

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Munculnya transportasi sebagai salah satu disiplin ilmu pada era globalisasi disebabkan oleh keterbatasan fisik manusia dalam menjalankan segala aktivitas kehidupannya sehari-hari. Seperti aktivitas sosial, politik, ekonomi, pengembangan iptek, budaya dan lain-lain. Secara fisik manusia tidak dapat bergerak tanpa adanya dukungan transportasi walaupun hanya untuk jarak dekat. Fidel Miro menjelaskan didalam bukunya “Pengantar Sistem Transportasi”, bahwa manusia tidak dapat meraih apa yang diinginkan mereka jika lokasi pada objek yang diinginkan mereka berada diluar jangkauan fisiknya walaupun jaraknya sangat dekat. Sebagai contoh, jika objek yang diinginkan berjarak 5 langkah, manusia harus bergerak untuk mengambil objek tersebut dengan berjalan 5 langkah. ”Kemampuan bergerak itulah yang dinamakan transportasi walaupun jarak hanya berjarak 5 langkah dengan berjalan kaki. Jalan kaki adalah salah satu bentuk moda transportasi yang paling sederhana” (Miro, 2012: vii)

Dari gambaran berikut diatas, kita bisa menangkap bahwa transportasi dapat dikatakan sebagai alat, teknik atau cara untuk mendapatkan atau menjangkau jarak yang dipergunakan oleh manusia dalam menjalankan segala aktifitas kehidupan. Dengan demikian, alat, teknik atau cara pada transportasi ini dapat berkembang mengikuti laju perkembangan globalisasi dan terutama aktifitas kehidupan masyarakat. Seperti jalan kaki sebagai alat transportasi yang paling

sederhana, hingga alat transportasi canggih seperti motor, mobil, pesawat bahkan kereta api.

Revolusi kereta api sendiri berawal diperkenalkan pada tahun 1803 di Trecithic, Inggris. “Mereka berhasil membuat kereta uap” pada waktu itu. (Gunawan, 2014: 65) Pada tahun 1829, Stevenson memperkenalkan lokomotif. Beliau menjelaskan bahwa “lokomotif mampu menggerakkan 30 gerbong barang dan kereta penumpang dengan kecepatan 12 mil per jam.” (Gunawan, 2014: 65) Hal tersebut mengakibatkan berkembangnya lokomotif uap menjadi lokomotif diesel dan listrik dimana berdampak pada kapasitas angkutan dan kecepatan yang semakin besar.

Sedangkan kehadiran kereta api di Indonesia dimulai dengan “pencangkulan pertama pembangunan jalan Kereta Api (KA) di Desa Kemijen menuju Desa Tanggung (26 km) pada hari Jum’at tanggal 17 Juni tahun 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet Van den Beele.” (Laporan Tahunan (*Annual Report*), 2011: 5) Lebar kereta api saat itu mencapai 1435 mm dimana ruas jalan tersebut dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Perkembangan pada sistem transportasi di Indonesia dari waktu ke waktu mengalami perubahan. Perubahan tersebut lahir tergantung dari sumber daya ekonomi atau penghasilan yang dihasilkan dari setiap Provinsi maupun Kota di setiap Pulau yang terbentang di wilayah perarian Indonesia. Bahkan setiap Pulau di Indonesia memiliki karakter masing-masing dimana tidak semua tempat bisa

didirikan jasa transportasi seperti Bandara, Stasiun maupun jalan untuk pengguna roda empat.

Selain itu, perkembangan teknologi saat ini juga mengalami perubahan dimana hal tersebut berdampak pada perkembangan transportasi di Indonesia. Dulu, untuk memesan sebuah tiket kereta Api kita harus pergi ke Stasiun untuk membeli. Namun, sekarang karena perkembangan jaman dan kemajuan teknologi, kita bisa membeli tiket secara *online* atau melalui *app* (aplikasi) yang bisa kita unduh melalui telpon genggam kita atau biasa kita sebut dengan *smartphone*.

