E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAERAH OPERASIONAL 1 JAKARTA

Fabian Armando[1], Chendi Liana[2*]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia
[*]E-mail korespondensi: chendiliana@gmail.com

Diterima: 23 Mei 2025 | Disetujui: 30 Mei 2025 | Publikasi online: 1 Juni 2025

ABSTRACT

Crisis communication is a strategic process to anticipate, prepare for, and respond to unexpected events that have the potential to damage the image, operations, or stability of an organization. This thesis is entitled "Crisis Communication Strategy of Public Relations of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Operational Area 1 Jakarta." The research aims to analyse public relations communication strategies in efforts to handle negative news about the high number of accidents that occurred on the DAOP 1 Jakarta train. The research question discussed in this study is to understand how the strategy is carried out by PT KAI DAOP 1 Jakarta Public Relations in handling negative news related to accidents on the railway. In collecting data, researchers used qualitative methods to conduct observations, interviews, analysis, and documentation. The data collected was based on interviews conducted with PT KAI Public Relations so that the data obtained included words. The results of this study are that KAI made special preparations to handle the crisis. Then, KAI also communicated with the media to inform the public about the actual events in the field. After that, evaluation actions were taken to prevent and reduce the impact of the risk of a crisis in the future.

Keywords**:** *Communication; Crisis Communication; Crisis Communication Strategy Public Relations; Public Relations.*

PENDAHULUAN

Transportasi berkembang dari waktu kewaktu sesuai kebutuhan dan kepentingannya serta seiring pertumbuhan penduduk dan pembangunan yang berjalan pada suatu wilayah. Transportasi memiliki pengertian mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau suatu tempat ke tempat lainnya. Transportasi juga dapat didefinisikan sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Transportasi sebagai suatu tindakan, proses atau hal mentransportasikan atau memindahkan 1 dari suatu tempat ke tempat lain. Terdapat empat unsur pokok dalam transportasi meliputi jalan (street), kendaraan dan alat angkut (vichicle), tenaga penggerak (motive power) dan terminal (station).

Di beberapa negara maju seperti Jepang, Jerman, Perancis, kereta api menjadi transportasi andalan dalam menunjang aktivitas kehidupan penduduknya dan aksesibilitas antara daerah-daerah di negaranya. Sistem transportasi yang terintegrasi antar moda satu dengan lainnya tertata saling menunjang. Dislokasi stasiun kereta yang terhubung dengan sentra-sentra kegiatan menjadikan efektivitas mobilitas dapat terwujud. Selain infrastruktur yang terdukung dengan baik, faktor lain seperti hukum, regulasi, kesadaran individu, kebijakan menentukan terlaksananya suatu program berjalan dengan baik.

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor transportasi, yaitu PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI memiliki peran

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

vital dalam mobilitas masyarakat Indonesia. Namun, operasional KAI tidak lepas dari potensi krisis, seperti kecelakaan, gangguan teknis, keterlambatan perjalanan, atau masalah pelayanan pelanggan. Krisis-krisis ini dapat menimbulkan dampak signifikan terhadap citra perusahaan, kepercayaan publik, dan kelancaran operasional.

Manajemen krisis adalah proses strategis untuk mengantisipasi, mempersiapkan, dan merespons kejadian tak terduga yang berpotensi merusak citra, operasional, atau stabilitas suatu organisasi. Dalam konteks ini, peran humas (hubungan masyarakat) menjadi sangat penting karena humas bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi yang berkaitan dengan krisis, menjaga reputasi, serta memulihkan kepercayaan publik.

Dalam situasi krisis, humas memainkan peran utama dalam memastikan bahwa komunikasi kepada berbagai pemangku kepentingan berjalan efektif dan transparan. Humas harus memastikan bahwa semua informasi terkait krisis disampaikan secara cepat, akurat, dan konsisten. Informasi ini mencakup penjelasan tentang apa yang terjadi, langkah-langkah yang diambil oleh organisasi, dan upaya pemulihan yang sedang dilakukan. Dengan demikian, humas dapat membantu meredakan kekhawatiran publik dan mencegah penyebaran informasi yang salah.

