
Peran External Relation PT KCI Dalam Upaya Meningkatkan Corporate Image

Alfian Nur Firdaus¹, Iin Soraya², Sari Ekowati³

¹²³ Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

correspondence e-mail*, alfiannurfi@gmail.com, iin.ina@bsi.ac.id, sari.sed@bsi.ac.id

Submitted:

Revised: 2024/07/01;

Accepted: 2024/07/11; Published: 2024/10/17

Abstract

The role of PT KCI's External Relations in efforts to improve its Corporate Image is important to provide a positive view of the public. This cannot be separated from how External Public Relations carries out its role with a managerial concept. This research aims to analyze the role of PT KCI's external public relations. This research uses the concept of Managerial roles. This research method uses qualitative methods, the data collection techniques used are interviews, observation and documentation. The results of this research found the role of External Relations in improving corporate image with expert communication experts, problem-solving process facilitators, communication facilitators and communication technicians. And the obstacles include internal and external obstacles, including operational problems, crisis communication, public and media perceptions, technological challenges, internal challenges, changes in government policy and social issues. The results of this analysis provide insight into the dynamics of the role of PT KCI's external public relations in efforts to improve its corporate image.

Keywords

External Relations, Image, Corporate Image



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Pengembangan transportasi publik,¹ seperti KRL Commuter Line, sangat penting untuk mengatasi tantangan mobilitas di wilayah Jabodetabek.² KRL Commuter Line, yang dioperasikan oleh PT Kereta Commuter Indonesia (KCI), memainkan peran krusial dalam memfasilitasi mobilitas harian penduduk dari pinggiran kota menuju pusat kota Jakarta.³ Peningkatan mobilitas

¹ Agus Alisa Putra and Hanantatur Adeswastoto, "Transportasi Publik Dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan," *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)* 1, no. 1 (2018): 55–60.

² M M Ulkhaq et al., "Assessing the Operations of Commuter Rail: A Case Study in KRL Commuter Line of Jakarta Metropolitan Area," in *MATEC Web of Conferences*, vol. 272 (EDP Sciences, 2019), 1034.

³ Fafa Afief Fachrian and Samsul Ode, "Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Kereta Commuter Indonesia Di Wilayah Jabodetabek," *JOURNAL OF GOVERNMENT (Kajian Manajemen Pemerintahan Dan Otonomi Daerah)* 4, no. 1 (2018): 1–21; Ferlita Lourensia and Yugih Setyanto, "Peran Public Relations Dalam Memulihkan Reputasi (Studi

penduduk, yang didorong oleh pertumbuhan dan perkembangan kota-kota di sekitar Jabodetabek, memunculkan kebutuhan akan transportasi publik yang efisien, aman, dan nyaman. Preferensi konsumen terhadap KRL Commuter Line dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci seperti pendapatan, harga tiket, keamanan, kehandalan layanan, dan efisiensi waktu perjalanan. Salah satu solusi untuk mengurangi masalah kemacetan di DKI Jakarta adalah melalui penggunaan transportasi massal seperti KRL. Dengan jumlah penumpang yang signifikan, KCI berusaha untuk meningkatkan kapasitas layanan dengan menambah armada KRL hingga 1.460 unit pada tahun 2019. Ini mencerminkan upaya mereka untuk memenuhi permintaan masyarakat akan transportasi yang handal dan efisien.

Sebagai salah satu anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero), PT KCI berkomitmen untuk terus mengembangkan dan meningkatkan layanan KRL Commuter Line demi mendukung mobilitas penduduk Jabodetabek dengan cara yang berkelanjutan dan efektif.⁴ Keberadaan Commuter Line tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat, jenis transportasi yang satu ini sudah menyatu dengan masyarakat sejak dahulu dengan beragam jenis penumpang yang tidak bisa ditebak. Umumnya memiliki 10 kereta per satu rangkaian dengan dua kereta khusus wanita di tiap ujung rangkaian, didalamnya terdapat fasilitas yang dapat digunakan penumpang dalam setiap perjalanannya.

PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) menghadapi tantangan signifikan dalam menyediakan layanan KRL Commuter Line yang memadai di Jabodetabek, meskipun menghadapi jumlah penumpang yang sangat besar setiap harinya. Ada beberapa kendala utama yang dihadapi PT KCI dalam memaksimalkan pelayanan KRL Commuter Line yaitu kurangnya kapasitas gerbong, dengan jumlah penumpang yang sangat tinggi kapasitas gerbong sering kali tidak mencukupi untuk menampung semua penumpang dengan nyaman. Hal ini dapat menyebabkan kepadatan yang berlebihan dan ketidaknyamanan bagi penumpang. Keterlambatan yang sering terjadi, masalah keterlambatan masih menjadi isu utama dalam operasional KRL Commuter Line. Faktor-faktor seperti gangguan teknis, kemacetan di jalur rel, atau prosedur operasional yang tidak efisien dapat menyebabkan keterlambatan yang berdampak pada pengalaman perjalanan

Kasus Manajemen Krisis PT Kereta Commuter Indonesia Pasca Perubahan Sistem E-Ticketing),” *Prologia* 2, no. 2 (2018): 327–33.

⁴ Andi Vivi Azhari and Rachma Fitriati, “Building A Penta Helix Collaboration Model On Mass Rapid Transit Jakarta,” *Monas: Jurnal Inovasi Aparatur* 5, no. 2 (2023): 81–94; Zahra Raihanah, “Pemanfaatan Layanan E-Ticketing Commuterline Dalam Pendisiplinan Perilaku Sosial Studi Kasus: Pengguna Krl Di Stasiun Depok Lama” (Fisip UIN Jakarta, n.d.).

penumpang. Kurangnya petugas keamanan di dalam gerbong, keamanan penumpang menjadi prioritas utama, namun kurangnya petugas keamanan di dalam gerbong dapat meningkatkan risiko kejahatan seperti pencurian atau pelecehan seksual. Hal ini menimbulkan kekhawatiran di antara pengguna KRL, terutama di saat ramai dan padat. Kendala persinyalan, gangguan pada sistem persinyalan sering kali membuat KRL tidak dapat beroperasi secara normal. Persinyalan yang tidak stabil dapat mengakibatkan penundaan atau bahkan pembatalan perjalanan, mengganggu jadwal transportasi harian penumpang.

Upaya perbaikan yang dilakukan oleh PT KCI, seperti peningkatan jumlah armada,⁵ perbaikan infrastruktur,⁶ penambahan petugas keamanan,⁷ dan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan merupakan langkah-langkah penting dalam mengatasi tantangan ini. Perbaikan ini tidak hanya diperlukan untuk meningkatkan kepuasan penumpang, tetapi juga untuk menjaga keandalan dan efisiensi operasional KRL Commuter Line dalam mendukung mobilitas harian di wilayah Jabodetabek. PT KCI tersebut telah melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dalam pelayanan transportasi KRL Commuter Line.

Pertama, penghapusan KRL Ekonomi non-AC serta peleburan KRL Ekspres menjadi satu layanan yang dinamakan KRL Commuter Line. Peleburan KRL tersebut tentunya berdampak baik bagi para pengguna KRL Commuter Line, pengguna KRL Commuter Line memperoleh kenyamanan lebih ketika semua gerbong di fasilitasi pendingin ruangan (AC). Kedua, penambahan unit kereta. Hingga tahun 2017, PT KCI telah memiliki 826 unit KRL dengan rata-rata jumlah pengguna KRL per hari mencapai 993.804 pengguna pada hari kerja, dan rekor jumlah pengguna terbanyak yang dilayani dalam satu hari adalah 1.065.522 juta jiwa. Ketiga, penyederhanaan rute dan sistem transit. Penyederhanaan rute KRL menjadi 5 (lima) rute utama yaitu Duri – Tangerang, Maja/Parungpanjang/Serpong – Tanah Abang, Bekasi – Jakarta Kota, Bogor – Jakarta Kota, dan Bogor – Jatinegara. Sistem transit tersebut diantaranya melayani 72 stasiun di seluruh Jabodetabek dengan jangkauan rute mencapai 184,5 km. Keempat, penertiban kios – kios dan pedagang liar. Saat ini sudah tidak terdapat pedagang asongan yang berjualan di

⁵ Fredy Jhon Philip Sitorus, Ferdinand Fassa, and Fitriyah Nurhidayah, "Analisis Kesiapan Membayar Kereta Commuter Line Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Stasiun Cikarang," *Prosiding Semnastek*, 2018.

