

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan masyarakat (Humas), merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk membentuk pandangan serta persepsi positif dari publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan kehumasan tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga berusaha menciptakan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat luas. Dengan menggunakan strategi dan komunikasi yang tepat, Humas dapat memperkuat citra perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan tersebut, yang sangat penting untuk kelangsungan dan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Humas tentunya memiliki beberapa tugas pokok dan fungsi manajemen yang bertujuan untuk mencapai target dari perusahaan, serta memiliki beberapa program atau kegiatan kerja yang jelas, rinci, dan kompeten, melakukan perencanaan, mencari data atau informasi sesuai fakta, serta mengkomunikasikan informasi baik itu kepada pihak internal maupun eksternal. Selain itu, Humas perlu melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program yang telah dilakukan untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai sejalan dengan Visi, Misi, dan Tujuan perusahaan.

Dalam peranannya sebagai penghubung antara perusahaan dengan publik, peran Humas sangat vital bagi keberhasilan perusahaan, yang memerlukan langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan dan meraih hasil yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Tindakan ini sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan secara efektif. Humas memiliki peranan utama dalam membangun, menjalin, serta memelihara hubungan yang positif antara perusahaan dengan publiknya, baik ataupun tidaknya sebuah hubungan perusahaan dengan publik dalam pandangan masyarakat merupakan sebuah tanggung jawab bagi seorang praktisi Humas, publik yang dimaksud adalah kelompok ataupun pihak yang dianggap penting oleh perusahaan.

Di antara banyaknya perusahaan yang ada di Indonesia, salah satu yang sangat membutuhkan peran Humas adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Perusahaan ini merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dimiliki oleh Pemerintah, dan memiliki peran yang penting dalam sektor transportasi publik. Sebagai perusahaan transportasi publik, PT. KAI memiliki peran penting dalam melayani mobilitas masyarakat di berbagai daerah. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan beragam latar belakang, PT. KAI sering berinteraksi langsung dengan masyarakat, baik melalui layanan transportasi maupun program-program sosial yang dijalankan. Oleh karena itu, PT. KAI memerlukan strategi atau pendekatan humas yang efektif untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan komunitas, meningkatkan kepercayaan publik, serta memastikan layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Pendekatan humas yang dapat diterapkan oleh PT. KAI yaitu mencakup komunikasi yang terbuka, transparansi dalam layanan, serta keteliban dalam berbagai kegiatan sosial dan edukatif yang melibatkan komunitas.

Untuk dapat meningkatkan layanan, serta meningkatkan citra perusahaan dalam persepsi publik, Humas PT. Kereta Api Indonesia mempunyai salah satu kewajiban atau tanggung jawab yaitu dengan menjalin hubungan baik dan harmonis dengan pihak yang berada di luar perusahaan (pihak eksternal) atau yang bisa disebut dengan *stakeholder*. *Stakeholder* merupakan semua pihak yang ada di masyarakat, baik itu individu, kelompok, komunitas, serta Lembaga Pemerintahan yang memiliki keterkaitan dan kepentingan terhadap suatu perusahaan. Dalam konteks ini tugas dari Humas Daop 1 Jakarta yaitu dengan membangun hubungan baik, harmonis, dan positif dengan berbagai *stakeholder*, seperti pelanggan, masyarakat, komunitas, media, serta pemerintah. Humas Daop 1 Jakarta memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan citra perusahaan, menyampaikan informasi yang tepat dan akurat, serta menciptakan atau memelihara hubungan yang positif dengan seluruh pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan.

PT. KAI Daerah Operasional 1 Jakarta atau yang dikenal dengan Daop 1 Jakarta adalah sebuah wilayah operasional dari kereta api yang mencakup

wilayah mulai dari stasiun Merak di Provinsi Banten sampai dengan stasiun Cikampek di Provinsi Jawa Barat yang melewati beberapa Stasiun di wilayah DKI Jakarta, Banten, Bogor, Depok, Sukabumi, serta Karawang. Selain itu fakta lainnya dari Daop 1 Jakarta adalah satu-satunya Daop yang melayani rute perjalanan KA *Commuter* Jabodetabek atau yang lebih dikenal dengan sebutan KRL ataupun *Commuter Line*.

