

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra merupakan sebuah persepsi yang dikemukakan oleh seseorang atau sekelompok orang yang menjadi faktor penting yang memengaruhi reputasi dan kesuksesan suatu perusahaan, lembaga atau organisasi. Citra perusahaan meliputi segala sesuatu dari kesan visual, logo perusahaan, pengamatan dan pengalaman produk, layanan, dan perilaku perusahaan pada umumnya. Citra bisa menjadi sebuah gambaran atau kesan yang terbentuk dari pengalaman, informasi, dan interaksi dengan perusahaan yang memengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Citra juga mencakup persepsi tentang kualitas produk atau layanan, harga, keandalan, dan reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Citra merupakan salah satu hasil dari upaya petugas *Public Relations* dalam membentuk persepsi positif tentang perusahaan atau organisasi yang mereka wakili. Pembentukan persepsi ini melibatkan penggunaan berbagai strategi komunikasi, mulai dari promosi produk hingga respons terhadap krisis yang mempengaruhi reputasi perusahaan. Citra juga bisa mencakup persepsi tentang komitmen perusahaan terhadap etika, tanggung jawab sosial, dan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Alasan tersebut menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi untuk secara aktif mengelola dan memelihara citra mereka.

Pemeliharaan citra diantaranya melibatkan pembangunan reputasi yang kuat, responsif terhadap masalah atau kritik, dan konsistensi dalam menyampaikan pesan-pesan yang mendukung citra yang diinginkan. Pemeliharaan citra yang positif juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor, dan membuka peluang kerjasama dengan mitra bisnis. Citra bukan hanya sekadar gambaran, tetapi juga merupakan aset strategis yang dapat memengaruhi kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai penyedia layanan transportasi alternatif kereta api harus memastikan bahwa setiap interaksi dengan seluruh publiknya mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan yang menjadi budaya organisasi yaitu integritas, profesionalisme, keselamatan, inovasi, dan pelayanan prima. Nilai-nilai tersebut membentuk landasan etika dalam operasional yang tidak hanya membentuk dan memperkuat citra perusahaan, tetapi juga menegaskan komitmen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sendiri sebagai penyedia layanan publik. Layanan terhadap informasi menjadi salah satu bagian penting dari bentuk pelayanan prima yang harus diterapkan. Layanan tersebut dapat membentuk citra positif PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sehingga dipandang sebagai perusahaan yang informatif, terbuka, dan transparan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berhasil meraih Peringkat 1 Badan Publik Informatif Kategori BUMN dalam Anugerah Keterbukaan Informasi Publik yang di selenggarakan secara virtual oleh Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia pada tahun 2021. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berhasil

mempertahankan citranya di tahun tersebut bahkan naik peringkat di banding sebelumnya dengan berhasil meraih peringkat 1. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mendapatkan predikat Informatif pada tahun 2021 dengan nilai 96,95 yang cenderung naik dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 96,79 yang menempatkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) di peringkat 2 pada tahun 2020.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) juga berhasil mempertahankan peringkat 1 Badan Publik Informatif pada kategori BUMN dalam Anugerah Keterbukaan Informasi Badan Publik 2022, yang diselenggarakan oleh Komisi Informasi Pusat RI. Penghargaan diberikan oleh Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan RI Mahfud MD kepada Direktur Pengelolaan Prasarana Kereta Api Indonesia Heru Kuswanto di Atria Hotel Gading Serpong. Tahun 2022 PT Kereta Api Indonesia (Persero) berhasil meraih predikat Informatif peringkat 1 dengan nilai 99,16 yang juga cenderung naik dibanding tahun sebelumnya yaitu 2021 dimana PT Kereta Api Indonesia (Persero) meraih predikat dan peringkat yang sama dengan nilai 96,95. (ppid.kai.id : 2024)

PT KAI (Persero) juga berhasil meraih *Gold Winner* Badan Publik dengan Kualifikasi Informatif dalam Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik pada tahun 2023 Kategori Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk PT Kereta Api Indonesia (Persero). Acara tersebut merupakan sebuah event Anugerah Keterbukaan Informasi Publik yang di selenggarakan di Jakarta pada tanggal 19 Desember 2023 oleh Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. (news.detik.com : 2023)