⁶ Nur Lutfiyana et al., "Analisa Transaksi Kartu Multi Trip Menggunakan Framework Cobit 5 Domain EDM (Evaluate, Direct And Monitor) Pada PT MRT Jakarta," *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak* 3, no. 1 (2021): 9–15.

⁷ Fredy Jhon Philip, Ferdinand Fassa, and Fitriyah Nurhidayah, "Kesiapan Membayar Pengguna Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Commuter Line," *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 5, no. 2 (2018): 179–90.

dalam kereta maupun di peron kereta. Kelima, penerapan sistem tiket elektronik (e-ticketing). Keenam, tersedianya gerbong khusus wanita di gerbong paling depan dan gerbong paling belakang kereta rel listrik.

Ditengah perubahan perubahan yang sangat signifikan dan juga kualitas pelayanan yang jauh sangat lebih baik dari sebelumnya yang ada di Kereta Commuter Line tidak terlepas juga dengan masalah masalah yang terjadi. Masalah masalah yang terjadi di kereta commuter line seperti ada nya penumpukan penumpang di stasiun atau didalam kereta, gangguan sinyal, kurangnya perawatan sarana dan prasarana, banyaknya kasus pelecehan seksual yang dominan dialami oleh perempuan, kurangnya sosialisasi terhadap perubahan pelayanan yang diberikan. Salah satu permasalahan yang menjadi sorotan publik yaitu pada marak nya kasus pelecehan seksual yang dialami oleh penumpang perempuan.

Seperti yang dikutip dari (<https://news.detik.com/berita/d-7312098/> Detik.com) "Jakarta Seorang wanita berinisial G melaporkan kasus pelecehan seksual yang dialaminya di KRL. G melaporkan pelecehan itu dilakukan seorang pria yang juga penumpang KRL. Peristiwa itu terjadi pada Kamis (25/4) sekitar pukul 09.00 WIB di KRL relasi Rangkasbitung-Tanah Abang. Dia mengatakan pelecehan terjadi saat KRL melaju dari Stasiun Pondok Ranji ke Stasiun Kebayoran. Dia mengatakan pelaku turun di Stasiun Palmerah pada pukul 09.11 WIB. Atas pelecehan yang dialaminya, korban lalu melapor di Stasiun Tanah Abang. Saat dikonfirmasi, G mengatakan dirinya dikabari pada pukul 19.15 WIB bahwa pelaku sudah ditangkap di Stasiun Tanah Abang. Kemudian korban dan pelaku dimediasi terkait kasus dugaan pelecehan tersebut. "Kemudian sekitar pukul 21.15 WIB saya dan terduga pelaku melakukan mediasi selama 1 jam lebih dengan didampingi oleh beberapa petugas keamanan dan petugas KCI Stasiun Tanah Abang," kata G kepada detikcom, Jumat (26/4/2024).

Permasalahan diatas adalah salah satu kasus dari banyaknya kasus pelecehan seksual pada perempuan di KRL karena dengan kondisi kereta yang penuh dan sesak membuat peluang bagi oknum pelaku untuk melakukan kejahatan tersebut. Untuk membangun kembali citra positif publik terhadap transportasi KRL ini pihak Kereta Commuter Indonesia melalui divisi nya External Relations & Corporate Image Care melakukan peningkatan dalam keamanan dan pengawasan. Dengan penambahan jumlah petugas keamanan, patroli rutin di dalam kereta terutama pada gerbong wanita. Perencanaan untuk memasang CCTV diseluruh gerbong kereta

untuk memudahkan pembuktian kepada penegak hukum, perbaikan perencanaan tata letak dan desain kereta dengan memperbanyak penerangan di dalam gerbong serta memperbanyak kursi dengan jarak yang cukup renggang.