Baru-baru ini, PT. KAI Daop 1 Jakarta mendukung dan berkontribusi dalam pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang memiliki arti pembangunan berkelanjutan yang menggunakan teknologi berbasis digital yaitu *Face Recognition*, yang bertujuan untuk mengurangi kebutuhan tiket berbentuk fisik yang berbasis kertas agar dapat digunakan sebagai syarat boarding masuk ke ruang tunggu pada stasiun. Manager Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta mengatakan, dengan adanya inovasi *Face Recognition* berdampak positif serta dapat memudahkan penumpang kereta api untuk melakukan pemberangkatan.

Gambar 1. 1 Manager Humas KAI Daop 1 Jakarta



Sumber : www.mediaindonesia.com

Manager Humas Daop 1 Jakarta menyatakan bahwa antara 1 Januari 2024 hingga 18 November 2024, sekitar 1,9 juta penumpang telah memanfaatkan teknologi berbasis digital, yaitu *Face Recognition*, untuk verifikasi identitas diri mereka melalui pemindaian wajah sebelum keberangkatan di Stasiun-Stasiun pada wilayah Daop 1 Jakarta. Dengan

mengurangi penggunaan tiket fisik berbasis kertas, KAI Daop 1 Jakarta turut berpartisipasi dalam usaha mengurangi limbah dan mendukung pencapaian dari target SDGs. Manager Humas tersebut, juga menjelaskan bahwa penggunaan *Face Recognition* di wilayah Daop 1 Jakarta terpasang pada beberapa Stasiun, seperti Stasiun Gambir dengan jumlah 1.795.785 penumpang, kemudian Stasiun Bekasi dengan jumlah 32.682 penumpang, dan yang terakhir Stasiun Pasar Senen yang berjumlah 109.547 penumpang yang telah menggunakan teknologi berbasis digital *Face Recognition*. Inovasi *Face Recognition* ini merupakan bagian dari komitmen KAI Daop 1 Jakarta untuk menginterpretasikan teknologi yang ramah lingkungan dalam setiap aspek operasionalnya, yang rencananya akan diperluas ke berbagai Stasiun lainnya di wilayah Daop 1 Jakarta.

Selain itu, PT. KAI terus membuktikan komitmennya dalam melayani masyarakat melalui program *Public Service Obligation* (PSO), yang merupakan bentuk subsidi dari Pemerintah. Program ini mencakup pengoperasian beberapa layanan kereta api dengan tarif yang terjangkau bagi masyarakat atau pelanggan, baik untuk angkutan penumpang maupun barang. Menurut Manager Humas Daop 1 Jakarta, sebagai salah satu penyedia dan pengelola transportasi publik, PT. KAI selalu memastikan bahwa program atau layanan PSO dapat menggapai masyarakat secara maksimal, dengan tetap memenuhi standar pelayanan minimum (SPM) yang telah ditentukan oleh Pemerintah.

Manager Humas Daop 1 Jakarta mengatakan, bahwa dari bulan Januari sampai dengan Oktober tahun 2024, KAI Daop 1 Jakarta telah berhasil melayani hingga 1.153.438 penumpang dari layanan PSO. Peningkatan penumpang ini terlihat dari penumpang yang menggunakan layanan kereta api jarak jauh (KA JJ) yang dimana dari bulan Januari sampai dengan Oktober tahun 2024 ini, layanan PSO untuk penumpang kereta jarak jauh telah berhasil melayani sebanyak 1.153.438 penumpang, dengan peningkatan sebesar 4,25% dari tahun 2023, yang memiliki periode yang sama yaitu dengan melayani 1.106.505 penumpang saja.

Manager Humas Daop 1 Jakarta juga mengatakan, bahwa tujuan dari penerapan program atau penugasan PSO ini adalah untuk meningkatkan

aksesibilitas transportasi yang lebih baik bagi masyarakat, sekaligus mengurangi beban biaya transportasi yang mereka tanggung. Selain itu, program ini diharapkan dapat mendorong perubahan pola masyarakat dalam memilih transportasi publik menuju penggunaan yang lebih efisien dan ramah lingkungan. PT. KAI Daop 1 Jakarta berkomitmen untuk melaksanakan program PSO dengan mengedepankan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dalam setiap aspeknya.

Dengan diterapkannya program PSO, Manager Humas Daop 1 Jakarta berharap dapat mengajak masyarakat untuk dapat menggunakan transportasi publik khususnya kereta api agar dapat mengurangi angka kemacetan dan menurunkan polusi udara. PT. KAI Daop 1 Jakarta akan selalu melakukan inovasi serta meningkatkan kualitas dari layanan moda transportasi publik untuk dapat mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dari masyarakat, serta dapat menciptakan suatu ekosistem transportasi terbaik dan juga berkelanjutan untuk masyarakat Indonesia yang dimana sesuai dengan visi dari PT. KAI.

