

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profil PT Kereta Commuter Indonesia

“PT Kereta *Commuter* Indonesia”, melangsungkan bisnisnya sebagai “KAI *Commuter*”, adalah anak perusahaan “PT Kereta Api Indonesia (Persero)” yang bertanggung jawab untuk mengawasi transportasi kereta api di Indonesia. Dengan nama “PT KAI *Commuter* Jabodetabek”, “KAI *Commuter*” didirikan pada 15 September 2008 untuk menggantikan “Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek.” Perusahaan berkantor pusat di Stasiun Juanda.

Dibentuk oleh “PT Kereta Api (PTKA)”, “Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek” setelah keluar dari pengelolaan Daerah Operasi I Jakarta, yang meliputi wilayah Jakarta dan sekitarnya. Ini menandai permulaan industri kereta komuter Indonesia. Setelah pemisahan ini, Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek sepenuhnya bertanggung jawab atas layanan KRL di wilayah Jabotabek. Sementara itu, Daerah Operasi I Jakarta tetap bertanggung jawab atas layanan kereta api jarak jauh dan KA lokal yang beroperasi di wilayah Jabotabek.

“PT KAI *Commuter* Jabodetabek (KCJ)” didirikan pada tahun 2008. “Instruksi Presiden Nomor 5 Tahun 2008” dan “Surat Menneg BUMN pada 12 Agustus 2008” menentukan pembentukan ini untuk menggantikan “Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek”. Setelah didirikan pada 15 September 2008, perusahaan secara formal menjadi perseroan terbatas. Menteri Perhubungan Republik Indonesia memberikan izin usaha dan operasi kepada KCJ pada tahun

2009. Saat itu, tugas utama KCJ adalah menjalankan pelayanan transportasi kereta api komuter dengan menggunakan KRL untuk wilayah Jabodetabek serta mengembangkan bisnis lain yang tidak mengganggu penumpang.

“PT KAI *Commuter* Jabodetabek” berubah nama menjadi “PT Kereta Commuter Indonesia (KCI)” pada 20 September 2017. Nama perusahaan diubah dari kata "Jabodetabek" menjadi "Indonesia" sebagai akibat dari ekspansi wilayah kerjanya.

Setelah mengubah nama dagangnya menjadi KAI *Commuter* pada tahun 2020, layanan kereta api lokal dan komuter secara bertahap diambil alih oleh KCI dari induk perusahaan. Operasi kereta api “Prambanan Ekspres” dan “Lokal Merak” dimulai pada 1 Oktober 2020. Selain itu, selaras dengan transformasi nama “KAI *Commuter* Jabodetabek” menjadi “Kereta *Commuter* Indonesia pada 2017”, “KAI *Commuter* mendorong KCI” untuk berkembang ke luar wilayah Jabodetabek dengan mengambil alih pengelolaan “KA Lokal”. Pengambil alihan tersebut diumumkan dalam surat perizinan operasi yang dikeluarkan oleh “Kementerian Perhubungan” pada 3 Juni 2020.

Pada 1 April 2022, "KAI *Commuter*" mengambil alih operasi kereta api komuter dan lokal dari Daerah Operasi II Bandung dan Daerah Operasi VIII Surabaya. "Lin Lingkar" dinonaktifkan karena ada perubahan pada sistem persinyalan Stasiun Manggarai. Untuk "Lin Cikarang" dan "Lin Sentral", pada 28 Mei 2022, akan ada perubahan rute. Rute balon akan melalui Cikarang-Tanah Abang-Cikarang dan Cikarang-Kampung Bandan-Cikarang, dengan percabangan

ke Stasiun Nambo. Sentral, yang menghubungkan Bogor ke Jakarta Kota melalui jalur utama, Tangerang, Tanjung Priuk, dan Rangkasbitung, tidak berubah.