Selain itu, humas terlibat dalam perencanaan komunikasi krisis sebagai bagian dari manajemen krisis. Rencana ini mencakup penunjukan juru bicara, penggunaan saluran komunikasi yang tepat, serta penyusunan pesan kunci yang akan disampaikan. Hal ini membantu organisasi merespons situasi krisis secara terkoordinasi dan mencegah terjadinya kebingungan. Setelah krisis berlalu, humas berperan dalam memulihkan reputasi organisasi yang mungkin terdampak. Ini melibatkan kampanye hubungan masyarakat yang menyoroti langkah-langkah perbaikan, tanggung jawab yang diambil, dan komitmen untuk mencegah kejadian serupa di masa depan.

Humas juga memiliki tugas penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, karyawan, dan masyarakat umum. Dengan komunikasi yang jujur dan empatik, humas dapat menjaga hubungan baik dan memastikan organisasi tetap dipercaya meskipun sedang menghadapi tantangan. Selain itu, humas bertugas mengelola media dan opini publik. Dalam krisis, perhatian media cenderung meningkat, dan humas harus berinteraksi dengan media, memberikan informasi yang sesuai, serta memantau pemberitaan untuk menghindari dampak negatif terhadap reputasi organisasi.

Secara keseluruhan, dalam konteks ini manajemen krisis dan humas saling berkaitan dalam menjaga dan memperbaiki citra organisasi saat menghadapi situasi kritis. Humas memastikan bahwa organisasi berkomunikasi dengan cara yang paling efektif, mempertahankan transparansi, serta menunjukkan komitmen untuk bertanggung jawab dan memperbaiki keadaan.

Komunikasi krisis adalah proses strategis yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif krisis, memulihkan kepercayaan publik, dan menjaga reputasi perusahaan. Komunikasi krisis yang efektif tidak hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan, mengelola persepsi, dan menunjukkan tanggung jawab.

Pentingnya komunikasi krisis tercermin dari beberapa aspek. Pertama, komunikasi krisis yang cepat dan transparan dapat membantu mencegah penyebaran informasi yang salah atau tidak lengkap, yang dapat memperburuk situasi krisis.

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

Kedua, komunikasi krisis yang empatik dan responsif dapat meredakan kecemasan publik, membangun kepercayaan, dan mengurangi potensi konflik. Ketiga, komunikasi krisis yang terencana dan terukur dapat membantu perusahaan mengambil tindakan yang tepat dan efektif dalam mengatasi krisis.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah menghadapi beberapa permasalahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai kasus kecelekaan yang pernah terjadi di PT KAI Daop 1 Jakarta dalam periode Januari – Agustus 2024 telah tercatat sebanyak 95 kecelakaan diperlintasan KA. Dikutip dari detiknews, Manager Humas Daop 1 Jakarta, Ixfan Hendriwintoko, menyampaikan hingga Agustus, terdapat 95 kejadian pada 2024. Dilaporkan ada 28 korban dengan berbagai kondisi luka ringan, luka berat, hingga meninggal dunia.

Berdasarkan berita dari Antara News dan Suara Merdeka, PT Kereta Api Indonesia (KAI) Daerah Operasi (DAOP) 1 Jakarta mencatat adanya 44 kecelakaan di perlintasan kereta api sejak awal tahun 2024 hingga saat ini. Fenomena ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kasus tabrakan di perlintasan sebidang, yang bahkan disebut oleh pihak KAI sebagai kondisi yang sudah memasuki tahap "darurat". Tingginya angka kecelakaan ini tidak hanya menimbulkan korban jiwa dan material, tetapi juga mengancam citra dan kepercayaan publik terhadap KAI sebagai penyedia layanan transportasi umum.