Dari berbagai macam program yang telah dijelaskan, peran dari Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta, salah satunya adalah menjadi sebuah penghubung atau sebuah jembatan antara perusahaan dengan publik dalam menyampaikan suatu informasi. Suatu informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada masyarakat harus menggunakan bahasa yang efektif dan mudah dipahami, agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik. Untuk mempermudah tugas dan tanggung jawab Humas Daop 1 Jakarta, dalam menyampaikan informasi, salah satunya adalah dengan membangun dan menjalin hubungan baik, harmonis, dan positif, serta membina dan mengelola komunitas. Selain itu, Humas juga berperan aktif dalam berkontribusi pada Komunitas Pecinta Kereta Api, khususnya yang berada di wilayah operasional Daop 1 Jakarta.

Tujuan dari membangun dan memelihara hubungan baik antara Humas Daop 1 Jakarta dengan Komunitas *Railfans* adalah untuk bertujuan dan mencapai Visi dan Misi dari PT. KAI, yang dimana visinya adalah untuk menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia. PT. KAI memiliki komitmen untuk menjadikan kereta api sebagai salah satu pilihan

moda transportasi yang aman, nyaman, dan terpercaya bagi masyarakat Indonesia. Kemudian, PT. KAI juga berkomitmen untuk mencapai misinya, yang bertujuan untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan dapat berkembang pesat guna memenuhi kebutuhan pelanggan serta masyarakat Indonesia.

Dengan memiliki hubungan yang baik dan positif dengan *stakeholder* khususnya komunitas, berguna untuk membantu dan mendukung PT. KAI mencapai visi dan misi perusahaan, komunitas dapat berperan penting dalam membantu PT. KAI membangun kepercayaan serta meningkatkan reputasi perusahaan, karena kedua hal tersebut sangat vital untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan. Selain itu, dengan menjalin atau memelihara hubungan yang baik dan harmonis dengan komunitas, PT. KAI juga dapat memperoleh wawasan atau perspektif baru yang bisa dijadikan sebagai dasar untuk inovasi serta peningkatan kualitas dan kapasitas perusahaan.

Komunitas tentunya merupakan salah satu bagian atau kelompok yang tidak akan pernah lepas dalam kegiatan eksternal Humas atau *Public Relations*. Komunitas menjadi salah satu pihak eksternal dari Humas yang tidak boleh luput dari pandangan, yang dimana kelompok ini memiliki suatu andil tersendiri bagi perusahaan. Kegiatan atau program eksternal dari Humas sendiri terkait dengan komunitas tidak hanya untuk membahas dan mendiskusikan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan saja, yang dimana komunitas itu memiliki artian dari sekelompok orang yang disatukan dengan kegemaran, kesukaan, dan memiliki hobi yang sama, serta dipersatukan oleh dasar kepentingan yang sama, jadi dalam suatu kondisi tertentu, Humas harus mampu memperlakukan mereka dengan baik.

Dengan begitu, tentunya mereka akan memberikan *feedback* yang baik dan positif untuk perusahaan, kemudian apabila Humas tidak dapat mengarahkan dan mengedukasi mereka dengan baik, tentunya *feedback* yang akan didapat adalah hal yang negatif. Komunitas memiliki peranan penting bagi sebuah perusahaan, karena komunitas dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan *brand awareness*, mendapatkan

dukungan dari masyarakat, serta meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan dari masyarakat terhadap suatu perusahaan.

Pendekatan humas dengan komunitas merupakan salah satu strategi penting dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara perusahaan dan publik. Pendekatan ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan citra positif perusahaan, tetapi juga memperkuat keterlibatan komunitas dalam berbagai program yang dijalankan. Dengan adanya komunikasi yang terbuka dan transparan, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan, aspirasi, serta tantangan yang dihadapi oleh komunitas. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merancang program yang lebih relevan dan bermanfaat bagi masyarakat.