“PT Kereta *Commuter* Indonesia (KAI *Commuter*)”, anak perusahaan dari “PT Kereta Api Indonesia (Persero)”, membuat komitmen untuk menjalankan dan mememanajemen “Keterbukaan Informasi Publik” dengan maksimal sejak diberlakukannya “Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.”

Pembentukan “Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) PT Kereta *Commuter* Indonesia” sejak tahun 2020 adalah bukti komitmen tersebut. Hal ini diatur oleh “Surat Peraturan Direksi PT KCI Nomor 007/KCI/PER-DIR/X/2020 Tentang Organisasi Tata Laksana Direktorat Utama”, yang membahas tugas dan pengelolaan “Keterbukaan Informasi Publik” di lingkungan “PT KCI.”

“Manajer Hubungan Internal dan Multimedia” sebagai PPID Pusat mengelola “Keterbukaan Informasi Publik di PT KCI”, yang secara struktur berada di bawah komando “Wakil Sekretaris Perusahaan” dan di bawah komando Direktur Utama PT KCI.

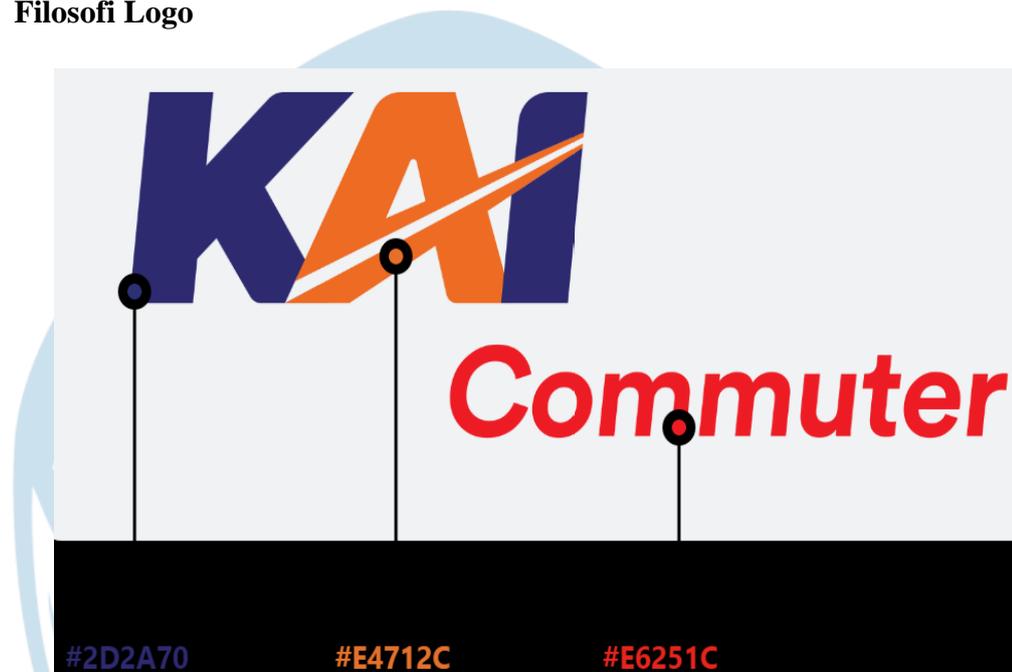
PT KCI mengoperasikan “Kereta Rel Listrik (KRL) *Commuterline*” dan KA Lokal di wilayah Jabodetabek-Cikarang-Banten, Wilayah 1 Rangkasbitung-Merak, Wilayah 2 Bandung, Wilayah 6 Yogyakarta, dan Wilayah 8 Surabaya untuk menyediakan layanan informasi publik.

B. Maksud dan Tujuan Perusahaan

Maksud dan tujuan maskapai adalah menjalankan usaha di bidang industri transportasi secara keseluruhan, khususnya industri perkeretaapian, dengan

memfasilitasi produk atau pelayanan yang bermutu tinggi dan berdaya saing tinggi. Hal ini termasuk angkutan penumpang kereta api serta bisnis non-penumpang yang menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas.