Citra sebagai badan publik yang informatif memiliki urgensi dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap lembaga yang menyediakan layanan publik itu sendiri. Citra sebagai badan publik informatif menjadi salah satu landasan penting bagi keberhasilan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menjalankan operasionalnya dengan baik. Tujuannya yaitu untuk memastikan kredibilitas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sendiri dalam menjamin hak-hak publik baik internal maupun eksternal untuk memperoleh layanan dan informasi yang jelas, dengan begitu lembaga dapat memastikan interaksi dengan para publiknya berjalan dengan baik dan efektif sehingga mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* Badan Pusat Statistik www.bps.go.id (2024) dijelaskan bahwa jumlah penumpang kereta api di Indonesia mencapai 312,8 juta orang selama periode Januari–September 2024 atau meningkat sebanyak 14,28 persen dibanding periode yang sama pada tahun 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki daya tarik tinggi di mata masyarakat. Daya tarik tersebut perlu diubah menjadi loyalitas pelanggan demi tercapainya kemajuan perusahaan.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai penyedia layanan transportasi publik memerlukan strategi khusus dan peran dari Humas yang strategis dalam memperkuat citra perusahaan sebagai badan publik informatif, sehingga citra tersebut dapat terus dipertahankan. Citra tersebut berperan penting dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat, juga memastikan mereka merasa terhubung dengan layanan yang transparan, profesional, dan responsif, sehingga

meningkatkan kesetiaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Publik memiliki ekspektasi tinggi terhadap keterbukaan dan transparansi informasi dari badan publik seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero). Citra sebagai badan publik informatif oleh karena itu menjadi krusial untuk mempertahankan kesetiaan, kepercayaan, dan loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Keterbukaan Informasi Publik secara terbuka atau transparan dijamin oleh negara berdasarkan Undang Undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 tahun 2008. Masyarakat melalui undang-undang ini diberi akses untuk memperoleh informasi yang berasal dari badan publik, termasuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero), sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan latar belakang tersebut menunjukkan bahwa citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai badan publik informatif perlu terus dipertahankan. Citra tersebut menjadi prasyarat yang penting untuk menjaga kredibilitas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di mata pemerintah, regulator, dan para pemangku kepentingan lainnya beserta seluruh publiknya termasuk masyarakat dan pelanggan. Fenomena diatas menjadi bukti keberhasilan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mempertahankan citra positif dimata publiknya, sehingga hal tersebut juga melatarbelakangi penulis untuk mengangkat penelitian secara mendalam tentang "Strategi Humas PT KAI dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif".

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka yang menjadi fokus dari penelitian ini yaitu “Strategi Humas PT KAI dalam Mempertahankan Citra Sebagai Badan Publik Informatif”, yang menghasilkan beberapa pertanyaan penelitian, diantaranya :

1. Bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Publicity* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
2. Bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of persuasion* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
3. Bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Argumentation* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
4. Bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Image* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian yang telah dijelaskan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Humas PT. KAI melakukan melakukan *Strategy of Publicity* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.
2. Untuk mengetahui bagaimana Humas PT. KAI melakukan *Strategy of persuasion* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.

3. Untuk mengetahui bagaimana Humas PT. KAI melakukan *Strategy of Argumentation* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.
4. Untuk mengetahui bagaimana Humas PT. KAI melakukan *Strategy of Image* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kebermanfaatan merupakan harapan setiap peneliti terhadap penelitiannya termasuk penulis. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan memberi dampak yang baik untuk kebutuhan akademis ataupun untuk kebutuhan praktis :

1. Secara Akademis

Penulis berharap penelitian ini berkontribusi secara signifikan terhadap pemahaman teoritis tentang bagaimana strategi humas dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif yang dilakukan perusahaan, serta dapat membantu memperkaya literatur akademis dalam bidang komunikasi organisasi, manajemen reputasi, dan pemeliharaan citra. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memunculkan gagasan-gagasan baru atau konsep-konsep teoritis baru yang berkaitan dengan strategi mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi *Public Relations Officer* perusahaan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. *Public Relations Officer* diharapkan dapat menggunakan temuan penelitian untuk mengidentifikasi praktik terbaik untuk memperkuat citra

perusahaan. Perusahaan juga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk meningkatkan keterbukaan dan transparansi mereka dalam menyampaikan informasi kepada publik.

