

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Melihat saat ini semua kegiatan sudah banyak beralih ke arah digital, maka memiliki website menjadi satu kebutuhan yang perlu di prioritaskan oleh perusahaan. Melalui media digital atau website, perusahaan dapat memberikan informasi yang lengkap dan faktual. Media website dapat diartikan menjadi suatu kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar, data animasi, suara, video maupun yang dinamis, yang dimana suatu bentuk rangkaian yang saling berkaitan yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman atau *hyperlink*. Halaman website biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP yang merupakan suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari *server* website untuk dapat ditampilkan pada *user* melalui web browser.

Ada banyak macam-macam website mulai dari *search Engine*/Mesin Pencarian, *Web Portal*, *Wiki*, *Social Networking*, *Forum*, Portal berita dan informasi, *Social Bookmarking*, *Media Sharing*, *Company Profile*, *Corporate Website*, *Online Store*, dan lain sebagainya. Website PT Kereta Api Indonesia yaitu *kai.id* dapat disebut dengan *Corporate Website*. *Corporate Website* biasanya lebih kompleks atau bisa juga disebut *Company Web Portal*. Website ini berisi informasi lengkap dari latar belakang perusahaan hingga kegiatan-kegiatan suatu perusahaan,

organisasi atau yayasan sosial yang bersifat *profitable* atau *non-profit*. Informasi yang ada dalam *corporate website* dapat berupa profile perusahaan, latar belakang, visi dan misi, daftar founder dan pengurus, informasi investor dan *link*, press rilis dan berita, afiliasi dan lain-lain yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan tersebut.

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Yang mana digolongkan dalam empat macam, yakni media antarpribadi, media kelompok, media public dan media massa.

Media massa sering digunakan oleh instansi-instansi sebagai sarana memperkenalkan produk mereka hingga memperoleh keuntungan dan mendapatkan *feedback* positif dari masyarakat. Media massa turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku audience dari yang sebelumnya penikmat konten kini beralih untuk memproduksi konten juga, salah satunya pada media website.

Pentingnya website pada perusahaan inilah yang membuat *public relations* PT KAI menggunakan media website sebagai salah satu media untuk dapat memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, selain itu juga untuk dapat mempermudah masyarakat mencari informasi mengenai persyaratan dalam menggunakan jasa layanan kereta api. Media website juga menjadi tempat untuk *public relations* PT KAI menyampaikan beberapa tanggapan dari keresahan masyarakat mengenai berita *hoax* atau permasalahan lainnya yang berkaitan dengan perusahaan, sehingga masyarakat mendapatkan berita yang valid dari press rilis yang keluar dari website resmi perusahaan, untuk itu tidak heran apabila PT KAI mendapatkan beberapa penghargaan pada ajang

Anugerah Humas Indonesia 2021, berdasarkan pada portal berita pada news.detik.com 17 september 2021