Kecelakaan di perlintasan kereta api seringkali disebabkan oleh berbagai faktor, seperti ketidakdisiplinan pengendara kendaraan bermotor, kurangnya kesadaran masyarakat tentang keselamatan di perlintasan, serta infrastruktur yang belum memadai. Namun di sisi lain, hal ini juga menuntut tanggung jawab KAI untuk mengelola krisis secara efektif, terutama dalam hal komunikasi dan hubungan masyarakat (Humas). Humas KAI DAOP 1 Jakarta dituntut untuk mampu merespons situasi darurat ini dengan strategi yang tepat, baik dalam menginformasikan kejadian kepada publik, menangani keluhan, maupun memulihkan citra perusahaan setelah terjadinya krisis.

Dalam konteks manajemen krisis, peran Humas sangat krusial untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, transparan, dan dapat meminimalisir dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh Humas KAI DAOP 1 Jakarta dalam menangani kasus kecelakaan di perlintasan kereta api. Dengan memahami strategi yang digunakan, diharapkan dapat diperoleh rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi krisis dan menjaga kepercayaan publik terhadap layanan KAI di masa mendatang.

Pada tahun 2024 ini, dari periode Januari hinggaq juli 2024, sudah ada 28 orang korban kecelakaan di perlintasan sebidang. Dari 28 orang tersebut, 5 orang meninggal dunia, 5 luka berat dan 18 orang luka ringan," kata ixfan dalam keterangannya,Jumat (16/8/2024). Hal tersebut juga dijelaskan secara rinci, pada Januari terdapat 15 kali kejadian, Februari 14 kejadian, Maret 13 kejadian, April 15 kejadian, Mei terjadi 8 kecelakaan, Juni sebanyak 11 kecelakaan, pada juli terdapat 16 kecelakaan, dan Agustus sebanyak 3 kali kejadian.

Sementara itu, pada 2022 terdapat 211 kejadian baik baik itu di perlintasan sebidang maupun di jalur KA. dan pada 2023 terdapat 188 kejadian kecelakaan di perlintasan KA. Melihat dari data tersebut terlihat adanya penurunan angka kecelekaan di perlintasan KA dari tahun 2022 sampai dengan 2024. Dalam konteks ini Humas memiliki peran dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam mengatasi krisis. Beberapa strategi yang dilakukan dengan harapan agar krisis tidak semakin merebak, maka perlukan kepiawaian pelaku Humas untuk menangani

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

krisis dengan komunikasi yang baik. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana strategi Humas KAI khususnya di DAOP 1 Jakarta dalam mengantisipasi dan menurunkan angka kecelekaan yang terjadi di perlintasan KA.

Selain penelitian ini, penelitian terdahulu juga memiliki kesamaan topik mengenai Manajemen Komunikasi Krisis yang diteliti oleh Ivan Godang Wardiman (2022) dengan judul penelitian Manajemen Krisis: Komunikasi Krisis Dalam Public Relations Pada Bank. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif yang hasil penelitiannyaadalah Bank Indonesia telah memiliki divisi kehumasan yang menangani krisis dan menjalankan strategi komunikasi dan hubungan media. Kesimpulannya, Bank Indonesia Indonesia melakukan penanganan krisis dengan cukup baik karena mengikuti tahapan dan protokol dalam mengatasi krisis yang terjadi.