Salah satu metode utama dalam pendekatan humas dengan komunitas adalah menciptakan komunikasi dua arah, yang dimana perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi kepada komunitas saja, tetapi juga mendengarkan dan merespon tanggapan balik yang diberikan. Selain itu, keterlibatan dalam kegiatan sosial, kemitraan dengan komunitas, serta penggunaan media digital juga menjadi strategi efektif dalam membangun hubungan yang lebih erat dan terpercaya. Selain menciptakan komunikasi dua arah dan keterlibatan sosial, pendekatan humas dengan komunitas juga dapat dilakukan melalui edukasi dan peningkatan kapasitas masyarakat. Perusahaan dapat mengadakan pelatihan, seminar, atau lokakarya yang berfokus pada peningkatan keterampilan komunitas, sehingga masyarakat merasa mendapatkan manfaat langsung dari keberadaan perusahaan. Selain itu, mengadakan kegiatan sharing session yang berbasis edukasi juga dapat menjadi strategi humas dalam membangun hubungan dengan komunitas. Melalui kegiatan tersebut, perusahaan dapat menciptakan ruang diskusi yang interaktif, yang dimana komunitas dapat berbagi pengalaman, memperoleh wawasan baru, serta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu yang relevan.

Hubungan dengan komunitas dapat menjadi satu hal yang dianggap penting dalam kegiatan ataupun program kerja dari Humas, komunitas sendiri mempunyai suatu fungsi atau andil tersendiri terhadap kemajuan suatu perusahaan. Komunitas Pecinta Kereta Api atau yang dikenal dengan

Komunitas *Railfans* adalah kumpulan dari beberapa orang yang mencintai atau menggemari, memiliki kepedulian, serta memiliki hobi dan ketertarikan pada sarana transportasi khususnya kereta api. Arti dari kata *Rail* sendiri dalam bahasa Inggris memiliki arti kereta api, sementara arti dari kata *fans* merupakan penggemar, penyuka, atau pecinta. Jadi dapat didefinisikan *Railfans* merupakan individu/kelompok orang yang memiliki minat seperti peduli, rasa menyukai atau mencintai, serta menggemari moda transportasi kereta api.

Kelompok atau Komunitas tentunya sangat bergantung terkait dengan keberadaan dari perusahaan, maka dari itu komunitas ini menjadi salah satu hal yang dapat dianggap penting. Tanpa adanya dukungan dan bantuan dari perusahaan, komunitas tersebut tidak dapat berfungsi dengan baik. Sebagai salah satu pihak eksternal yang krusial, komunitas memainkan peran penting bagi perusahaan. Dengan membangun, menjaga, atau memelihara hubungan yang harmonis dan positif dengan komunitas dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi perusahaan, termasuk dapat meningkatkan citra perusahaan. Komunitas *Railfans* menjadi satu kelompok yang disatukan atas dasar kepentingan yang sama yaitu memiliki keterkaitan dengan sarana transportasi kereta api. Komunitas ini menjadi satu pihak eksternal dari perusahaan yang sangat penting, yang dimana mereka dapat mengekspresikan kecintaan dan kegemaran mereka terhadap kereta api melalui karya-karya atau dokumentasi yang mereka unggah dengan menggunakan platform/media sosial yang mereka miliki.

Komunitas *Railfans* sendiri terbentuk karena adanya individu-individu yang saling bertemu satu sama lain, kemudian mereka menceritakan berbagai pengalaman terkait dengan bagaimana cara mereka mengenal lebih jauh tentang kereta api. Seperti dengan mengenal melalui sarana dan prasarana kereta api, hobi atau minat pada fotografi maupun videografi kereta api, semboyan dan persinyalan pada kereta api, arsitektur dan seni serta literatur sejarah kereta api di Indonesia. Dari interaksi inilah yang menimbulkan rasa suka dan cinta terkait dengan dunia perkeretaapian yang kemudian terbentuknya suatu komunitas *Railfans*. Adapun 19 komunitas *Railfans* pada wilayah Daop 1 Jakarta yang berada di bawah binaan Humas KAI Daop 1 Jakarta yang meliputi, Indonesian