1.5 Tinjauan Pustaka

Citra merupakan salah satu tiang penopang kemajuan suatu lembaga atau organisasi yang perlu dijaga dan dipertahankan sehingga perlu adanya strategi yang baik dalam menjaga dan mempertahankan citra itu sendiri. Harwood L. Childs (1940:89) menjelaskan bahwa terdapat 4 pendekatan dalam *public relations strategy* yaitu terdiri dari:

1. *Strategy of Publicity*

Strategy of Publicity merupakan suatu pendekatan strategi sebagai upaya dalam proses penyebarluasan pesan, informasi, atau publikasi berita baik melalui hubungan kerjasama dengan media, atau publikasi media massa untuk menciptakan publisitas yang menguntungkan. strategi ini berfokus pada memanfaatkan media untuk mendapatkan eksposur tanpa harus mengandalkan iklan berbayar.

2. *Strategy of Persuasion*

Strategy of Persuasion merupakan pendekatan yang digunakan untuk berkampanye dengan tujuan mempersuasi, memengaruhi, atau mengubah pandangan serta perilaku publik melalui teknik-teknik komunikasi yang meyakinkan.

3. *Strategy of Argumentation*

Strategi ini merupakan suatu upaya yang digunakan *public relations* dalam menangkal atau mengantisipasi pemberitaan negatif tentang perusahaan. Biasanya dibuat berita tandingan yang memberikan argumentasi rasional agar opini publik tetap pada posisi yang positif.