Berbeda halnya dengan penelitian terdahulu, penelitian ini meneliti bagaimana strategi komunikasi krisis bagian Humas di PT KAI Indonesia dalam upaya mengantisipasi kecelakaan yang terjadi di perlintasan KAI. Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk tujuan menganalisis strategi komunikasi humas pada upaya menangani pemberitaan negatif tentang tingginya angka kecelakaan yang terjadi di kereta api DAOP 1 Jakarta. Manfaat dari penelitian ini, baik untuk penulis mampun masyarakat adalah untuk memahami strategis humas dalam menangani dan mengurangi kecelakaan yang terjadi di perlintasan KAI.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena peneliti dapat menggali secara mendalam dari data yang hendak didapatkan melalui informan dengan cara melakukan wawancara secara mendalam, sehingga data yang didapatkan bisa lebih terperinci. Lokasi wawancara antara peneliti dan narasumber dilakukan di Stasiun Cikini, Jl Pegangsaan Timur No.6, Kec. Menteng Jakarta Pusat. Mengacu pada pendapat Strauss dan Corbin (1990) penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mengetahui tujuan pada realitas objek yang diteliti (HUMAS KAI).

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah wawancara, Menurut Esterbeg (2002) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi maupun ide melalui tanya jawab agar dapat mengonstruksikan makna suatu topik tertentu. Wawancara yang dilakukan peneliti di sini dengan melakukan wawancara dengan cara bertemu langsung dan tatap muka dengan manajer humas/kepala divisi, dan Spoke person dari PT. KAI Daop 1 Jakarta untuk menggali secara mendalam dan terus menerus terkait informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara yang dilaksanakan peneliti digunakan untuk melakukan pengecekan kembali hasil pengamatannya tersebut yaitu permasalahan yang ditemukan dan peneliti di sini bisa mengetahui bagaimana cara pengambilan keputusan dari permasalahan yang terjadi.

Peneliti menggunakan 2 jenis data untuk melakukan penelitian, yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara langsung dengan Manajer dan juru bicara HUMAS KAI, data sekunder yang dilakukan berupa dokumentasi foto pada saat wawancara, dan foto pendukung yang diambil dari sosial media KAI. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan anlisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Dalam

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

model tersebut, menerangkan kerangka yang bisa dilakukan seperti; reduksi data, penyajian data (display data), dan penarikan kesimpulan (verifikasi data).

Peneliti menggunakan teknik validitas triangulasi metode. Yaitu peneliti melakukan penyilangan data dari hasil wawancara dengan Manajer dan juru bicara HUMAS KAI. Peneliti di sini menggunakan triangulasi metode dengan cara menggabungkan hasil temuannya dari observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang valid dari berbagai perspektif. Selanjutnya peneliti menggunakan triangulasi sumber data yaitu hasil wawancara partisipan dengan latar belakang jabatan yang berbeda. Dan yang terakhir peneliti menggunakan triangulasi teori dengan cara membandingkan data yang di dapat dengan perspektif teori yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap Pra-Krisis dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Asisten Manajer Humas Eksternal bahwa KAI melakukan mitigiasi-mitigasi atas permasalahan yang berpotensi menimbulkan krisis. Setelah melakukan mitigasi atas permasalahan yang ada maka akan ditemukannya risiko terjadinya krisis baik itu dengan tingkat terjadinya krisis yang kecil, sedang maupun besar. Kemudian dilakukan juga klasifikasi dalam menilai risiko terjadinya suatu krisis. Sehingga hasil dari penilaian tersebut dapat ditentukannya tindakan atau upaya pencegahan agar tidak terjadinya krisis berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan sebelumnya.

Adapun berdasarkan data hasil wawancara yang telah diperoleh ditemukan adanya rencana persiapan dalam menghadapi krisis (Crisis Managemen Plan) yang dilakukan oleh pihak KAI untuk menghadapi suatu krisis. Menurut pernyataan yang disampaikan oleh Asisten Manajer Humas Eksternal KAI DAOP I Jakarta bahwa persiapan ini dilakukan dan diuji coba terlebih dahulu muali dari tahap memitigasi permasalahan, menentukan skala prioritas, sampai dengan berkoordinasi dengan masing masing Humas mulai dari Humas pusat, DAOP dan DIVRE untuk menyamakan pandangan agar menjadi satu persepsi yang sama untuk disampaikan kepada publik.