Inisiatif yang dilakukan oleh divisi External Relations & Corporate Image Care dari PT KAI Commuter Indonesia (KCI) dalam kampanye anti pelecehan dan kekerasan seksual di transportasi publik, khususnya KRL Commuter Line, menunjukkan komitmen yang kuat dalam menjaga keamanan dan kenyamanan pengguna transportasi. Beberapa poin penting terkait dengan kampanye ini yaitu dengan edukasi dan sosialisasi, PT KCI melakukan talk show dan kegiatan edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pencegahan pelecehan seksual di transportasi publik. Hal ini meliputi pencegahan, tindakan yang harus dilakukan oleh korban, dan langkah-langkah yang sudah diambil oleh KAI Commuter dalam mencegah kejadian serupa, protokol pencegahan dan penanganan KAI Commuter telah mengembangkan protokol yang jelas dalam pencegahan dan penanganan tindak pelecehan seksual. Ini mencakup penggunaan CCTV Analytic untuk identifikasi pelaku, serta kemudahan bagi korban untuk melaporkan kejadian melalui media resmi KAI Commuter seperti sosial media dan call center, dukungan dan perlindungan bagi korban di PT KCI menjamin perlindungan hukum bagi korban pelecehan seksual yang melaporkan kejadian tersebut. Mereka siap mendampingi korban dalam proses hukum dan menyediakan dukungan penuh, melakukan kampanye publik melalui poster, stiker, dan petisi Anti Pelecehan dan Kekerasan Seksual, KAI Commuter mengajak pengguna untuk aktif berpartisipasi dalam pencegahan tindak kekerasan di transportasi publik. Kampanye ini bertujuan untuk membangun kesadaran kolektif dan mengubah perilaku masyarakat terhadap masalah ini.

Dengan demikian, PT KAI Commuter Indonesia menunjukkan komitmen yang kuat dalam menjaga keamanan dan kenyamanan pengguna KRL Commuter Line melalui berbagai inisiatif pencegahan dan responsif terhadap tindak pelecehan seksual. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memberikan perlindungan yang lebih baik bagi pengguna transportasi publik, serta memperbaiki citra dan kepercayaan terhadap layanan KRL Commuter Line secara keseluruhan. Selain itu, pihak perusahaan juga mengadakan program yang ditujukan kepada para pengguna Commuter Line sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya promosi perjalanan, kegiatan santunan yatim piatu, sumbangan idul adha, dan kegiatan edukasi cinta KRL yang dilakukan oleh divisi External Relation dan Corporate Image PT KCI. Public relations

memang memiliki peran krusial dalam membentuk dan memelihara hubungan yang positif antara organisasi dan masyarakat atau publiknya. Ini tidak hanya mencakup hubungan dengan konsumen atau klien potensial, tetapi juga dengan karyawan, pemegang saham, pemerintah, dan masyarakat umum. Public relations bertujuan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Ini berarti membangun kepercayaan, memahami kebutuhan dan keinginan publik, serta mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan dengan cara yang efektif, serta berfungsi sebagai jembatan atau penghubung antara perusahaan dengan berbagai stakeholder atau pihak yang berkepentingan, seperti pelanggan, media, komunitas, dan pemerintah. Ini membantu perusahaan dalam membangun reputasi yang kuat dan mendukung tujuan bisnisnya.

Peran public relations sangat penting dalam mempengaruhi citra perusahaan di mata publik. Melalui strategi komunikasi yang tepat, public relations dapat membantu menciptakan persepsi positif tentang perusahaan, produk, atau jasa yang ditawarkan. (Rizwanul Yakin Nasution, Fahmi Sulaiman, 2022). Citra perusahaan merupakan aset yang sangat berharga karena mencerminkan persepsi dan reputasi perusahaan di mata masyarakat atau publik eksternal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma postpositivisme yang menekankan pentingnya kedekatan peneliti dengan realitas yang diteliti. Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk memahami peran external public relations di PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) dalam meningkatkan citra perusahaan. Desain penelitian kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menganalisis fenomena sosial dari sudut pandang para informan yang terlibat langsung dalam peran eksternal PR.

Penelitian dilakukan di kantor pusat PT KCI dengan rentang waktu dari bulan April hingga Juni 2024. Peneliti menggunakan metode purposive sampling untuk memilih informan yang relevan, seperti Supervisor Media Relations PT KCI. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur, observasi tidak terstruktur, dan studi dokumen. Pengumpulan data ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai aktivitas external

PR PT KCI.

