pukul 09.45 WIB, Karawang pukul 10.19 WIB, Cikampek pukul 10.40 WIB.

Perjalanan kembali KA reguler ini mengacu pada Surat Edaran Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 No 7 Tahun 2020 tentang Kriteria dan Persyaratan Perjalanan Orang dalam Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Menuju Masyarakat Produktif dan Aman Covid-19 dan Surat Edaran Ditjenka Kemenhub No 14 Tahun 2020 Tanggal 8 Juni 2020 tentang Pedoman dan Petunjuk Teknis Pengendalian Transportasi Perkeretaapian dalam Masa Adaptasi Kebiasaan Baru untuk Mencegah Penyebaran Covid-19.

Pada tahap awal, KAI hanya menjual tiket 70% dari kapasitas tempat duduk yang tersedia pada KA. Tujuannya untuk menjaga jarak antar penumpang selama dalam perjalanan.

Sedangkan, khusus bagi penumpang dengan usia di atas 50 tahun, petugas akan mengatur tempat duduknya saat dalam perjalanan sehingga tidak bersebelahan dengan penumpang lain.

Untuk melakukan perjalanan KA Jarak Jauh, calon penumpang diharuskan melengkapi beberapa syarat yang tertuang dalam Surat Edaran Gugus Tugas Covid-19 No 7 Tahun 2020.

Berkas persyaratan tersebut harus ditunjukkan kepada petugas pada saat melakukan boarding, jika membeli tiket melalui KAI Access, Web KAI, dan mitra penjualan tiket resmi KAI lainnya. Namun, jika membeli tiket melalui loket go show (dengan ketentuan 3 jam sebelum keberangkatan KA) di Stasiun Gambir, Pasarsenen dan Jakarta Kota, maka berkas persyaratan dapat ditunjukkan kepada petugas loket.

Berikut ketentuan bagi calon penumpang KA Jarak Jauh:

1. Menunjukkan surat keterangan uji tes PCR dengan hasil negatif yang berlaku 7 hari atau surat keterangan uji Rapid-Test dengan hasil non reaktif yang berlaku 3 hari pada saat keberangkatan atau

Menunjukkan surat keterangan bebas gejala seperti influenza (influenza-like illness) yang dikeluarkan oleh dokter rumah sakit/puskesmas bagi daerah yang tidak memiliki fasilitas test PCR dan/atau Rapid Test.

2. Mengunduh dan mengaktifkan aplikasi Peduli Lindungi pada perangkat seluler.

Selain itu, khusus bagi calon penumpang yang akan bepergian dari dan menuju Provinsi DKI Jakarta, diharuskan memiliki Surat Izin Keluar Masuk (SIKM) DKI Jakarta.

3. Secara umum, setiap penumpang KA Jarak Jauh maupun Lokal diharuskan dalam kondisi sehat (tidak menderita flu, pilek, batuk, demam), suhu badan tidak lebih dari 37,3 derajat celsius, wajib menggunakan masker, dan menggunakan pakaian lengan panjang atau jaket.

4. Calon penumpang diwajibkan memakai masker dan faceshiled selama di area stasiun, perjalanan KA dan sampai tiba di stasiun tujuan.

5. Khusus penumpang infant (di bawah usia 3 tahun) dihimbau untuk membawa sendiri faceshiled.

Jika saat proses boarding (pengecekan tiket) penumpang kedatangan tidak memenuhi ketentuan tersebut, maka tidak diperkenankan melakukan perjalanan dan tiket dapat dibatalkan dengan pengembalian bea penuh 100%.

Sementara untuk pemeriksaan tiket saat akan melakukan perjalanan, pada proses boarding penumpang akan diminta melakukan scan tiket secara mandiri, guna mengurangi kontak fisik antara penumpang dan petugas.