C. Filosofi Logo



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

KAI diharapkan dapat berkembang menjadi solusi transportasi ekosistem terbaik yang terintegrasi, terpercaya, dan bersinergi, berdasarkan bentuk rel kereta api yang digambarkan dengan garis yang menyambung ke atas pada huruf A. Pada akhirnya, hal itu akan memungkinkan konektivitas antara Indonesia dan Merauke.

Kepribadian KAI digambarkan agresif, transparan, dan dapat dipercaya, dengan *font* miring energik dan transformasi huruf A. Berkeinginan untuk memperlihatkan relasi antara KAI dan semua pejabat kepentingan dengan manifestasi yang jelas, tetapi berdasarkan warna huruf yang berbeda bekerja sama dengan baik. Biru tua melambangkan kestabilan, pengalaman, keyakinan, dan

percaya diri, menyatu dengan oranye yang merepresentasi antusiasme, daya kreasi, kemauan, keberhasilan, dan kedamaian.

Makna *Commuter*:

Sebuah perusahaan yang memiliki misi untuk memfasilitasi layanan angkutan kereta api komuter dan selalu mengutamakan keamanan, ketenangan, efisiensi waktu, dan proteksi lingkungan, merepresentasi ketangguhan dan vitalitasnya.

D. Visi dan Misi

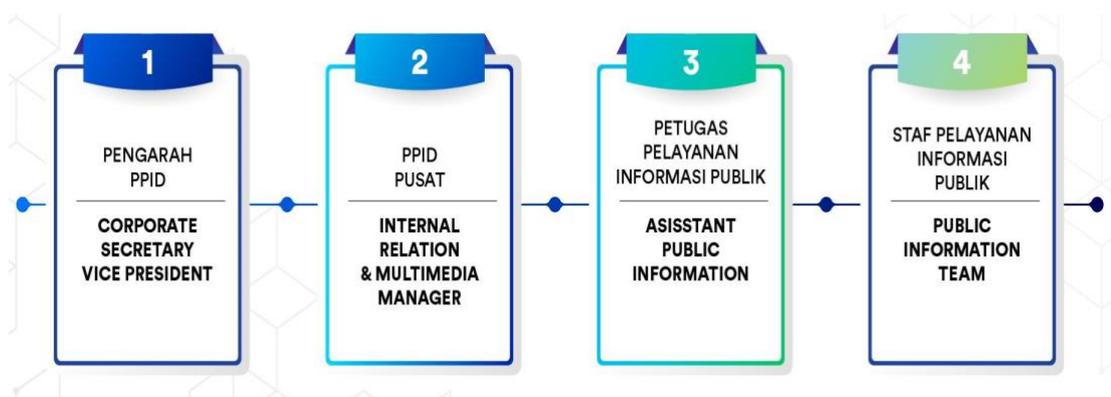
Visi:

“Menjadi solusi ekosistem transportasi urban terbaik di Indonesia”

Misi:

- a. “Menyediakan transportasi urban yang mengutamakan keselamatan, keamanan dan efisiensi dengan berbasis digital serta berwawasan lingkungan.”
- b. “Mengembangkan solusi transportasi urban yang terintegrasi melalui investasi sumber daya manusia, teknologi, dan operasi serta pemeliharaan.”
- c. “Memajukan dan menginisiasi pengembangan transportasi urban untuk Indonesia melalui kolaborasi dengan pemangku kepentingan.”
- d. “Mengembangkan *human capital* yang mempunyai kompetensi, daya saing unggul, dan dapat menyesuaikan terhadap perubahan.”

E. Struktur KIP KAI Commuter



Gambar 2. 2 Struktur KIP KAI Commuter

F. Tugas, Fungsi Dan Wewenang

Tugas:

“Merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi pelaksanaan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan PT Kereta *Commuter* Indonesia.”