Pengolahan data dilakukan dengan mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Data yang relevan diidentifikasi dan dianalisis untuk menyusun temuan yang deskriptif. Peneliti kemudian menyajikan hasil penelitian dalam bentuk naratif untuk memberikan gambaran jelas mengenai peran external PR PT KCI dalam membangun citra perusahaan. Kesimpulan diambil berdasarkan bukti yang diperoleh secara langsung dari lapangan.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, di mana peneliti membandingkan data dari wawancara, dokumen, dan observasi. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengonfirmasi temuan dari berbagai sudut pandang dan memastikan bahwa hasil penelitian memberikan gambaran yang akurat dan komprehensif mengenai peran external PR PT KCI dalam upaya meningkatkan citra perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public Relations (PR) memiliki peran penting dalam memastikan komunikasi yang efektif antara perusahaan dan para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks PT Kereta Commuter Indonesia (KCI), yang mengelola operasional layanan kereta komuter di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya, PR menjadi penghubung penting antara perusahaan dan publik. Peran ini semakin krusial mengingat citra perusahaan tidak hanya dibentuk oleh layanan yang diberikan, tetapi juga melalui bagaimana perusahaan merespons dan berkomunikasi dengan masyarakat, media, pemerintah, dan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, PT KCI mengimplementasikan peran external relations melalui beberapa fungsi utama yang diharapkan dapat memperkuat corporate image perusahaan.

Peran PR sebagai Expert Preciber

Salah satu peran PR dalam PT KCI adalah sebagai expert prescriber atau ahli yang memberikan solusi atas berbagai tantangan komunikasi dan reputasi yang dihadapi oleh perusahaan. Sebagai expert preciber, PR memiliki tanggung jawab untuk menjembatani komunikasi internal dan eksternal dengan baik. Dalam wawancara dengan Hafidz Saputra, Supervisor Media Relations PT KCI, dijelaskan bahwa PR PT KCI berfungsi sebagai penghubung antara internal dan eksternal perusahaan, yang melibatkan manajemen komunikasi agar tercapai tujuan perusahaan.

Komunikasi Internal dan Eksternal

Dalam menjalankan fungsinya, PT KCI memastikan komunikasi internal dan eksternal dikelola dengan baik. Secara internal, PR bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi penting kepada karyawan sehingga mereka dapat memahami visi, misi, dan tujuan perusahaan. Hal ini bertujuan agar karyawan dapat terlibat secara aktif dalam upaya peningkatan kualitas layanan yang diberikan. Di sisi lain, secara eksternal, PR berperan dalam menyampaikan informasi mengenai layanan, kebijakan, dan pengembangan perusahaan kepada publik dan pemangku kepentingan lain, termasuk media dan pemerintah.

Peran PR juga melibatkan manajemen krisis, yaitu kemampuan untuk menangani situasi darurat seperti gangguan layanan, kecelakaan, atau isu keselamatan dengan cepat dan efektif. PR PT KCI memastikan bahwa dalam kondisi krisis, informasi yang diberikan kepada publik bersifat transparan dan menenangkan, sehingga dapat mengurangi potensi kepanikan di kalangan penumpang. PT KCI telah menyiapkan strategi tanggap darurat untuk menghadapi berbagai kemungkinan, yang dilakukan melalui komunikasi yang jelas dan terstruktur.

Transparansi dan akuntabilitas menjadi dua elemen kunci dalam membangun kepercayaan publik. PT KCI berupaya untuk selalu memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada publik, serta bertanggung jawab atas segala keluhan yang disampaikan oleh penumpang atau masyarakat. Dengan menjalankan transparansi ini, PT KCI berusaha membangun reputasi sebagai perusahaan yang tidak hanya berfokus pada operasional, tetapi juga memperhatikan suara dari masyarakat luas.

Peran PR sebagai Communication Facilitator

Sebagai communication facilitator, PR PT KCI berperan dalam menciptakan kesempatan bagi manajemen untuk mendengar dan merespons umpan balik dari publik. Salah satu caranya adalah melalui survei pelanggan yang dilakukan secara teratur. PR PT KCI memanfaatkan hasil survei tersebut untuk melakukan analisis terhadap kualitas layanan yang diberikan, sehingga dapat dilakukan perbaikan dan inovasi yang tepat. Dengan adanya survei ini, penumpang dapat memberikan masukan, kritik, dan saran yang dapat membantu PT KCI dalam menyempurnakan layanannya.

Survei kepuasan pelanggan menjadi salah satu instrumen penting yang digunakan oleh PR PT KCI untuk memahami sejauh mana layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan

publik. Hasil dari survei ini digunakan untuk menentukan area yang perlu ditingkatkan, baik dalam hal ketepatan waktu, kenyamanan, maupun fasilitas pendukung. Selain itu, feedback pelanggan juga menjadi dasar bagi PT KCI untuk merancang inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan pengalaman penumpang.