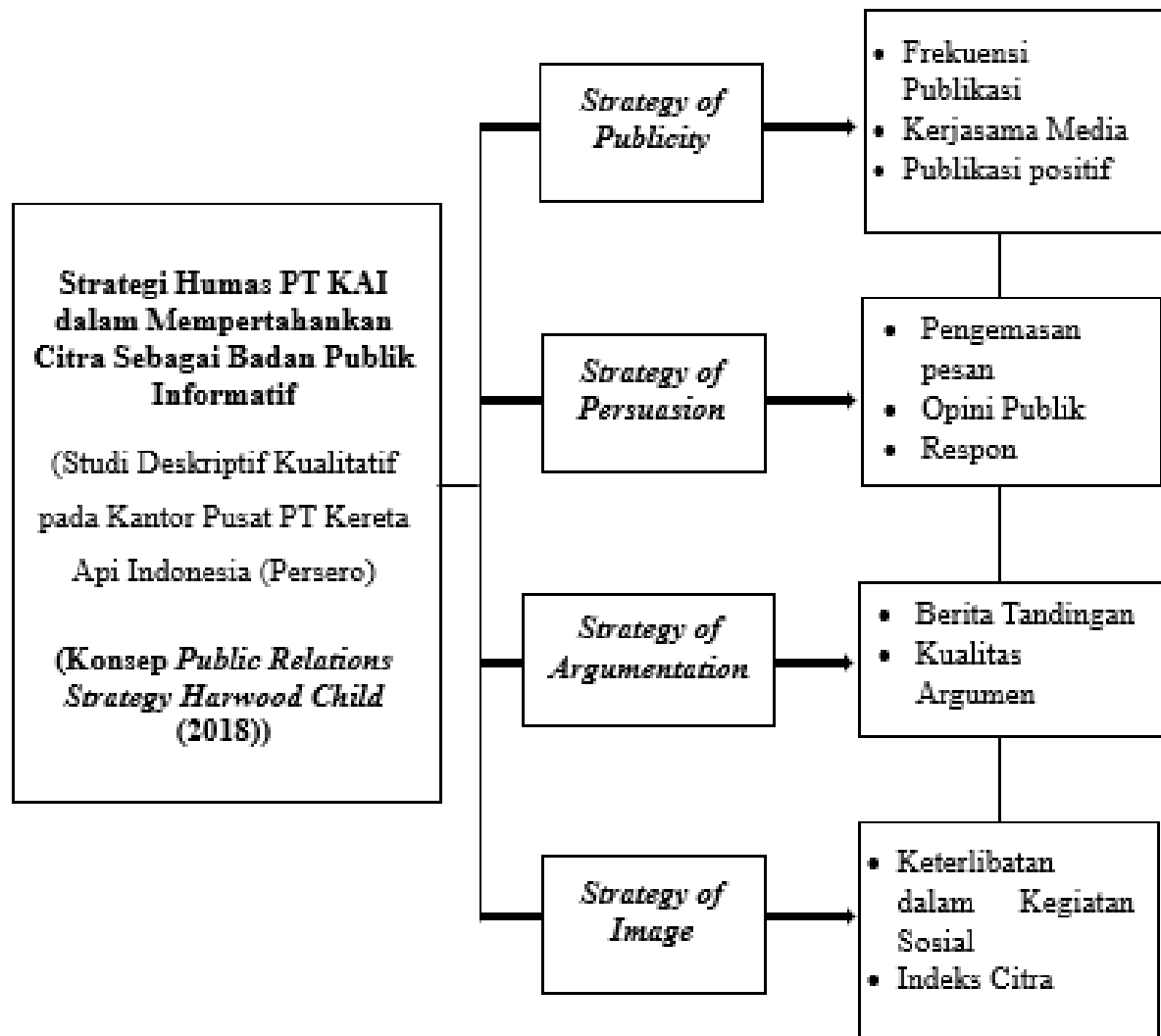
4. *Strategy of Image*

Strategi ini merupakan upaya perusahaan dalam membentuk dan mempertahankan citra melalui publikasi positif dengan tujuan untuk menciptakan persepsi yang diinginkan terkait dengan identitas, nilai, dan kepribadian. Publikasi tersebut bisa berupa publikasi non komersial seperti kegiatan CSR atau komersial yang berhubungan dengan promosi atau marketing.



1.6 Skema Penelitian

Gambar 1.1 Skema Penelitian



(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan menjadi objek peneliti yaitu Unit Satuan Public Relations Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero), Jl. Perintis Kemerdekaan No.1, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117. Peneliti memilih lokasi ini karena sangat relevan untuk pencarian data terkait dengan strategi humas PT KAI dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif karena data-data tersebut akan terus menjadi bahan evaluasi yang dilakukan oleh humas kantor pusat PT KAI (Persero).

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini. Denzin dan Lincoln (1994:105) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme merujuk pada tinjauan bahwa individu meninjau sebuah fenomena sosial secara unik dan tidak dapat disamakan dengan pandangan atau tinjauan lain karena setiap manusia memiliki kebebasan berpikir dalam menginterpretasikan fenomena yang ditinjaunya sesuai dengan konsep yang ada dalam pemikirannya. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa fakta dari fenomena sosial yang terbentuk di masyarakat ialah hasil dari konstruksi sosial atau pemikiran dari subjek yang diteliti.

Paradigma konstruktivisme digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini karena peneliti meninjau citra PT KAI yang sangat baik dimata publik terbukti

dengan diraihnya anugerah keterbukaan informasi publik secara bertahun-tahun sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal ini. Harmon dalam Moleong (2004:49) menjelaskan bahwa paradigma merupakan sebuah kerangka dasar yang digunakan oleh peneliti untuk proses mengamati, berpikir, menilai, dan bertindak dalam konteks tertentu berdasarkan realitas yang ada. Kerangka dasar sebuah penelitian tidak dapat terlepas dari proses pengamatan tersebut tentu dipikirkan oleh peneliti yang nantinya menghasilkan sebuah penilaian terhadap realitas sehingga dapat dihasilkan sebuah keputusan untuk bertindak sesuai dengan penilaian yang dilakukan. Peneliti terbantu dengan paradigma konstruktivistik dalam memahami bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT KAI (Persero) dalam mempertahankan citra positif sebagai badan publik informatif.

