

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan satu perusahaan milik pemerintah (BUMN) yang berorientasi pada pelayanan jasa transportasi. Dalam perjalanan sejarahnya, angkutan kereta api di tanah air kita membuktikan peranannya yang berarti pada sektor perhubungan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional.

Sebagai perusahaan besar tentunya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dituntut untuk lebih transparan dalam menginformasikan setiap peristiwa dan pernyataan yang berisikan fakta material yang dapat mempengaruhi sahamnya di pasar modal kepada masyarakat umum maupun otoritas pasar modal.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki Humas yang tergabung dalam *Corporate Communications* yang berpusat di Bandung. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung merupakan salah satu perusahaan besar yang menguasai seluruh jasa angkutan kereta api yang berada di Indonesia, perusahaan cabangnya tersebar di Indonesia yang di kenal dengan Daop (Daerah Operasi) yang mewakili kantor pusat dan bertanggung jawab melaksanakan seluruh kebijakan kantor pusat.

Dalam pengelolaan informasinya maka peranan *Corporate Communication* penting sebagai *agen publisitas* yaitu Humas dipahami sebagai saluran informasi dari organisasi kepada publik sehingga publik

akan memahami, simpati dan melindungi organisasi. Menurut M.T Myers & G.E. Myers dalam bukunya *manajemen Of communications* (Rosady Ruslan, 2008:93).

PT. Kereta Api Indonesia (persero) memiliki cabang yang tersebar di Indonesia diantaranya di Daerah atau divisi Pulau Jawa yang disebut dengan Daerah Operasi (DAOP) yang memiliki 9 DAOP mulai dari Jawa barat, Jawa Tengah, DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) sampai dengan Jawa Timur. Divisi Pulau Sumatera terdapat 3 Cabang yang terbagi atas Divisi Regional (Divre) Divre I untuk Sumatra utara, Divre II Sumatera Barat dan Divre III Sumatra Selatan.

Setiap kantor cabang tersebut masing-masing memiliki unit Humas (*Corporate Communications*) yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan isi pesan yang berkaitan dengan perusahaan dan sebagai membentuk citra perusahaan, maka humas membantu perusahaan untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif dengan tujuan agar karyawan dan masyarakat di setiap daerah mengetahui informasi tersebut, sehingga didapatkan saling pengertian dan membangun citra positif dalam karyawan dan masyarakat.

PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi 1 Jakarta merupakan salah satu cabang perusahaan terluas dan memiliki dua manajemen yang meliputi Manajemen Daerah Operasi 1 Jakarta dan Divisi Angkutan Perkotaan, bagian manajemen daerah operasi 1 Jakarta yang berada di daerah atau divisi yang bertugas untuk mengelola dan

menyelenggarakan angkutan kereta api di wilayah Jabotabek dan sekitarnya, Sementara Divisi angkutan perkotaan bertugas dalam pengelolaan angkutan *Commuter Line* Jabodetabek.

Humas PT. Kereta Api Indoensia (persero) Daerah operasi 1 Jakarta terbagi menjadi dua bagian yaitu Humas Eksternal dan Humas Internal. Humas Eksternal PT. Kereta Api Indoensia (persero) Daerah operasi 1 Jakarta memiliki peranan menjaga citra perusahaan dimata masyarakat. Sedangkan Humas Internal PT. Kereta Api Indoensia (persero) Daerah operasi 1 Jakarta adalah bagian yang dipercaya sebagai pen jembatan antara perusahaan dengan karyawannya.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menemukan beberapa aspek yang menarik dimana humas internal PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah operasi 1 Jakarta mengelolah dua aspek komunikasi yang penting didalam perusahaan. Dua aspek komunikasi tersebut adalah komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Kajian yang berbeda satu sama lain tetapi memiliki satu kesatuan benang merah didalamnya. "Komunikasi organisasi adalah "perilaku pengorganisasian" yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi" (R. Wayne Pace dan Don F. Faules : 2001:31-33).

Salah satu tantangan besar dalam komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Untuk menjawab tantangan tersebut, PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah

operasi 1 Jakarta menggunakan bidang komunikasi massa dimana penyampaian informasi secara serentak kepada publik dengan menggunakan media. Peranan media internal adalah untuk membentuk mainset positif mengenai perusahaan khususnya di lingkungan karyawan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah operasi 1 Jakarta dengan daerah atau divisi lainnya tentunya memiliki tingkat kesulitan tersendiri dalam menginformasikan kebijakan perusahaan, terutama menyatukan informasi dari daerah operasi satu ke daerah operasi lainnya.

Tentu saja peranan media sangat diperlukan di samping penggunaan media kontemporer (penggunaan internet atau online) yang hadir di era globalisasi saat ini yang membuat media konvensional atau media tradisional akan kurang diminati. Namun perusahaan yang terkenal dengan inovasinya PT. Kereta Api Indonesia (persero) masih mengandalkan media konvensional dalam hal ini Tabloid Kontak yang hadir hampir 50 tahun sebagai identitas perusahaan dan meneruskan inovasi melalui pengelolaan media internal.