Terkait dengan penyampaian pesan kepada publik apabila terjadinya isu yang berkaitan dengan potensi terjadinya krisis atau pada saat krisis tersebut terjadi bahwa yang dapat menyampaikan pesan tersebut hanyalah deputi 1, deputi 2 dan manajer humas sebagaimana tertulis dalam SOP yang berlaku.

Dalam melakukan persiapan untuk menghadapi apabila terjadinya suatu krisis, Humas KAI melakukan pelatihan atau simulasi krisis yang pelaksanaannya dilakukan dalam 2-3 dalam setahun. Adapun terkait dengan pelatihan krisis ini yang dilakukan sepanjang tahun 2024 telah dilakukan sebanyak 2 kali yaitu pada awal tahun di awal 2024 dan diakhir tahun 2024 kemarin. Simulasi tersebut sudah termasuk dalam pelatihan media monitoring untuk penanganan pemberitaan negatif.

Berkenaan dengan media monitoring KAI melakukan pemantauan terkait dengan berita yang beredar seputar KAI yang dijadwalkan setiap hari dari jam 9 hingga jam 12 siang. Sehingga dalam kurun waktu tersebut Humas KAI dapat lebih cepat dalam melihat dan melakukan tindakan sesuai dengan pemberitaan positif/negatif yang sedang beredar. Namun apabila ditemukan pemberitaan negatif seputar KAI, yang pertama kali dilakukan oleh Humas KAI adalah memastikan terkait dengan kebenaran di lapangan atas isu yang sedang beredar. Kemudian baru disampaikan klarifikasi atau tanggapan atas isu berlandaskan data juga informasi yang sudah diambil terkait dengan isu tersebut.

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

Fungsi Humas eksternal KAI selain menyampaikan pesan kepada media, Humas Eksternal KAI juga berfungsi menjalin korelasi baik pada media. Ada berbagai cara dilakukan oleh Humas Eksternal KAI dalam menjaga hubungan, salah satunya adalah responsif terhadap jurnalis atau media. Artinya Humas KAI merespon dengan cepat dan akurat dalam menanggapi apa yang menjadi kebutuhan media untuk pemberitaan baik itu data ataupun pernyataan yang mewakili KAI. Hal lain dilaksanakan Humas Eksternal KAI untuk menjalin korelasi baik pada media yaitu dengan cara memunculkan sikap hangat antara media dengan pihak KAI. Hal tersebut dilihat dengan fleksibilitas sikap yang dimunculkan antara Humas dengan media, di mana kedaunya dapat bersikap dengan formal ataupun informal selaras pada situasi juga kondisi.

Selain Crisis Mangemen Plan (CMP) yang disiapkan oleh Humas KAI untuk menghadapi apabila terjadinya suatu krisis, Humas KAI juga menyiapkan Crisis Managemen Team (CMT) untuk menghadapi suatu krisis. Tim ini dibagi menjadi dua bagian yaitu Humas Internal yang berfungsi untuk mengumpulkan informasi dari unit lain dalam lingkup internal yang berkaitan dengan suatu krisis. Sedangkan Humas Eksternal berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui media seusai pada data juga informasi yang sudah diambil agar pesan disampaikan tidak melenceng dari realita yang sedang terjadi. Humas KAI juga melakukan tindakan evaluasi kepada unit lain dalam lingkup internal apabila ditemukan tindakan yang berpotensi atau menyebabkan suatu krisis. Hal ini diupayakan dengan berbagai cara agar tidak terulang lagi di masa mendatang.

Manajemen krisis di Daop 1 Jakarta dilakukan dengan langkah-langkah strategis yang mencerminkan pendekatan terstruktur dalam menghadapi situasi darurat. Langkah pertama yang diambil adalah melakukan pendataan secara menyeluruh untuk memahami skala dan dampak dari krisis yang terjadi. Selain itu, identifikasi terhadap penyebab krisis dilakukan untuk menemukan akar permasalahan sebagai dasar dalam merancang solusi yang tepat. Pendekatan ini menunjukkan pentingnya pengumpulan informasi yang akurat sebagai fondasi dalam pengambilan keputusan strategis selama krisis berlangsung.