Informasi perjalanan KA dapat diketahui melalui saluran resmi milik PT KAI (Persero) diantaranya aplikasi KAI Access, website resmi [kai.id](http://kai.id), Contact Center 121 line (021)121, Layanan pelanggan [cs@kai.id](mailto:cs@kai.id) dan Sosial media [@keretaapikita](https://www.instagram.com/keretaapikita) [@kai121\\_](https://www.facebook.com/kai121_)

Salam,

Kahumas PT KAI Daop 1 Jakarta

Eva Chairunisa



Siaran Pers

Daop 1 Jakarta

20 Juli 2020

### Naik Kereta Api Jarak Jauh Dari Dan Menuju Jakarta Kini Tidak Perlu SIKM Lagi

Masyarakat kini dapat lebih mudah untuk naik Kereta Api Jarak Jauh dengan relasi dari dan menuju DKI Jakarta. Mengikuti kebijakan dari Pemprov DKI Jakarta sejak Selasa (14/7) yang meniadakan lampiran Surat Izin Keluar masuk (SIKM) sebagai syarat untuk masyarakat yang akan berpergian, maka untuk perjalanan transportasi KA Jarak Jauh dari Stasiun yang berada di area DKI Jakarta kini juga tidak menjadikan SIKM sebagai salah satu syarat untuk calon pengguna yang akan berangkat menggunakan KA Jarak Jauh dari Stasiun Gambir dan Pasar Senen.

Mulai keberangkatan Rabu (15/7), syarat SIKM digantikan dengan mengisi Corona Likelihood Metric (CLM) pada aplikasi IAKI yang dapat diunduh di Google Play Store dan Apple App Store. Masyarakat diminta jujur mengenai kondisinya dalam mengisi CLM.

Meski SIKM sudah tidak diperlukan lagi sebagai salah satu syarat, namun masyarakat yang ingin menggunakan KA Jarak Jauh pada masa Adaptasi Kebiasaan Baru tetap diminta untuk menunjukkan Surat Bebas Covid-19 (Tes PCR/Rapid Test) yang masih berlaku (14 hari sejak diterbitkan) atau surat keterangan bebas gejala seperti influenza (influenza-like illness) yang dikeluarkan oleh dokter Rumah Sakit/Puskesmas bagi daerah yang tidak memiliki fasilitas Tes PCR dan/atau Rapid Test; serta menginstal dan mengaktifkan aplikasi Peduli Lindungi.

Secara umum, setiap pelanggan kereta api tetap diharuskan dalam kondisi sehat (tidak menderita flu, pilek, batuk, demam), suhu badan tidak lebih dari 37,3 derajat celsius, wajib menggunakan masker, menggunakan pakaian lengan panjang atau jaket, menjaga jarak, dan rutin mencuci tangan.

Pelanggan KA Jarak Jauh diharuskan mengenakan face shield yang disediakan oleh KAI selama dalam perjalanan hingga meninggalkan area stasiun tujuan. Untuk pelanggan dengan usia di bawah 3 tahun agar menyediakan sendiri face shield pribadi.

Sebagai upaya pencegahan penularan Covid 19 di sektor transportasi khususnya Kereta Api, sejumlah Protokol tersebut harus dipatuhi mulai dari keberangkatan, selama di dalam perjalanan, dan sampai di stasiun tujuan.

Informasi perjalanan KA dapat diketahui melalui saluran resmi milik PT KAI (Persero) diantaranya aplikasi KAI Access, website resmi kai.id, Contact Center 121 line (021)121, Layanan pelanggan cs@kai.id dan Sosial media @keretaapikita @kai121.

Salam,

Eva Chairunisa

Kahumas

PT KAI Daop 1 Jakarta

Siaran Pers  
Daop 1 Jakarta  
22 April 2020

**Pemerintah Berlakukan Larangan Mudik, Mulai 24 April 2020 Seluruh KA Jarak Jauh dan KA Lokal di Daop 1 Jakarta Tidak Beroperasi Kecuali KA Angkutan Barang**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan penyesuaian operasional perjalanan Kereta Api (KA), seiring dengan kebijakan Pemerintah yang resmi memberlakukan larangan mudik di masa pandemi Virus Corona guna menekan penyebarannya.