Railways Preservation Society (IRPS) Jakarta, Edan Sepur Jakarta, Java Train, Sadulur Spoor, Jejak Railfans, Train Photograph, Gerakan Muda Penggemar Kereta Api (GM-MarKA), Komunitas Arek Spoor Indonesia (KASI) Area 1, Victory Railfans, National Railfans, Forum Pengguna dan Pecinta Kereta Api (FPPKA), RD One, RF Boo +246, RF 1D, Keluarga Besar Railfans Cikampek (KBRC), Komunitas Railfans Karawang (KRK), Javatrains Sukabumi, BARAKA, dan Railfans Sukabumi. Salah satu komunitas *Railfans* terbesar dan tertua adalah IRPS yang sudah berdiri sejak tahun 2001 dan hingga saat ini terdapat kurang lebih 300-400 orang anggota aktif. Komunitas IRPS merupakan komunitas yang terdiri dari kumpulan orang dari berbagai macam usia dan juga latar belakang pendidikan. Komunitas ini memiliki sifat sukarela dan senang hati dapat membantu PT. KAI dalam berbagai macam kegiatan, misalnya kegiatan sosialisasi dan edukasi. IRPS sendiri merupakan Komunitas Pecinta Kereta Api yang memfokuskan kepedulian terhadap upaya pelestarian aset-aset sejarah perkeretaapian di Indonesia, baik itu prasarana maupun sarana dari kereta api, khususnya yang memiliki nilai sejarah yang tinggi.

Peran komunitas *Railfans* dapat dibutuhkan oleh Humas KAI khususnya Humas KAI Daop 1. Selain mereka banyak mengetahui tentang dunia perkeretaapian dari mulai sejarah awal kereta api di Indonesia hingga sekarang, komunitas *Railfans* juga dapat sebagai penyalur informasi langsung kepada masyarakat tentang sosialisasi keselamatan pada area palang pintu perlintasan kereta api, kemudian juga dapat membantu mengamankan perjalanan kereta api serta dapat menginformasikan peraturan-peraturan baru dari pihak KAI.

Terdapat dua Komunitas *Railfans* yang memiliki peranan lebih besar terhadap Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta, yang pertama adalah Komunitas IRPS, memiliki peranan yang signifikan dalam mendukung fungsi Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta. Sebagai komunitas yang berfokus pada pelestarian sejarah perkeretaapian di Indonesia, IRPS tidak hanya menjadi wadah bagi para pecinta kereta api, tetapi juga berperan sebagai jembatan antara PT. KAI dan masyarakat. Melalui berbagai kegiatan seperti edukasi sejarah perkeretaapian, peliputan perkembangan layanan PT. KAI, serta kampanye atau sosialisasi keselamatan dan kepedulian terhadap transportasi publik, IRPS membantu

meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peran PT. KAI sebagai penyedia layanan transportasi. Selain itu, komunitas ini turut serta dalam berbagai acara yang diadakan oleh PT. KAI, sehingga memperkuat hubungan antara perusahaan dan komunitas. Dengan adanya kolaborasi yang baik antara komunitas IRPS dan Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta, citra perusahaan dapat terjaga dengan lebih baik, serta menciptakan interaksi yang positif antara PT. KAI dan masyarakat luas.

Kemudian terdapat Komunitas Edan Sepur, komunitas ini juga memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta. Sebagai komunitas pecinta kereta api yang memiliki jaringan luas di berbagai daerah, Edan Sepur tidak hanya berfungsi sebagai forum diskusi bagi anggotanya, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi PT. KAI dalam menyebarkan informasi terkait layanan dan kebijakan perkeretaapian. Melalui media sosial dan kegiatan offline seperti hunting foto, diskusi publik, serta kampanye atau sosialisasi di stasiun dan perlintasan sebidang, komunitas ini turut membantu PT. KAI dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga keselamatan dan ketertiban saat menggunakan transportasi kereta api. Selain itu, Edan Sepur sering kali memberikan masukan dan aspirasi dari pengguna kereta api secara langsung kepada Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta, sehingga dapat menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan.

Dengan membangun dan memiliki hubungan baik antara Humas KAI Daop 1 Jakarta dengan komunitas *Railfans* yaitu dapat bekerja sama terhadap berbagai macam kegiatan seperti sosialisasi, contohnya yaitu saat peringatan hari-hari besar Nasional, seperti contohnya adalah hari lahirnya Pancasila, Humas KAI Daop 1 Jakarta berkolaborasi dengan Komunitas *Railfans* dalam melakukan kegiatan sosialisasi tindakan anti pelecehan seksual di Stasiun Jakarta Kota. Kemudian, pada peringatan HUT RI ke-79, PT. KAI menyelenggarakan ataupun melakukan kegiatan sosialisasi perlintasan di seluruh Daop dan Divre, yang dimana pada wilayah KAI Daop 1 Jakarta menggandeng beberapa komunitas *Railfans* yang meliputi IRPS Jakarta, Edan Sepur, Java Train, Sadulur Spoor, dan lain-lain. Kegiatan sosialisasi ini

bertujuan untuk membangun kesadaran dari masyarakat bahwa pentingnya untuk disiplin dalam berkendara dan mengutamakan keselamatan perjalanan kereta api di perlintasan sebidang.