Peneliti memilih pendekatan penelitian kualitatif sesuai dengan fenomena yang diamati oleh peneliti dimana PT KAI (Persero) berhasil mempertahankan citranya sebagai badan publik informatif secara bertahun-tahun. Moleong (2011:6) menjelaskan tentang penelitian kualitatif memiliki tujuan yaitu menginterpretasikan suatu kejadian yang menjadi realitas dan menjadi pengalaman subjek, baik berupa tingkah laku, dorongan, dan tindakan-tindakan lain. Penjelasan tersebut memberikan gambaran pada peneliti bahwa penelitian kualitatif ini relevan dengan apa yang menjadi fokus yang diangkat oleh peneliti.

Teknik wawancara mendalam dan observasi pada Unit Satuan Public Relations Kantor Pusat PT KAI (Persero) merupakan teknik yang akan dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh data, teknik wawancara merupakan ciri dari

pendekatan kualitatif dimana data yang nantinya dihasilkan akan diinterpretasikan dan dituangkan dalam bentuk tulisan.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian menjadi salah satu cara untuk memperoleh tujuan yang ingin dicapai. Tujuan umum dalam sebuah penelitian diantaranya untuk mencari data atau informasi untuk dianalisis sesuai dengan tujuan peneliti sehingga tahapan dalam metode penelitian dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan berdasarkan tujuan tersebut seharusnya sudah dirumuskan terlebih dahulu. Sugiono (2018) memberikan penjelasan bahwa metode penelitian merupakan langkah ilmiah yang dilakukan dalam proses pengumpulan informasi oleh pelaku penelitian yang memiliki tujuan khusus. Metode penelitian dalam hal ini dapat diartikan sebagai sebuah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data tentang objek yang ditelitinya yang bertujuan untuk dipaparkan atau dideskripsikan sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan yang menjadi pengetahuan baru.

Metode Penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, tujuannya agar data yang diinginkan dapat dikumpulkan dan diperoleh secara lebih detail sehingga fenomena yang terjadi dapat digambarkan dan diinterpretasikan secara lebih terperinci sesuai dengan fokus penelitian. Ardianto (2010:60) menjelaskan bahwa metode deskriptif kualitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara detail dan terperinci yang menekankan pada observasi dan suasana alamiah dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi secara lebih mendalam terkait objek yang diteliti. Metode

ini digunakan untuk menjelajah data dan menambah wawasan baru bagi peneliti pada suatu objek. Tujuan utama penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penyajian data yang diperoleh oleh peneliti yaitu untuk menginterpretasikan dan menjabarkan secara lebih detail terkait dengan strategi keterbukaan informasi publik yang dilakukan oleh PT KAI (Persero) berdasarkan landasan teori dan perspektif peneliti.

Metode yang dipilih peneliti didasarkan pada fenomena yang diangkat dalam latar belakang penelitian yaitu terkait dengan beberapa penghargaan yang diperoleh PT KAI (Persero) dalam anugerah keterbukaan informasi publik yang mencerminkan PT KAI (Persero) berhasil mempertahankan citra positifnya. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai cara untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi dengan lebih menyeluruh dan terperinci berdasarkan fokus penelitian yang diangkat oleh peneliti sebelumnya.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Data-data yang dipakai oleh peneliti yaitu data kualitatif yang dituangkan dalam bentuk kalimat untuk mendeskripsikan realitas sosial yang ditemukan saat melakukan penelitian. Penelitian ini memakai dua jenis data yaitu data primer yang mana data tersebut bisa didapatkan peneliti dari lembaga atau perusahaan saat melakukan observasi secara langsung. Data ini berguna untuk memberikan gambaran pada peneliti terkait strategi keterbukaan informasi publik yang

dilakukan oleh PT KAI (Persero). Jenis-jenis data yang terdapat pada penelitian ini diantaranya :

1. Data tentang bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Publicity* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
2. Data tentang bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Persuasion* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
3. Data tentang bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Argumentation* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?
5. Data tentang bagaimana Humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan *Strategy of Image* guna mempertahankan citra sebagai badan publik informatif?