Di area Daop 1 Jakarta mulai Jumat, 24 April 2020 seluruh keberangkatan dan kedatangan perjalanan Kereta Api Jarak Jauh dan KA Lokal tidak dioperasikan.

Adapun untuk KA Jarak Jauh yang tidak beroperasi merupakan KA dari Stasiun Gambir, Stasiun Pasar Senen, dan Stasiun Jakarta Kota dengan tujuan akhir Bandung, Cirebon, Tegal, Semarang, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Malang, dan berbagai kota di wilayah lainnya.

Secara total terdapat 70 perjalanan KA Jarak Jauh di area Daop 1 Jakarta yang dibatalkan. Dari 70 KA tersebut 67 KA diantaranya merupakan KA reguler dan 3 KA lainnya merupakan KA tambahan yang dioperasikan pada saat hari kerja serta hari libur.

Sementara untuk perjalanan KA Lokal di area Daop 1 Jakarta yang dibatalkan, seluruhnya terdapat 31 perjalanan dengan rincian 6 KA Pangrango (relasi Bogor – Sukabumi PP), 12 KA Lokal Merak (Rangkasbitung-Merak PP), 6 KA Walahar (Tanjung Priuk – Purwakarta PP), 4 KA Jasiluhur (Tanjung Priuk – Cikampek PP), dan 3 KA Siliwangi (Sukabumi – Ciranjang).

Calon penumpang yang sudah memiliki tiket, akan dikembalikan penuh oleh KAI dengan dihubungi oleh Contact Center KAI 121 untuk mendapatkan panduan lebih lanjut. Selain itu, calon penumpang juga dapat membatalkan tiketnya sendiri melalui aplikasi KAI Access atau datang langsung ke loket stasiun yang sudah ditunjuk.

Pembatalan tiket melalui aplikasi dapat dilakukan hingga maksimal 3 jam sebelum jadwal keberangkatan dan uang akan ditransfer paling lambat 45 hari kemudian. Adapun untuk pembatalan di loket stasiun dapat dilakukan di semua stasiun keberangkatan KA Jarak Jauh dan Lokal hingga maksimal 30 hari setelah jadwal keberangkatan dengan menunjukkan kode booking, dan uang akan langsung diganti secara tunai atau melalui transfer.

Pembatalan ini untuk sementara ditetapkan hingga 30 April 2020, sambil dilakukan evaluasi mengikuti perkembangan. Jika terdapat perpanjangan waktu maka akan diinformasikan kembali secara resmi.

PT KAI Daop 1 Jakarta memohon maaf kepada penumpang yang perjalanannya tertunda. Langkah ini dilakukan guna menekan penyebaran Covid-19 pada masa angkutan Lebaran 2020.

Berikut Stasiun Yang Melayani Pembatalan tiket yang buka setiap hari (Senin-Minggu) Pukul 08.00 WIB s.d 16.00 WIB:

1. Stasiun Gambir
2. Stasiun Pasar Senen
3. Stasiun Jakarta Kota
4. Stasiun Bogor Paledang
5. Stasiun Cikampek
6. Stasiun Rangkasbitung
7. Stasiun Serang
8. Stasiun Bekasi

Sebagai informasi guna mendukung pasokan logistik dan bahan pangan, Daop 1 Jakarta tetap menjalankan KA Angkutan Barang secara normal untuk pengangkutan.

Informasi perjalanan KA dapat diketahui melalui saluran resmi milik PT KAI (Persero) diantaranya aplikasi KAI Access, website/resmi/kai.id, Contact Center 121 line (021)121, Layanan pelanggan cs@kai.id dan Sosial media @keretaapikita @kai121

Salam,

Eva Chairunisa  
Kahumas  
PT KAI Daop 1 Jakarta