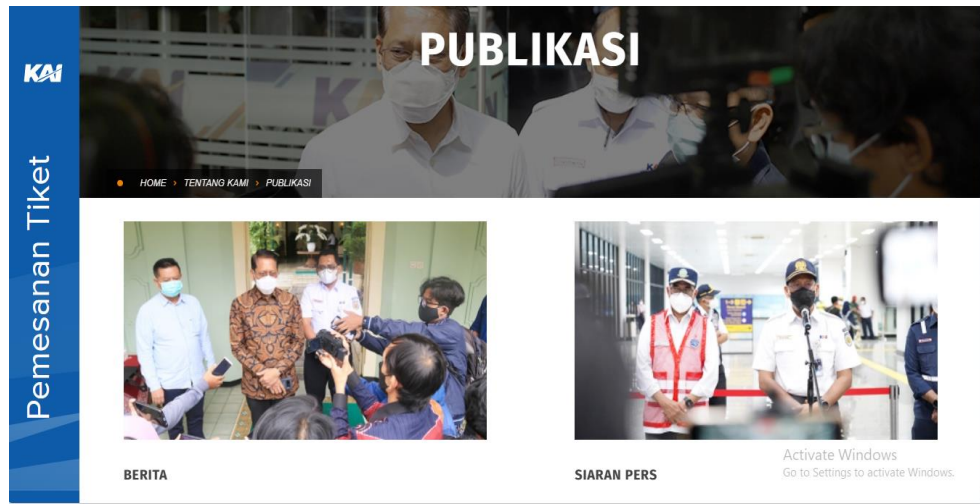


Dalam ajang tersebut public relations PT Kereta Api Indonesia memenangkan penghargaan dalam kategori penilaian juri “Pelayanan Informasi Terinovatif dan PPID Terbaik”. Ajang tersebut diselenggarakan oleh Humas Indonesia secara virtual pada Jumat(17/9). Adapun ketiga penghargaan yang didapatkan KAI yaitu Silver Winner untuk Kategori Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Terbaik Sub kategori PPID Pembantu, *Bronze Winner* untuk Kategori Pelayanan Informasi Publik Terinovatif Sub Kategori Website, dan *Bronze Winner* untuk kategori Pelayanan Informasi Publik Terinovatif Sub Kategori Laporan Pelayanan Informasi Publik.

Untuk penghargaan Sub Kategori Website Terinovatif diberikan berdasarkan pada konten yang sesuai dengan UU KIP, kreativitas penyampaian informasi, konten kreatif dan inovatif, kreativitas desain dan user experiences, dan pengukuran. Dan pada portal berita tersebut *Vice President Public Relations* PT KAI Joni Martinus menyampaikan apresiasinya atas penghargaan dan menuturkan KAI berkomitmen melaksanakan dan mengelola keterbukaan informasi publik sebaik mungkin, sesuai dengan Undang-undang No.14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik.

Selain itu masih banyak sekali prestasi yang telah di capai oleh public relations PT KAI seperti pada 2022 meraih 5 penghargaan pada ajang *Public Relations* Indonesia Award 2022, lalu meraih penghargaan *Best of The Best Communication* dalam Ajang BCOMSS 2022 dan masih banyak lagi prestasi yang telah dicapai public relations PT KAI.

**Gambar 1.2 Profil Portal Website kai.id halaman Publikasi**



Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial karena dianggap lebih efektif dalam penyebaran suatu informasi di berbagai wilayah, dalam hal ini dapat membantu public relations dalam menjalankan pekerjaannya. Sebuah web dapat berupa hasil kerja dari individu atau menunjukkan kepemilikan dari suatu organisasi, perusahaan. Biasanya pembahasan dalam sebuah situs web merujuk pada satu atau beberapa topic tertentu. Sebuah situs web berisi pranala yang menghubungkan ke situs web lainnya, demikian pula dengan situs web lainnya. Hal ini terkadang membuat perbedaan antar situs web yang dibuat oleh individu ataupun perseorangan dengan situs web yang dibuat oleh organisasi bisnis atau perusahaan menjadi tidak begitu jelas, untuk itu penting bagi perusahaan untuk memperkenalkan web resmi pada masyarakat. Terdapat macam-macam media website yaitu sebagai berikut :

- a. Situs web statis, merupakan situs web yang memiliki isi tidak bermaksud untuk diperbarui secara berkala sehingga pengaturan maupun pemutakhiran isi atas situs web tersebut dilakukan secara manual.

- b. Situs web dinamis, merupakan situs web yang secara spesifik didesain dengan tujuan isi yang terdapat dalam situs tersebut dapat diperbarui secara berkala dengan mudah. Sesuai dengan namanya, isi yang terkandung didalam situs web ini umumnya akan berubah setelah melewati satu periode tertentu. Situs berita adalah salah satu contoh jenis situs yang umumnya mengimplementasikan situs web dinamis.

Implementasi suatu situs web dinamis umumnya membutuhkan keberadaan infrastruktur yang lebih kompleks dibandingkan situs web statis. Hal ini disebabkan karena pada situs web dinamis halaman web umumnya baru aka dibuat saat ada pengguna yang mengaksesnya, berbeda dengan situs web statis yang umumnya telah membentuk sejumlah halaman web saat diunggah di server web sehingga saat pengguna mengakses *server* web tinggal memberikan halaman tersebut tanpa perlu membuatnya terlebih dahulu.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang sangat berguna untuk membuat suatu keputusan. Informasi berguna untuk membuat suatu keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian pada data, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif. Informan ialah seseorang yang memberikan informasi kepada orang lain yang belum mengetahuinya. Dalam beberapa hal pengetahuan tentang peristiwa-peristiwa tertentu atau situasi yang telah dikumpulkan atau di terima melalui proses komunikasi, pengumpulan intelejen, maupun didapatkan dari berita juga dinamakan informasi. Informasi yang berupa koleksi data dan fakta sering kali dinamakan informasi statistik. Dalam bidang ilmu computer, informasi adalah data yang disimpan, di proses, atau ditransmisikan.

