

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentu saling berhubungan satu dengan yang lain, dan untuk saling berhubungan dengan manusia lainnya diperlukan komunikasi. Komunikasi menurut David K. Berlo adalah instrumen dari interaksi sosial, yang berguna menciptakan keseimbangan dalam masyarakat. Di dalam komunikasi antar manusia terdapat penyebaran informasi, ide, ataupun gagasan maupun emosi¹. Proses ini bertujuan untuk menjembatani antara pikiran, perasaan dan kebutuhan setiap manusia terhadap dunia luar. Pada proses komunikasi diperlukan komunikator sebagai pemberi informasi yang membawa pesan informasi yang diperuntukkan kepada penerima sebagai komunikannya, yang member efek serta menimbulkan timbal balik berupa respon.

Menurut Harold D. Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi dasar atau penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi². *Pertama*, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang bahkan ancaman yang berada di sekitarnya. Dengan harapan dapat terbentuknya keamanan

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2015). Hlm 2

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2015). Hlm 2

dalam lingkungan tersebut. *Kedua*, yaitu upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Manusia itu memberi gejala atau tanggapan terhadap apa yang terjadi. *Ketiga*, adalah upaya melakukan perubahan terhadap warisan sosial.

Komunikasi insani atau populer dengan nama komunikasi antarmanusia.³ menurut Alo Liliweri merupakan komunikasi yang dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui media.. Dalam komunikasi antar manusia terdapat model komunikasi dua arah. Melalui komunikasi dua arah ini dapat terjadi hubungan timbal balik antara komunikator dengan komunikan sehingga komunikasi menjadi aktif. Penggunaan komunikasi dua arah banyak diterapkan di suatu bidang atau lembaga yang memiliki peran Humas.

Humas atau Hubungan Masyarakat merupakan terjemahan bebas dari *Public Relations*, yang berfungsi sebagai “penyambung lidah” antara masyarakat dengan lembaga atau instansi terkait dimana Humas itu berada. Yang bertujuan untuk menjaga maupun memelihara hubungan baik dengan masyarakat, dan menjaga citra baik perusahaan.

Menurut kamus *Fund and Wagnal, American Standard Desk Dictionary*, yang dikutip oleh M. Lingga Anggoro. Istilah humas diartikan sebagai *segenap kegiatan dan kiat yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap*

³ Alo Liliweri, *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hlm 46.

keberadaan dan sepakterjangnya. Istilah *kiat* ini mengindikasikan bahwa humas menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*).⁴

Tujuan humas antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favourable* serta membentuk goodwill dan kerja sama. Perusahaan harus mampu memahami kondisi nyata publik. Humas harus memulai aktivitasnya dengan bertanya. Demikian sebaliknya, publik harus mempunyai informasi yang cukup tentang perusahaan. Agar terjadi kecukupan komunikasi diantara kedua belah pihak.

Dalam hal ini diperlukan pula strategi agar tercapainya tujuan untuk kedepannya. Strategi sendiri merupakan gagasan, perencanaan, dan eksekusi yang digunakan untuk menghasilkan tujuan (*goals*) yang sudah ditentukan sebagai tujuan akhir yang didapat. Terdapat koordinasi tim kerja, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.⁵ Menentukan strategi diperlukan wawasan yang luas, oleh karena itu seorang petugas humas haruslah memiliki wawasan yang luas dan memiliki kecakapan yang dapat membantunya dalam membuat strategi. Promosi yang

⁴ M Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) Hlm 1-2

⁵ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2000) Hlm 31.

dilakukan oleh pihak KAI pun adalah dengan mensosialisasikan Kertalaya ke sekolah, *Car Free Day*, sosialisasi langsung ke stasiun dan mengadakan *event-event* tertentu guna mempromosikan Kertalaya.

Strategi sendiri dapat digunakan untuk berbagai kegiatan, salah satunya adalah kegiatan promosi, promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk mendorong konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau pemberi jasa atau produk.

Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Sebagian besar komunikasi perusahaan berlangsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang diawasi dan direncanakan dengan hati-hati.⁶

Promosi sendiri digunakan untuk memasarkan suatu produk atau jasa yang dimiliki, salah satu contoh instansi atau lembaga yang memerlukan promosi untuk memasarkan produk jasanya kepada masyarakat adalah PT. Kereta Api Indonesia, khususnya Divisi Regional (Divre) III Palembang. Kereta api memang telah memiliki tempatnya sendiri dimasyarakat. Sebagai salah satu moda transportasi yang sering digunakan masyarakat, kereta api sudah barang tentu memiliki banyak peminat, tapi

⁶ Morissan, MA. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012) Hlm 16.

terlepas dari itu tetap dibutuhkan yang namanya promosi. Salah satunya adalah promosi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia Divisi Regional (Divre) III Palembang dalam mempromosikan kereta Kertalaya.

Namun pada kenyataannya masyarakat masih banyak yang belum mengetahui tentang kereta bus kertalaya, terbukti kereta bus kertalaya masih sedikit peminat. Sehingga Kertalay tidak terlalu banyak yang mengetahui dan arena jadwal yang dianggap kurang *Fleksibel* juga menjadi salah satu penyebab mengapa Kertlaya kurang dapat diminati. Dalam hal ini Humas Pt. KAI Divre III memiliki peranan penting dalam dalam memperkenalkan dan mempromosikan keberadaan *Rail Bus* Kertalaya di masyarakat. Dalam hal ini Humas Pt. KAI Divre III memiliki peranan penting dalam mempromosikan Rail Bus Kertalaya agar dapat dikenal dan diterima di masyarakat.

Moda atau sarana transportasi cepat massal ini dimaksudkan sebagai kereta pengangkut mahasiswa yang berada di Palembang dan Indralaya dengan tujuan untuk mengurangi beban jalan raya. Kertalaya sendiri merupakan singkatan dari Kertapati Indralaya, merupakan salah satu wilayah yang berada di Sumatera selatan. Kereta ini menghubungkan stasiun Kertapati yang berada di wilayah kota Palembang dengan Indralaya yang merupakan salah satu Kota di Kabupaten Ogan Ilir. Kertalaya adalah *Rail Bus* pertama yang dibuat dan telah beroperasi di Sumatera Selatan. *Rail Bus* merupakan sarana transportasi kombinasi dari konstruksi bus ringan dengan kereta

api. Sarana transportasi ini efektif digunakan karena dengan rel yang minim saja sudah aman dioperasikan.

Sebuah perusahaan apalagi perusahaan yang berskala besar seperti PT. KAI tentunya mempunyai Humas dengan kemampuan yang berkompeten. Dan selama ini PT. KAI telah mempunyai tempat tersendiri di masyarakat dengan image yang baik atau positif. Pihak PT. KAI mampu berkomunikasi dengan baik hingga konsumen atau pengguna jasa dapat percaya kepada produk yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“ STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT. KERETA API INDONESIA
DIVRE III PALEMBANG DALAM MEMPROMOSIKAN KERTALAYA”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada dapat dirumuskan permasalahan yang akan diangkat oleh penulis dalam penelitian ini. Maka, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Profil Kertalaya dan kegunaannya?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Humas PT. KAI Divre III Palembang dalam mempromosikan Kertalaya?

3. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi dan menghambat terpromosinya Kertalaya dimasyarakat?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada bidang yang sesuai dengan judul proposal yaitu “Strategi komunikasi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dalam mempromosikan Kereta Kertalaya di Masyarakat. Untuk itu penulis membatasi objek kajiannya, dimana objek kajian penulis adalah Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dengan meneliti strategi-strategi serta komunikasi yang digunakan dalam promosi kereta kertalaya tersebut. Dengan adanya batasan masalah ini penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan yang diinginkan.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Profil Kertalaya dan kegunaannya.
2. Pelaksanaan Strategi komunikasi yang dilakukan Humas PT. KAI Divre III Palembang dalam mempromosikan Kertalaya.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi dan menghambat terpromosinya Kertalaya dimasyarakat.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Praktis

Memberikan informasi dan menambah pengetahuan mengenai studi strategi komunikasi humas PT. KAI divre III Palembang dalam mempromosikan kertalaya. Serta memberikan informasi sebagai masukan dan pertimbangan dalam upaya strategi Humas terhadap pelayanan kepada masyarakat lainnya.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah untuk menerapkan pemahaman teori yang diperoleh penulis selama dibangku kuliah dengan praktik langsung yang berada dilapangan. Dan secara teoritik bagi pihak akademisi sebagai tambahan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah pengetahuan dan cakrawala berpikir dalam hal pengembangan wawasan dalam mempelajari berhadapan, berperilaku, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat

F. Tinjauan Pustaka

Dalam Penelitian ini, akan dicantumkan beberapa skripsi yang berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Humas” ada beberapa penelitian terlebih dahulu yang dilakukan peneliti yang lain dengan sudut pandang dan objek yang berbeda-beda dari beberapa peneliti. Arahman dengan

skripsinya yang berjudul “*Strategi Humas Puskesmas Kertapati dalam pelayanan kesehatan masyarakat*”⁷ dalam skripsi ini membahas tentang strategi humas, jenis skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengambil lokasi dikawasan kertapati. Bersamaan dengan penelitian Arahman dengan penelitian penulis yaitu terletak pada metode analisis datanya, dan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya dimana Arahman meneliti strategi humas puskesmas kertapati, sementara penulis meneliti strategi komunikasi humas Kereta Api.

Peneliti kedua, skripsi dengan judul “*Strategi Humas Polres Pagaram dalam Mensosialisakan pencegahan pencurian kendaraan bermotor*”.⁸ oleh Deska Hariyanti, jurusan Komunikasi penyiaran islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif, dengan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai tehnik pengumpulan datanya. Persamaan penelitian Deska Hariyanti dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama meneliti strategi humas, namun perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yaitu penelitian dilakukan di Polres Pagaram sementara objek penelitian penulis di Pt. KAI divre III Palembang.

⁷ Arahman, “*Strategi Humas Puskesmas Kertapati dalam pelayanan kesehatan masyarakat*”, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, (Palembang: Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2018) hlm 3

⁸ Deska Hariyanti, “*Strategi Humas Polres Pagaram dalam Mensosialisakan pencegahan pencurian kendaraan bermotor*”, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, (Palembang: Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2018) hlm 4

Peneliti ketiga, skripsi dengan judul “*Strategi Humas Pemprov Jambi dalam mensosialisaikan program TUNTAS (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil dan Sejahtera)*”⁹ oleh Citra Wulandari yang meneliti strategi humas yang dilakukan oleh pemprov Jambi, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang dilakukan oleh Citra Wulandari dengan peneliti adalah peneliti melakukan penelitian di Pt. KAI divre III Palembang dengan Objeknya yaitu Kereta Kertalaya sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Citra Wulandari adalah di Humas Pemprov Jambi dengan Objeknya yaitu Program Tuntas (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil dan sejahtera). Dan persamaannya yang terletak pada Sama-sama meneliti tentang Strategi Humas.

G. Kerangka Teori

Dalam memperkenalkan dan mempromosikan Kertalaya diperlukan strategi yang tersusun dan terencana dengan matang. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan Teori Frank Jefkins mengenai Humas yang dikutip Dr. Syarifuddin dan Dr. Suryanto dalam bukunya “*Public Relation*” menyatakan bahwa Public Relation atau Humas adalah “Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya

⁹ Citra Wulandari, “*Strategi Humas Pemprov Jambi dalam mensosialisaikan program TUNTAS (Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil dan Sejahtera)*”, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, (Palembang: Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2018) hlm 4

dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian”.¹⁰

Model komunikasi yang akan digunakan peneliti mengenai strategi *Public Relations* ini adalah model strategi Frank Jefkins. Teori ini menyatakan bahwa komunikasi haruslah terencana dengan baik yang dapat mencakup keseluruhan objek hingga mendapatkan tujuan spesifik yang diharapkan.

Dan menggunakan Teori dari Harold Laswell yakni “*Who Says in Which Chanel To Whom With What Effect*” atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. Jadi menurut Laswell, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Dari teori tersebut penulis didapat hasil yang akan digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini. Dan dalam pembahasan hasil penelitian, penulis menggunakan Teori Stimulus Respon yang digunakan untuk melihat respon yang diberikan masyarakat kepada Humas setelah diberikan Stimulus Berupa kegiatan maupun sosialisasi.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

¹⁰ Syarifuddin Gasing S. Suryanto, *Public Relation*, (Jakarta: penerbit Andi, 2004), Hlm 9

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Data kualitatif adalah wawancara, pengamatan atau penelaah dokumen. Metode kualitatif ini digunakan karena adanya beberapa pertimbangan. *Pertama*, metode kualitatif ini lebih mudah apabila dilakukan dengan berhadapan langsung dengan objek yang diteliti. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat disesuaikan dengan banyak penajaman pengaruh terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.¹¹

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Kereta Api Indonesia Divisi Regional III Palembang. Jln. Jenderal Ahmad Yani, No 541, 13 Ulu, Seberang Ulu II, Kota Palembang.