Peneliti juga menggunakan data sekunder untuk memperkuat data primer yang mana data tersebut merupakan hasil dari pengamatan dan dokumen-dokumen di lapangan yang berhubungan dengan fokus penelitian.

2) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data atau informasi yang didapat dan dikumpulkan dari sumber pada saat proses observasi secara langsung dari objek yang diteliti sehingga dapat diinterpretasikan dan dipergunakan untuk mempelajari, memahami, dan menjelaskan topik penelitian yang menjadi sasaran peneliti. Alat atau media yang digunakan seperti catatan atau kamera untuk pendokumentasian baik berupa foto atau video dapat membantu proses pengumpulan data primer. Moleong (2017:157) menjelaskan bahwa data primer merupakan sumber data yang diperoleh

dari hasil mencari dan dikumpulkan secara langsung oleh penerima data. Data primer didapatkan secara langsung dari hasil pencarian data dalam proses wawancara dan pengamatan secara eksklusif pada subjek yang akan menjadi sasaran.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti sebagai hasil dari pengumpulan data yang dilakukannya diluar observasi secara langsung dimana data tersebut mudah untuk dipahami dan data tersebut sudah tersedia sebelum peneliti melakukan penelitiannya. Hasan (2002:58) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari proses pengumpulan data yang mana data tersebut berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya seperti artikel, berita, dan media sosial. Data sekunder ini memperkuat latar belakang penelitian yang dikemukakan peneliti sebagai tinjauan terkait fenomena yang terjadi sehingga menarik peneliti untuk membahas lebih mendalam tentang fenomena tersebut.

Data kualitatif digunakan peneliti dalam penelitian ini sebagai hasil dari kegiatan penelitian yang didapatkan peneliti baik secara lisan maupun tulisan. Peneliti menggunakan sumber data sekunder ini sebagai landasan bagi peneliti untuk mendapatkan data secara langsung pada saat wawancara mendalam kepada Unit Satuan Public Relations Kantor Pusat PT KAI (Persero) terkait strategi PT KAI (Persero) dalam mempertahankan citra positif sebagai badan publik informatif. Peneliti memperoleh data sekunder ini dari beberapa sumber seperti website dan media sosial sebagai data tambahan yang memperkuat latar belakang penelitian.

1.7.5 Penentuan Informan

1) Informan dan Unit Analisis

Penelitian kualitatif tidak menekankan pentingnya ukuran sampel sehingga sedikitnya jumlah informan tidak mempengaruhi data penelitian dan sampel dari informan tersebut masih dapat digunakan. Data yang diperoleh harus dapat dipahami oleh peneliti, maka informan yang berkontribusi penting dalam penelitian ini harus memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mempertahankan citra badan publik informatif. Kriteria yang diperlukan dalam memilih informan yaitu didasarkan pada tugas dan kewajiban yang dipegang oleh informan itu sendiri dalam posisi dan kedudukannya. Kriteria informan yang diperlukan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, diantaranya :

a. Informan Kunci

Informan ini mempunyai data penting atau informasi yang diperlukan untuk penelitian, informan kunci dalam penelitian ini yakni satu orang *staff* dari Unit PPID atau (USPP) Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam segala bentuk layanan informasi termasuk keterbukaan informasi publik dan satu orang dari Unit *Corporate Image Care* (USPC) Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang bertugas dan bertanggungjawab untuk membentuk dan menjaga image perusahaan melalui riset, strategi, praktik, dan evaluasi pada konten-konten yang tersebar dalam media.

b. Informan Pendukung

Informan ini merupakan informan yang menjadi narasumber untuk memberikan tambahan dan menambah kelengkapan informasi sebelumnya yang sudah didapatkan dari informan kunci. Informan tambahan dari penelitian ini yakni satu orang *staff* dari Unit *Corporate Image Care* (USPC) PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang bertugas dan bertanggungjawab untuk membentuk dan menjaga image perusahaan melalui riset, strategi, praktik, dan evaluasi pada konten-konten yang tersebar dalam media, dan satu orang dari Unit *External Relations* (USPE) PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang bertanggungjawab dalam membangun hubungan baik dengan publik eksternal.

2) Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan merupakan salah satu bagian dari langkah-langkah penelitian yang berperan sangat penting dalam proses pengumpulan data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *chain sampling*, dimana peneliti memilih dua informan yang paling paham tentang apa yang diteliti sehingga dapat membantu peneliti memperoleh informasi yang akurat dan membantu proses analisis yang terjadi selama penelitian sebagai pertimbangan teknik tersebut. Beberapa informan selanjutnya dipilih atas rekomendasi dari informan sebelumnya berdasarkan teknik *chain sampling* yang merupakan teknik yang sangat ideal digunakan pada saat melakukan wawancara penelitian.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan elemen pendukung dari penelitian yang sangat diperlukan dalam penelitian untuk memperoleh data terkait tema dalam penelitian yang diangkat. Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan beberapa teknik, diantaranya :

1) Wawancara Mendalam (*In-Dept Interview*)

Wawancara mendalam (*In-Dept-Interview*) dalam penelitian merupakan proses kegiatan tanya jawab antara peneliti dengan narasumber atau informan, di mana peneliti mengajukan pertanyaan untuk memperoleh informasi atau keterangan mengenai suatu fenomena atau peristiwa secara intensif dan mendalam melalui tatap muka secara langsung.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara detail dan relevan dengan topik pembahasan yang diteliti sehingga tidak melenceng dari fakta yang ada di lapangan. Peneliti berencana untuk mewawancarai keempat informan yakni dua orang *staff* dari Unit PPID Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan dua orang *staff* dari Unit *Corporate Image Care* (USPC).

2) Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif merupakan sebuah tindakan dalam meninjau suatu hal yang diteliti dengan lebih mendekat dan tepat waktu tanpa mengikuti aktivitasnya. Ardianto (2010:180) memberikan penjelasan tentang observasi

partisipatori pasif yang merupakan jenis penelitian dimana orang yang meneliti hanya berperan untuk mengamati saja dan tidak mengikuti kegiatannya. Peneliti dalam observasi ini bertujuan untuk mengamati dan mencatat semua data dan informasi terkait strategi mempertahankan citra dan tidak mengikuti kegiatan yang dilakukannya.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipatori pasif dengan tujuan untuk melihat secara langsung proses PT KAI dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif yang dilakukan oleh USPC dan Unit Satuan PPID tanpa harus mengikuti kegiatannya secara langsung.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang telah terjadi dan disimpan sebagai arsip atau bukti. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, foto, gambar, buku, transkrip, koran, majalah, agenda, notulen rapat, dan lain-lain yang bisa menjadi sumber pendukung bagi wawancara dan observasi. Peneliti berencana untuk mendokumentasikan foto, arsip, majalah, serta berkas penting lainnya yang memuat informasi yang dibutuhkan oleh peneliti baik pada saat observasi maupun di luar observasi.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data merupakan upaya untuk memverifikasi validitas, ketepatan, dan keandalan data yang diperoleh dalam proses penelitian, terutama dalam pendekatan kualitatif. Moleong (2010:86) menjelaskan bahwa

keabsahan dan kesahihan data merupakan faktor penentu kepercayaan dan kredibilitas hasil penelitian kualitatif. Tujuan dari penerapan teknik ini yaitu untuk menjamin bahwa data yang dihimpun benar-benar merepresentasikan kondisi atau fenomena yang diteliti secara akurat, sehingga layak dijadikan dasar dalam menyusun kesimpulan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dalam penentuan keabsahan data. Moleong (2010:330), menjelaskan bahwa triangulasi merupakan teknik dalam pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan hal lain di luar data utama sebagai pembanding atau alat verifikasi terhadap data tersebut. Triangulasi yang digunakan peneliti yaitu:

1) Triangulasi Sumber

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan yang memiliki latar belakang atau posisi yang berbeda namun relevan terhadap objek penelitian. Perbandingan antar sumber ini bertujuan untuk memastikan konsistensi data, mengidentifikasi kesamaan maupun perbedaan perspektif, serta memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi humas dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.