Rekaman informasi dari seluruh aktifitas instansi, pada perkembangan fungsi website diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi yang bersifat pasif, namun diharapkan dapat

bersifat dinamis, sehingga fungsi dan peran website menjadi dua arah dan timbul efek timbal balik. Website mampu mencapai publik sasaran secara langsung.

Kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, manusia akan selalu terlibat dengan komunikasi, aktivitas komunikasi dapat terlihat pada aspek kehidupan sehari-hari. Salah satu arti komunikasi yaitu sebagai suatu proses penyampaian pesan berupa lambang, pesan, suara, dan gambar dari suatu sumber kepada sasaran (*audience*) dengan menggunakan saluran tertentu. Hal ini dapat digambarkan melalui sebuah percakapan sebagai bentuk awal dari bentuk komunikasi. Pada komunikasi orang yang berbicara atau sedang menyampaikan pesan adalah *source* (sumber) atau istilah lain disebut dengan komunikator, sedangkan orang yang sedang mendengarkan disebut dengan audience, sasaran, pendengar atau komunikan. Apa yang sedang disampaikan oleh orang yang sedang disampaikan oleh orang yang sedang berbicara disebut pesan, sedangkan saluran yang digunakan untuk menyampaikan dari komunikator ke komunikan disebut *channel* (saluran).

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka sumber daya manusia yang mampu berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik sangat diperlukan terlebih dalam ruang lingkup perusahaan karena menyangkut banyak aspek dan latar belakang, yang mana rentan terhadap kesalah fahaman. Dalam perusahaan sumber daya manusia akan terus melakukan fungsi komunikasinya sehingga tujuan dari organisasinya dapat tercapai.

Manusia merupakan makhluk yang berbahasa, manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Manusia berkomunikasi dengan cara verbal dan non-verbal. Komunikasi simbolis mengandalkan kesadaran mendalam dan karena itu menuntut penyertaan.

Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan sebagai pembangkit makna (*the generation of meaning*). Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud dari apa yang kita sampaikan. Komunikasi dapat terlaksana bila kita membuat pesan dalam bentuk tanda atau penyusunan kata bahasa secara tepat, jika tidak terjadinya *miss communications* atau pemahaman yang salah.

Dari latar belakang tersebut berdasarkan keberhasilan dan semua pencapaian yang dilakukan oleh PT KAI yang dapat konsisten menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Peneliti akhirnya tergerak untuk mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana Strategi Public Relations PT KAI melalui Website [kai.id](http://kai.id).

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan mengenai perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sebagai objek penelitian “ Strategi Public Relations PT Kereta Api Indonesia melalui media website [kai.id](http://kai.id) “

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan peneliti berdasarkan fokus penelitian yang telah dikemukakan diatas, peneliti mengidentifikasi mengenai masalah yang akan di teliti, yaitu :

1. Bagaimana Strategi Public Relations dalam keterbukaan informasi di PT KAI melalui website [kai.id](http://kai.id)?



2. Bagaimana Strategi Public Relations PT KAI menjadikan website kai.id sebagai media informasi yang Objektif?
3. Bagaimana website kai.id digunakan sebagai saluran komunikasi dalam menjalankan strategi public relations di PT KAI?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang signifikan mengenai Strategi Komunikasi Humas PT KAI (Persero) melalui website kai.id. Selain itu ada beberapa tujuan lain seperti :

1. Mengetahui Strategi Public Relations dalam keterbukaan informasi perusahaan melalui website kai.id
2. Mengetahui Strategi Public Relations PT KAI dalam menjadikan website kai.id sebagai media informasi yang objektif
3. Mengetahui penggunaan website kai.id sebagai saluran komunikasi dalam menjalankan strategi publik relations di PT KAI.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat dan kegunaan secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

- a. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan studi mengenai perkembangan ilmu komunikasi yang khususnya dalam bidang humas dalam strategi komunikasi

humas pada website resmi perusahaan. Selain itu, untuk menambah wawasan mengenai teori-teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian mengenai hubungan masyarakat.

b. Kegunaan secara praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan bacaan agar pembaca lebih memahami mengenai strategi komunikasi dan teori-teori komunikasi dan juga mengenai hubungan masyarakat.