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian Kualitatif cenderung berkembang dan banyak digunakan dalam ilmu-ilmu sosial yang berhubungan dengan perilaku sosial manusia.¹² Dengan metode deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang memanfaatkan metode ilmiah.

¹¹ Lexy j. Moleong, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2013) Hlm 11-12

¹² M. Sudrajat subana , *Dasar-dasar penelitian ilmiah*, (CV.Pustaka setia: Bandung 2009) Hlm 13-14.

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

a. Data primer

Data primer adalah data yang didapat dan dihimpun secara langsung dari sumbernya. Dalam hal ini *Humas* dan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan.¹³ Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan observasi.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh dari literatur, arsip, ataupun data-data yang mendukung data primer.

5. Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden. Teknik

¹³ Rosady Ruslan, *metode penelitian public relation dan komunikasi* ,(Pt.Grafindo Pustaka: Bandung, 2003) Hlm18

wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka (*face to face interview*) dan melalui saluran telepon (*telephone interview*).¹⁴

Wawancara dilakukan berdasarkan pertanyaan yang telah dirumuskan dalam daftar pertanyaan serta yang muncul secara spontan. Yang bertujuan untuk mendapatkan serta mengetahui fakta-fakta yang ditanyakan kepada responden. Responden adalah pihak-pihak yang bertanggung jawab seperti Humas (*Public Relations*) PT. KERETA API INDONESIA DIVISI REGIONAL III PALEMBANG. Beserta staff terkait, serta pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap kasus yang diteliti.

b. Observasi

Menurut Indrianto dan Supomo, Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subjek, objek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹⁵ Kelebihan metode observasi adalah data yang dikumpulkan pada umumnya tidak terdistorsi, lebih akurat dan rinci serta bebas dari bias.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mendapatkan data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, buku, referensi yang dapat digunakan untuk mengumpulkan

¹⁴ Rosady Ruslan, *metode penelitian public relation dan komunikasi* ,(Pt.Grafindo Pustaka: Bandung, 2003) Hlm 23

¹⁵ Ibid hal 34

bukti, data tambahan dan keterangan untuk menunjang keabsahan penelitian.¹⁶ Yang termasuk data dokumentasi adalah foto-foto langsung ditempat lokasi penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Untuk meneliti bidang ilmu sosial, khususnya komunikasi lebih tepat dilakukan dengan metode kualitatif. Karena, lebih mendalam untuk mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek-aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, dan kemauan seseorang atau kelompok. Maka data yang didapat adalah melalui wawancara dan observasi.

Data yang dikumpulkan berupa data deskriptif baik lisan maupun tulisan, data lisan didapatkan dari informasi lapangan dengan wawancara, observasi. Dan data tulisan dikumpulkan dengan yang lainnya dan dikaitkan dengan berbagai teori yang diperoleh dari berbagai literatur, catatan peneliti, serta berbagai media yang terkait dengan objek penelitian, dan membuat kesimpulan hingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

I. Sistematika Pembahasan

Bab I : Pendahuluan yang terdiri dari Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

¹⁶ Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*, (Alfabeta:Bandung 2009) hlm 234

Bab II : Landasan teori yang berisi tentang teori-teori strategi, komunikasi dan humas yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, definisi konseptual, dan kerangka berpikir.

Bab III : Sebagai deskripsi objek penelitian yang meliputi sejarah berdirinya, visi, misi, dan tujuan, struktur organisasi, serta tugas dari masing-masing jabatan dari PT. KERETA API INDONESIA DIVISI REGIONAL III PALEMBANG.

Bab IV : Analisis hasil penelitian, berisi tentang strategi Humas dalam mempromosikan Kereta Kertalaya. Serta berisi tentang hambatan dan pendukung yang dihadapi oleh humas dalam mempromosikan Kereta Kertalaya.