Namun, bagaimanakah setiap individu khususnya masyarakat Indonesia dapat mengetahui perubahan yang terjadi pada dunia transportasi saat ini?. Hal tersebut lah yang memunculkan peran penting dari para pelaku Komunikasi untuk menyebarkan informasi mengenai perubahan atau perkembangan yang terjadi di dunia transportasi. Seperti saat ini di era tahun 2015, perkembangan pengguna jasa kereta api selalu mengalami peningkatan. Dikutip dari *Kompasiana.com* bahwa Penggunaan alat transportasi kereta api setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, apalagi saat mendekati hari-hari besar, baik islam maupun nasional. Pengguna jasa kereta api dapat mengalami peningkatan sampai 10.000 ribu. Mengimbangi lonjakan penumpang tersebut, PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengatasinya dengan kebijakannya menambahkan jumlah gerbong bahkan menyediakan kereta tambahan. Untuk menghindari penumpang yang kepadatan informasi salah, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memerlukan pelaku komunikasi untuk memberikan informasi yang akurat dan terpercaya.

Komunikasi sendiri mempunyai peran penting dalam kehidupan ini karena komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi seperti ide atau pesan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Untuk memahami interaksi komunikasi antarbudaya atau manusia, terlebih dahulu kita harus memahami apa arti dari komunikasi manusia. “Memahami komunikasi manusia berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, apa yang dapat terjadi, akibat-akibat dari apa yang terjadi, dan akhirnya apa yang dapat kita perbuat untuk mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.” (Mulyana dan Rakhmat, 2005: 12)

Komunikasi pun digunakan untuk perkembangan individu maupun organisasi seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero). Dalam organisasi maupun perusahaan komunikasi pun tak luput dari peran para pelaku Hubungan Masyarakat (Humas).

Hubungan Masyarakat (Humas) atau kita sering mendengar dengan sebutan *Public Relations* mempunyai fungsi dan peran untuk membangun citra positif untuk publik internal dan eksternal, sehingga diperlukan Humas yang menangani masalah tersebut agar organisasi atau perusahaan tidak mengecewakan publik. Humas mempunyai tugas menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi atau perusahaan dimata publik. Guna memenuhi tanggung jawab sosial, organisasi atau lembaga melayani kepentingan publik dalam kebutuhan, keinginan, dan kepentingan. Humas selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan publik baik internal maupun eksternal. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang saling menguntungkan untuk keduabelah pihak.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Jefkins bahwa Public Relation adalah “semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” (Jefkins, 1995: 10).

Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk menganalisa kebijakan PT Kereta Api Indonesia. Namun, Peneliti hanya berfokus pada pengguna di Pulau Jawa dimana sebuah Pulau yang memiliki penduduk terbanyak di Indonesia. Dengan demikian, Penulis memilih judul penelitian **“Kebijakan PT Kereta Api Indonesia Dalam Membangun Citra (Analisa Kebijakan PT Kereta Api Indonesia Dalam Membangun Citra Khususnya Di Pulau Jawa Pada tahun 2011 – 2014)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : **“Bagaimana kebijakan PT KAI dalam membangun citra (analisa kebijakan PT Kereta Api Indonesia dalam membangun citra khususnya di Pulau Jawa tahun 2011 – 2014)?”**

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui manajemen strategi PT Kereta Api Indonesia dari pada tahun 2011 hingga 2014

2. Untuk mengetahui kebijakan PT Kereta Api Indonesia dalam membangun citra

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya hasil analisis penelitian pada ilmu komunikasi khususnya dalam meningkatkan citra perusahaan jasa transportasi.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam melaksanakan kebijakan untuk membangun citra di Pulau Jawa.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan ini terdiri dari lima bab dan uraian setiap bab nya adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan menjelaskan tentang uraian definisi dan rangkuman mengenai sistem dan manajemen transportasi, analisa kebijakan PT Kereta Api Indonesia

dan teori public relations. Pada Bab ini Peneliti pun menggunakan teori-teori tersebut untuk dijadikan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, sumber data, unit analisis, keabsahan data, dan analisis data dimana hal-hal tersebut sebagai acuan Peneliti untuk tidak keluar dari jalur penelitiannya.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Peneliti, pada Bab ini akan menjelaskan mengenai profile perusahaan, visi dan misi perusahaan, perkembangan perusahaan dan hal-hal yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan pengguna jasa kereta api. Bab ini pun akan membahas pada hasil penelitian mengenai analisis Peneliti pada analisa kebijakan PT KAI dalam membangun citra dimana menggunakan penggabungan antara teori dan data yang Peneliti peroleh dari perusahaan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab akhir akan berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran dari Peneliti atas penelitian yang telah dilakukan.