PR PT KCI juga bertanggung jawab atas program edukasi dan kampanye keselamatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran penumpang mengenai pentingnya menjaga keamanan dan kebersihan selama menggunakan layanan kereta. Kampanye ini dilakukan secara berkala melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Selain itu, PT KCI rutin mengadakan kegiatan seperti education field trip untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa mengenai operasional kereta komuter, yang sekaligus menjadi sarana edukasi bagi generasi muda.

Komunikasi yang efektif dengan publik menjadi salah satu prioritas utama PR PT KCI. Informasi mengenai jadwal kereta, perubahan rute, gangguan layanan, atau kebijakan baru disampaikan secara transparan dan tepat waktu melalui berbagai kanal komunikasi. Dengan pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi mobile dan media sosial, PT KCI berusaha untuk memastikan bahwa penumpang selalu mendapatkan informasi yang up-to-date.

PR PT KCI juga berperan dalam tanggung jawab sosial perusahaan dengan melibatkan diri dalam berbagai program kemasyarakatan dan mendukung pengembangan komunitas lokal. PT KCI berupaya membangun citra sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sosialnya dengan berkontribusi pada inisiatif-inisiatif sosial yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Peran PR sebagai Problem-solving Process Facilitator

Sebagai problem-solving process facilitator, PR PT KCI bekerja sama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menyelesaikan masalah secara rasional. Dalam perannya ini, PR berfungsi sebagai penghubung antara manajemen dan publik untuk memastikan bahwa setiap masalah yang muncul dapat diatasi dengan baik. Engagement dengan komunitas dan pemangku kepentingan menjadi salah satu strategi yang diterapkan oleh PR PT KCI untuk menciptakan hubungan yang harmonis.

PR PT KCI menjalin hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal dan pemerintah. Melalui program kemitraan dan kegiatan sosial, PT KCI berusaha untuk membangun goodwill dengan masyarakat setempat. Kegiatan-kegiatan ini

bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, serta memperkuat citra PT KCI sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.

Selain itu, PR PT KCI juga menyelenggarakan event dan aktivitas khusus seperti peluncuran layanan baru, seminar, dan kampanye keselamatan. Event-event ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan engagement dengan publik, tetapi juga untuk memperkuat brand awareness PT KCI sebagai penyedia layanan transportasi yang inovatif dan terpercaya.

Peran PR sebagai Communication Technician

Sebagai communication technician, PR PT KCI menyediakan layanan teknis komunikasi yang diperlukan oleh perusahaan. PR bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua kegiatan komunikasi berjalan sesuai dengan arahan manajemen. Salah satu tugas penting PR adalah menjaga hubungan yang baik dengan media massa dan memantau pemberitaan terkait PT KCI.

PR PT KCI membangun hubungan yang erat dengan media massa untuk memastikan bahwa informasi tentang perusahaan disampaikan secara tepat dan akurat. PR secara rutin menyusun dan mendistribusikan siaran pers, mengatur konferensi pers, dan menyediakan data yang dibutuhkan oleh jurnalis. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan media, PT KCI dapat memastikan bahwa pesan-pesan penting perusahaan tersampaikan dengan efektif kepada publik.

Peran lain PR adalah mengelola komunikasi digital melalui media sosial dan situs web perusahaan. PR PT KCI secara aktif mengelola akun media sosial perusahaan, seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, untuk berinteraksi dengan penumpang dan merespons keluhan dengan cepat. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk menyebarkan informasi terbaru mengenai operasional kereta, serta kampanye-kampanye yang relevan dengan kebutuhan penumpang.

PT KCI juga melakukan media monitoring secara berkala untuk memahami bagaimana perusahaan diberitakan di media dan bagaimana publik merespons layanan yang diberikan. Dengan memantau pemberitaan di media, PR PT KCI dapat mengidentifikasi potensi masalah dan meresponsnya dengan cepat sebelum berdampak negatif terhadap citra perusahaan.

Hambatan External Relations PT KCI

Meskipun PR PT KCI memiliki peran strategis dalam meningkatkan corporate image, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi dalam menjalankan peran tersebut. Hambatan-

hambatan ini berasal dari berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk masalah operasional, krisis komunikasi, serta tantangan teknologi dan regulasi pemerintah.