2) Triangulasi Metode

Peneliti menggunakan triangulasi metode dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, dokumentasi, dan

observasi partisipatif. Penggabungan berbagai metode ini membantu peneliti dalam memahami fenomena secara lebih komprehensif dan lebih mendalam, sekaligus dapat memeriksa kebenaran data yang diperoleh dari satu metode dengan metode lainnya.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data yang dihasilkan dari observasi lapangan dan wawancara yang kemudian dituangkan dan disusun untuk menentukan data dan informasi yang utama dan dapat memberikan sebuah kesimpulan. Ardianto (2010:215) memberikan penjelasan bahwa menganalisis data merupakan proses mengumpulkan data yang bertujuan agar data yang dikumpulkan tersebut dapat dianalisis. Data tersebut kemudian dituangkan oleh peneliti dalam bentuk tulisan. Tiga proses analisis yang penting yang dilibatkan oleh peneliti dalam penelitian ini, diantaranya :

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dalam langkah-langkah analisis yang memberikan kemungkinan terhadap kesimpulan yang diverifikasi. Sugiono (2018:247) memberikan penjelasan tentang reduksi data yang merupakan proses yang menekankan penyederhanaan, pengabstrakan dan pentransformasian data yang dilakukan dengan cara pemilihan atau pemusatan data tersebut dari data langsung yang didapat dari lapangan. Data di lapangan kemudian dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tertulis guna memastikan bahwa data tersebut sudah melewati bagian dari proses analisis data.

Proses mereduksi data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara kepada informan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi data yang kemudian diminimalkan, hal ini karena semua data dan informasi yang didapat tidak akan terhubung atau selaras sepenuhnya dengan data-data yang diperlukan peneliti.

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pengaturan terhadap data dengan cara menilai suatu kejadian atau fenomena selama proses penelitian yang kemudian disederhanakan dalam bentuk penggambaran terhadap data agar data tersebut mudah memberikan pemahaman sepenuhnya. Sugiyono (2018:249) memberikan penjelasan bahwa tujuan utama dari penyajian data adalah untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh kesimpulan yang tepat.

Penyajian data dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti disajikan menggunakan tabel dan narasi dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam meringkas data tentang strategi humas PT KAI (Persero) dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif.

3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bentuk refleksi terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui tulisan sebagai bentuk ringkasan dari hasil penelitian yang telah disajikan. Sugiyono (2018:252) menjelaskan bahwa evaluasi atau interpretasi semua data terkait penelitian merupakan tujuan utama yang harus tersaji

dalam sebuah kesimpulan. Pengangkatan fenomena atau menarik sebuah temuan dalam penelitian kualitatif harus dibenahi didasarkan pada penekanan penelitian yang sudah disiapkan.

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara mendalam kepada para informan terkait strategi PT KAI (Persero) dalam mempertahankan citra sebagai badan publik informatif kemudian dikumpulkan untuk ditinjau dan dipahami secara detail untuk menghasilkan keseluruhan data yang selaras sehingga hasilnya dapat dianalisis, dirinci, dan disajikan secara tertulis.



	Pelaksanaan penelitian									
	Analisis dan pengolahan data									
	Penulisan dan penyusunan laporan									
	Bimbingan skripsi									
4.	Tahap Keempat : Sidang Skripsi									
	Bimbingan akhir skripsi									
	Sidang Skripsi									
	Revisi skripsi									

(Hasil Olahan Peneliti)