Fungsi:

1. “Mengatur pengumpulan dan dokumentasi informasi publik dari semua unit kerja perusahaan. Hal ini termasuk informasi yang harus disediakan dan diumumkan secara berkala, informasi yang harus tersedia setiap saat, dan informasi lainnya yang diminta oleh pemohon informasi publik.”
2. “Mengkoordinasikan pendataan informasi publik yang dilakukan oleh unit kerja perusahaan untuk membuat dan memperbaharui Daftar Informasi Publik.”
3. “Menyediakan dan mengumumkan informasi publik melalui platform yang dapat menjangkau semua pemangku kepentingan.”

4. “Mengatur penyediaan dan layanan informasi publik di unit pelayanan informasi untuk memenuhi permohonan informasi publik.”
5. “Melakukan pemeriksaan tentang akibat yang timbul sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik sebelum memutuskan bahwa informasi publik tertentu akan dilarang.”
6. “Jika permohonan informasi publik ditolak, tuliskan alasan tertulis yang jelas dan tegas untuk menolaknya, dan hitamkan atau mengaburkan informasi yang ditolak.”
7. “Meningkatkan kapasitas pejabat fungsional dan/atau petugas informasi untuk meningkatkan layanan informasi publik.”
8. “Mengatur dan memastikan bahwa pengajuan keberatan diproses sesuai dengan prosedur penyelesaian keberatan dalam kasus permohonan informasi publik yang ditolak.”
9. “Membuat laporan tentang layanan informasi publik dan menyerahkannya kepada Komisi Informasi.”

Wewenang:

1. “Mengatur setiap unit kerja dan unit pelayanan informasi untuk melaksanakan layanan informasi publik.”
2. “Menentukan apakah informasi publik dapat diakses oleh publik berdasarkan pengujian akibatnya.”
3. “Menolak permohonan informasi publik apabila permohonannya mencakup informasi yang dilarang.”

4. “Mengatur unit dan bagian yang relevan untuk penyelesaian sengketa informasi publik.”

G. Maklumat Pelayanan Informasi Publik

Setiap orang berhak atas informasi publik. PT Kereta *Commuter* Indonesia, sebagai penyedia angkutan kereta komuter, berusaha memberikan informasi publik dengan sebaik mungkin sesuai dengan peraturan yang berlaku:

1. Memberikan informasi publik yang selaras dengan “Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.”
2. Mewujudkan transparansi informasi publik yang rasional dan bertanggung jawab.
3. Memberi pelayanan data yang akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
4. Menyediakan petugas informasi yang berpengetahuan dan profesional.
5. Terus mengawasi, menilai, dan meningkatkan kinerja.

H. Key Informan

Penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk menciptakan generalisasi dari hasilnya. Oleh karena itu, populasi dan sampel tidak diketahui dalam penelitian kualitatif (Suyanto, 2005). Selama mekanisme penelitian berlangsung, subjek penelitian akan berperan sebagai narasumber dan menyampaikan beragam keterangan yang diperlukan. Informasi didefinisikan sebagai seseorang yang benar-benar mengetahui persoalan atau masalah tertentu dan berupaya memperolehnya dalam susunan yang pasti, tepat dan dapat dipercaya, baik berupa penjelasan,

pernyataan atau data, yang dapat menunjang untuk menginterpretasikan persoalan atau problem tersebut. .

Whistleblower dalam penelitian ini adalah pihak atau orang yang memiliki wawasan, keahlian dan keterangan tentang humas “PT Kereta *Commuter* Indonesia” terkait pemanfaatan media sosial untuk mempertahankan citra perusahaan di masa pandemi COVID-19. Keterangan ini diperoleh dari wawancara di mana narasumber dapat mendeskripsikan bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk menjaga citra perusahaan mereka selama pandemi COVID-19. Beberapa contoh dari penggunaan media sosial untuk mempertahankan citra perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Tabel Profil Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Jabatan
1	Wiwiek Widayanti	Perempuan	48	Manajer
2	Hadli	Laki-laki	37	PR
3	Pengguna jasa KRL	Laki-laki	29	Penumpang