Salah satu hambatan utama adalah masalah operasional, seperti gangguan layanan dan kepadatan penumpang, terutama pada jam sibuk. Gangguan operasional dapat menyebabkan ketidakpuasan penumpang dan menurunkan citra perusahaan. Oleh karena itu, PR PT KCI harus mampu merespons dengan cepat setiap masalah operasional yang muncul dan memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada publik bersifat transparan dan akurat.

Ketika terjadi situasi krisis, seperti kecelakaan atau gangguan layanan besar, PR PT KCI harus mampu menjalankan komunikasi krisis dengan efektif. Kegagalan dalam menangani krisis dengan baik dapat berdampak negatif terhadap kepercayaan publik dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, PR PT KCI selalu menyiapkan

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini merangkum hasil analisis yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi dokumen mengenai "Peran Eksternal Relations PT KCI Dalam Upaya Meningkatkan Corporate Image." Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran External Relations PT KCI meliputi beberapa fungsi penting, yaitu exert preciber, communication facilitator, problem-solving facilitator, dan communication technician. Peran ini diwujudkan dalam bentuk hubungan yang baik dengan komunitas, konsumen, media massa, serta pemerintah, yang semuanya bertujuan untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan. Selain peran yang dijalankan, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan yang dihadapi External Relations PT KCI dalam meningkatkan corporate image. Hambatan tersebut berasal dari faktor internal dan eksternal, seperti masalah operasional, krisis komunikasi, persepsi publik yang kurang baik, tantangan dalam adopsi teknologi, serta dinamika kebijakan pemerintah dan isu sosial yang berkembang. Hambatan-hambatan ini menjadi tantangan yang harus diatasi oleh PT KCI agar dapat terus memperkuat citra perusahaan di mata publik. Dengan memahami peran dan hambatan ini, diharapkan PT KCI dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam memperbaiki dan mengoptimalkan peran External Relations dalam upaya meningkatkan corporate image.

REFERENSI

Azhari, Andi Vivi, and Rachma Fitriati. "Building A Penta Helix Collaboration Model On Mass Rapid Transit Jakarta." *Monas: Jurnal Inovasi Aparatur* 5, no. 2 (2023): 81–94.

- Fachrian, Fafa Afief, and Samsul Ode. "Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Kereta Commuter Indonesia Di Wilayah Jabodetabek." *JOURNAL OF GOVERNMENT (Kajian Manajemen Pemerintahan Dan Otonomi Daerah)* 4, no. 1 (2018): 1–21.
- Lourensia, Ferlita, and Yugih Setyanto. "Peran Public Relations Dalam Memulihkan Reputasi (Studi Kasus Manajemen Krisis PT Kereta Commuter Indonesia Pasca Perubahan Sistem E-Ticketing)." *Prologia* 2, no. 2 (2018): 327–33.
- Lutfiyana, Nur, Sugiyanti Sugiyanti, Tubagus Aria, and Handini Widyastuti. "Analisa Transaksi Kartu Multi Trip Menggunakan Framework Cobit 5 Domain EDM (Evaluate, Direct And Monitor) Pada PT MRT Jakarta." *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak* 3, no. 1 (2021): 9–15.
- Philip, Fredy Jhon, Ferdinand Fassa, and Fitriyah Nurhidayah. "Kesediaan Membayar Pengguna Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Commuter Line." *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 5, no. 2 (2018): 179–90.
- Putra, Agus Alisa, and Hanantatur Adeswastoto. "Transportasi Publik Dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan." *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)* 1, no. 1 (2018): 55–60.
- Raihanah, Zahra. "Pemanfaatan Layanan E-Ticketing Commuterline Dalam Pendisiplinan Perilaku Sosial Studi Kasus: Pengguna Krl Di Stasiun Depok Lama." Fisip UIN Jakarta, n.d.
- Sitorus, Fredy Jhon Philip, Ferdinand Fassa, and Fitriyah Nurhidayah. "Analisis Kesediaan Membayar Kereta Commuter Line Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Stasiun Cikarang." *Prosiding Semnastek*, 2018.
- Ulkhaq, M M, A K Widodo, N Izati, S Y Santoso, WHWM Sutrimo, and P Y Akshintia. "Assessing the Operations of Commuter Rail: A Case Study in KRL Commuter Line of Jakarta Metropolitan Area." In *MATEC Web of Conferences*, 272:1034. EDP Sciences, 2019.