Gambar 1. 2 Sosialisasi KAI dengan komunitas *railfans*



Sumber : www.detiknews.com

Telah banyak berbagai macam kegiatan-kegiatan dari pihak KAI yang telah dilaksanakan dengan melibatkan peran komunitas *Railfans*. Jadi, peran komunitas *Railfans* tentunya sangat penting dalam upaya membantu, mendukung, serta meningkatkan kemajuan perkeretaapian di Indonesia.

Dengan begitu, memiliki hubungan yang baik dan positif dengan komunitas dapat dipandang menjadi salah satu kegiatan yang penting dan berdampak positif bagi perusahaan. Dengan menjalin dan memelihara hubungan yang baik serta positif dengan komunitas, dapat menjadi suatu ajang apresiasi dan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap komunitas. Pada penelitian ini, menyoroti Komunitas *Railfans* sebagai kelompok yang memiliki kedekatan dengan masyarakat dan sering berinteraksi dengan pelanggan maupun penumpang kereta api. Dengan kehadirannya, Komunitas *Railfans* dapat membantu Humas KAI Daop 1 Jakarta dalam menjalankan operasionalnya. Sebagai penyedia dan pengelola perkeretaapian di Indonesia, PT. KAI bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan meningkatkan citra perusahaan.

Oleh karena itu, Humas Daop 1 Jakarta memiliki beberapa strategi untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya, salah satunya adalah dengan membangun dan menjalin hubungan baik dengan Komunitas Pecinta Kereta Api. Dengan memahami peran dari Komunitas *Railfans*, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi dan menginvestigasi tentang hubungan antara Humas KAI Daop 1 Jakarta dengan Komunitas Pecinta Kereta Api, maka peneliti mengambil atau menggunakan judul penelitian **“Pendekatan Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta dalam Membangun Hubungan Baik dengan Komunitas Pecinta Kereta Api”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas, yaitu sebagai berikut : “Bagaimana pendekatan Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta dalam membangun hubungan baik dengan Komunitas Pecinta Kereta Api.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui dan menganalisis pendekatan yang dilakukan oleh Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta dalam membangun hubungan baik dengan Komunitas Pecinta Kereta Api.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian terkait Humas atau *Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, serta dapat memperluas wawasan bagi peneliti/penulis, tentang bagaimana Humas melakukan pendekatan dalam membangun hubungan baik dengan komunitas, serta membina atau mengelola komunitas tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Selanjutnya, hasil dari penelitian ini juga bertujuan untuk menjadi sumber literatur dan referensi utama bagi penelitian kualitatif di bidang komunikasi, khususnya terkait dengan Humas atau *Public Relations*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan mendidik masyarakat tentang hubungan antara Humas PT. KAI Daop 1 Jakarta dan Komunitas Railfans di wilayah Daop 1 Jakarta. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang peran Humas dalam membangun hubungan baik dengan komunitas.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sebuah penelitian, sistematika penulisan berperan penting dalam membantu penulis dan pembaca memahami topik yang dibahas. Dengan demikian, sistematika penulisan dapat diartikan sebagai pedoman atau kerangka kerja yang menjadi dasar dalam penyusunan penelitian ini. Sistematika penulisan pada penelitian ini, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah dalam penelitian, diikuti dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Selain itu, juga dijelaskan manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini memuat kajian penelitian terdahulu yang dijadikan referensi guna mendukung topik penelitian ini. Kajian tersebut dijelaskan oleh peneliti dan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih mudah dipahami. Kemudian terdapat pemaparan dari konsep dan teori terkait dengan topik penelitian ini, serta adanya kerangka pemikiran untuk menggambarkan alur penelitian dari peneliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menguraikan paradigma dan pendekatan penelitian yang digunakan, diikuti dengan penentuan informan. Selain itu, dijelaskan berbagai teknik yang meliputi teknik pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data. Bagian

ini juga mencakup informasi mengenai lokasi serta jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan dan menyajikan gambaran hasil penelitian serta analisis dan pembahasan terhadap temuan yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan dari permasalahan atau hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang memberi masukan terkait permasalahan dalam penelitian ini.