Dalam menghadapi krisis, organisasi berkomitmen untuk menyampaikan kondisi nyata di lapangan kepada masyarakat. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada publik bahwa evaluasi dan perbaikan segera dilakukan agar krisis dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip dasar manajemen krisis yang menekankan pentingnya akuntabilitas dan transparansi untuk menjaga kepercayaan publik.

Pembaruan informasi terkait perkembangan di lapangan dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan koordinasi antarunit, seperti unit sarana dan prasarana. Setiap unit bertanggung jawab memberikan estimasi dan data spesifik terkait penanganan krisis, misalnya jalur yang dapat dilalui dalam konteks unit prasarana. Hal ini menggambarkan pentingnya pengelolaan data internal yang efisien untuk memastikan informasi yang disampaikan kepada masyarakat bersifat akurat dan relevan. Selain itu, pembaruan informasi secara internal juga menjadi dasar bagi organisasi untuk menyusun strategi respons yang adaptif sesuai situasi lapangan.

Monitoring secara berkesinambungan dilakukan selama masa krisis, baik pada tahap prakrisis, saat krisis terjadi, maupun pascakrisis. Informasi yang disampaikan pada masyarakat lewat media—baik televisi, media cetak, ataupun online—menjadi sarana untuk melihat respons publik.

Analisis terhadap respons ini membantu organisasi memahami kebutuhan masyarakat juga mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang sudah

E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 70-77

dilaksanakan. KAI mampu menjaga komunikasi dua arah yang konstruktif dengan masyarakat, yang pada akhirnya mendukung penyelesaian krisis secara menyeluruh.

Dalam menghadapi pemberitaan yang tidak akurat selama krisis, KAI menyadari adanya risiko kesimpangsiuran informasi akibat kebebasan netizen dalam memberikan opini. Beberapa netizen seringkali menyimpulkan situasi tanpa informasi yang memadai, sehingga menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat. Untuk mengatasi hal ini, KAI berperan aktif dalam meluruskan pemberitaan dengan cara menyampaikan fakta real di lapangan melalui pernyataan resmi. Pendekatan tujuannya memastikan masyarakat memperoleh data akurat juga tidak terpengaruh oleh rumor yang tidak berdasar.

KAI juga memastikan transparansi dengan melakukan konferensi pers atau pernyataan resmi kepada publik terkait situasi krisis yang sedang berlangsung. Hal ini mencerminkan komitmen KAI dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka. Langkah ini sejalan dengan prinsip-prinsip komunikasi krisis yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi untuk menghindari spekulasi negatif.

Selain itu, dalam mengelola komunikasi di media sosial selama masa krisis, KAI menjalankan strategi media monitoring secara aktif. Dengan memantau pernyataan-pernyataan negatif yang muncul dari netizen atau media, KAI mempersiapkan jawaban yang relevan untuk meluruskan informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Strategi ini tidak hanya berfungsi untuk memperbaiki persepsi publik tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai situasi yang sebenarnya.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam melakukan strategi manajemen krisis telah menerapkan pendekatan manajemen krisis yang komprehensif dan terstruktur. Strategi yang digunakan mencakup tiga tahap utama, yaitu pra-krisis, krisis, dan pasca-krisis, yang sesuai dengan teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) oleh Timothy W. Coombs. Pada tahap pra-krisis, Humas KAI memperhatikan tanda-tanda potensi terjadinya suatu krisis (signal detection) melalui media monitoring, mitigasi risiko, dan persiapan rencana tanggap krisis (Crisis Management Plan). Hal ini menunjukkan bahwa Humas KAI telah mempersiapkan organisasi untuk mengidentifikasi potensi krisis dan mengambil langkah pencegahan sebelum krisis terjadi.