Berdasarkan wawancara dengan Senior Manager Humas PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 1 Jakarta, Bambang S. Prayitno mengemukakan bahwa sebagai wadah informasi yang dibutuhkan pegawai yang tersebar di berbagai daerah maka untuk memuat segala informasi menjadi satu kesatuan PT. Kereta Api Indonesia (persero) hanya berfokus pada pembuatan media internal yaitu tabloid Kontak yang diharapkan dapat menumbuhkan motivasi kerja dan menambah pengetahuan seputar lingkup

kerja para pegawai serta berfungsi sebagai media informasi perusahaan serta sarana bagi pihak manajemen dalam menyampaikan informasi seputar kegiatan maupun kebijakan yang nantinya dibutuhkan karyawan dalam menunjang aktivitas pekerjaannya. (Hasil wawancara, pertanggal 27 Mei 2015 pukul 11.00 wib).

Tabloid Kontak merupakan akronim dari “komunikasi antar karyawan” sebagai salah satu media kegiatan komunikasi. Oleh karena itu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memanfaatkan media internal berupa tabloid yang berupaya sebagai jembatan komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan peran penting untuk menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) antara publik internal dengan perusahaan.

Karyawan PT. Kereta Api Indonesia(Persero) yang tersebar luas di Daerah operasi 1 jakarta tentunya membutuhkan informasi-informasi mengenai perusahaannya, informasi yang dapat dipercaya kebenarannya akan membutuhkan informasi yang sama tentang perusahaan satu sama lainnya. Sedangkan mereka yang bertugas secara teknik di lapangan dan non-teknik di kantor (jajaran manajemen dan administrasi) adalah sama kedudukannya dalam mendapatkan informasi perusahaan tersebut. Para karyawan yang tersebar kedalam pembagian ini mempunyai persamaan kepentingan dalam mencari, mengetahui dan menularkan informasi yang tersedia mengenai perusahaan untuk dimanifestasikan kedalam realisasi kerja sesuai bidang yang ditekuni masing-masing.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis ingin mengetahui “Apakah penggunaan Tabloid Kontak berpengaruh terhadap kebutuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia(Persero) Daerah operasi 1 Jakarta?”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat merumuskan masalah yaitu: “Seberapa besar pengaruh penggunaan tabloid Kontak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan di PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi 1 Jakarta?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka identifikasi masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah karyawan PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 1 Jakarta menggunakan tabloid Kontak sebagai pemenuhan kebutuhan informasi ?
2. Apakah ada pengaruh penggunaan tabloid Kontak terhadap kebutuhan informasi karyawan PT .Kereta Api Indonesia (persero) daerah operasi 1 Jakarta?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas penulis, Fokus pada penggunaan tabloid Kontak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT .Kereta Api Indonesia (persero) yang berada di kantor Daerah Operasi (DAOP) 1 Jakarta yang bertempat di Stasiun Cikini, Jakarta pusat

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap pengetahuan bagi pengembangan dan kajian keilmuan dalam ilmu komunikasi. Khususnya dalam bidang *Public relations*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara segi praktis diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan pengembangan, peningkatan dan efektivitas dalam penyebaran informasi melalui media di lingkup PT. Kereta Api Indonesia (persero) dalam merancang isi media internal yang sesuai dengan kebutuhan kerja karyawan dalam menunjang kebutuhan informasi kepada seluruh publik internal.

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan tabloid Kontak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Kereta api Indonesia (persero) di kantor Daerah Operasi 1 Jakarta.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistem penulisan skripsi ini, diuraikan secara singkat mengenai isi dari tiap bab. Penelitian ini terdiri dari lima bab yang nantinya akan menguraikan masalah secara runtun hingga munculnya sebuah kesimpulan. Berikut adalah pembagian dari setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pertama ini berisi tentang uraian secara umum mengenai latar belakang berdasarkan fenomena yang tampak yang bersifat keilmuan dengan menunjukkan adanya suatu peristiwa yang sedang terjadi pada suatu obyek penelitian yang ditunjukkan dengan data pustaka dan data pendukung mengenai objek yang akan diteliti yaitu berkenaan mengenai pemanfaatan media internal yang digunakan oleh pegawai di PT. Kereta Api Indonesia (persero), terdapat Identifikasi ; Batasan masalah rumusan masalah; tujuan penelitian serta manfaat penelitian baik secara akademis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORITIS

Bagian ini membahas tinjauan teori yang menjelaskan mengenai pengolahan data yang berhubungan dengan pemecahan masalah. Berikut ini definisi yang akan digunakan sebagai pengolahan data di antaranya yaitu: Pengertian Komunikasi, Komunikasi Organisasi, *Public Relations*, Media Internal, Penggunaa, Kebutuhan Informasi, *Uses & Gratification*, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Penggunaan media ‘tabloid Kontak dengan pemenuhan informasi, Karyawan, Kerangka teori dan Hipotesis penelitian yang berisi jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian sebagai titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka berfikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini penulis menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, sifat penelitian, teknik pengumpulan data, sampai unit observasi dan unit analisis pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif menggunakan metode kuantitatif.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian ini penulis memaparkan gambaran umum mengenai unit observasi atau subjek penelitian, yaitu media internal ‘‘Tabloid Kontak’’ PT.Kereta Api Indonesia (persero) serta membahas mengenai hasil penelitian dengan memaparkan analisis kuantitatif dengan tabel dan perhitungan statistik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi mengenai rangkuman dan kesimpulan secara umum tentang hasil analisis yang sudah dibahas pada Bab empat. Penulis juga memberikan saran sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan harapan akan berguna baik secara praktis maupun teoritis serta teoritis.