Pada tahap krisis, Humas KAI menunjukkan respons yang cepat dan terkoordinasi dengan menyampaikan informasi yang akurat kepada publik melalui berbagai saluran media. Humas KAI juga melakukan koordinasi internal dan eksternal untuk memastikan bahwa respon yang diberikan tepat dan cepat. Humas KAI menggunakan strategi komunikasi krisis yang meliputi permohonan maaf, klarifikasi, dan pembaruan informasi secara berkala untuk menjaga kepercayaan publik.

Pada tahap pasca-krisis, Humas KAI melakukan evaluasi menyeluruh terhadap penanganan krisis, termasuk identifikasi penyebab krisis dan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. Mereka juga memastikan transparansi dengan menyampaikan informasi kepada stakeholder bahwa krisis telah berhasil diatasi. Humas KAI memberikan kompensasi kepada pelanggan yang terdampak dan melakukan upaya pemulihan citra melalui kerja sama dengan media. Selain itu, mereka melakukan pelatihan dan pembaruan kebijakan untuk meningkatkan kesiapan menghadapi krisis di masa mendatang.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, strategi Humas KAI DAOP 1 Jakarta dalam menghadapi krisis menunjukkan pendekatan yang proaktif, responsif, dan transparan. Mereka berhasil memitigasi dampak negatif krisis terhadap reputasi perusahaan dan menjaga kepercayaan publik melalui komunikasi yang efektif dan tindakan nyata. Saran yang penulis berikan yaitu adanya peningkatan intensitas terkait kesadaran publik tentang bahayanya mengabaikan rambu atau tanda kereta di perlintasan. Adapun saran lain yang dapat diberikan adalah peningkatan pengawasan dan keamanan yang dilakukan oleh pihak KAI pada perlintasan sebidang agar dapat menekan angka kecelakaan di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis juga ingin mendedikasikan terima kasihnya kepada orang tua tercinta, yaitu Ibu Nining Kartini dan Bapak Delyuzar yang senantiasa memberi dukungan hangat, ikut serta mendoakan keberhasilan penulis, serta memberi motivasi yang membangun kepada penulis agar penelitian ini dapat selesai dengan tepat. Tidak hanya orang tua, penulis juga berterima kasih kepada saudara-saudara terkasih, yaitu Rina Marlina, Rifky Maqnani, dan Farel Jayadipura, serta kepada Andini Firdariani yang ikut serta membersamai penulis selama menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Istiqomah, R.R., Fardani, R.A., Sukmana, D.J., Auliya, N.H. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.

Hidayah, Nurul. (2022) Komunikasi Organisasi (Implikasi Teori Organiasi Bagi Komunikasi Organisasi). Tulungagung: Akademia Pustaka.

Kriyantono, R. (2015). Public Relations dan Manajemen Krisis: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif, Kencana.

Marlinda, Irwandi. (2023) Manajemen Krisis Komunikasi. Bandung: Widina Media Utama.

Rahmat, Abdul. (2016) Manajemen Humas Sekolah. Yogyakarta: Media Akademi.

Rolos P.M, dan Wijaya, L. S. (2020) Model Komunikasi Public Relations Di Pemerintah Kota Salatiga Dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt, Jurnal InterAct, Vol 9, No.1.

Ruliana. (2018) Komunikasi Organisasi, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2016) Theorizing Crisis Communication. Wiley-Blackwell.

Sinduwiatmo Kukuh. (2018) Manajemen Publik Relasi. Sidoarjo: Umsida Press. Siregar, R.T., Ujang Enas, Debi Eka Putri, dkk. (2021). Komunikasi Organisasi.

Suharyanti, Tuti Widiastuti, dan Dessy Kania. (2017) Reformasi Birokrasi Pemerintah dan Penerapan Excellence Theory, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 10, No.1.

W. Timothy Coombs. (2019) Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. Thousand Oaks: Sage Publications.