

## **BAB II**

### **PROFIL OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero)**

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di Desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju Desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamirkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah [Badan Usaha Milik Negara Indonesia](#) yang menyelenggarakan jasa angkutan [kereta api](#). Layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi angkutan penumpang, barang dan perusahaan aset. PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengoperasikan kereta api di wilayah Provinsi [Aceh](#), [Sumatera Utara](#), [Sumatera Barat](#), [Sumatera Selatan](#), dan [Lampung](#) serta semua provinsi di Pulau [Jawa](#). Panjang keseluruhan jalur kereta api di Indonesia adalah 7.777.40 [kilometer](#).

Kereta api di Indonesia, merupakan sarana transportasi umum yang cukup tua, didirikan tahun 1864 oleh pemerintah Belanda, NV Nederlandsch Indische Spoorweg Mastshappij (NIS), sehingga kereta api sudah sangat akrab dengan kehidupan masyarakat dari berbagai lapisan manapun karena memiliki keunggulan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah salah satu transportasi andalan masyarakat Indonesia, karena aksesnya yang mudah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki 9 Daerah Operasi (Daop) di Pulau Jawa yaitu: Daop 1 Jakarta, Daop 2 Bandung, Daop 3 Cirebon, Daop 4 Semarang, Daop 5 Purwokerto, Daop 6 Yogyakarta, Daop 7 Madiun, Daop 8 Surabaya dan Daop 9 Jember. Kemudian di Pulau Sumatera disebut dengan Divisi Regional (Divre) meliputi: Divre [1 Aceh dan Sumatera Utara](#) , Divre 2 Sumatera Barat, Divre 3 Palembang, dan Divre 4 Tanjungkarang. Dan berkantor pusat di

Bandung yang beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No.1 Bandung, Jawa Barat.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah mendapatkan banyak penghargaan nasional maupun internasional. Di internasional salah satunya adalah *Red Hat Innovation Awards Asia Pasific 2016* oleh *Red Hat Forum*. Kemudian di kancah nasional PT Kereta Api Indonesia (Persero) mendapatkan Juara 2 kategori BUMN sebagai *Media Exposure* Terbanyak Tahun 2015 oleh *The 1st PR INDONESIA Media Relations Awards & Summit (PRIMAS) 2016* dan Juara 3 Unit Kearsipan terbaik Nasional Tahun 2016 kategori BUMN oleh ANRI Awards 2016.

Visi PT Kereta Api Indonesia (Persero):

“Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang focus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan stakeholders”

Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero):

“Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama: keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan, dan kenyamanan”

**Gambar 2.1**  
**Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)**



Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Arti dari logo PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah:

- Bentuk

Garis melengkung : Melambangkan gerakan yang dinamis PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mencapai Visi dan Misinya.

Anak Panah : Melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mewujudkan Pelayanan Prima.

- Warna

Orange : Melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.

Biru : Melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke *stakeholders*. Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.

## Gambar 2.2

### Budaya Perusahaan



Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Gambar diatas adalah Budaya Perusahaan yang ditanamkan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang artinya:

#### 1. Integritas

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

#### 2. Profesional

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

### 3. Keselamatan

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

### 4. Inovasi

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

### 5. Pelayanan Prima

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok: *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggung jawab).

## **A. Profil Tabloid Kontak**

Dalam perjalanannya, *public relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) memanfaatkan salah satu bentuk media internal berupa tabloid untuk meningkatkan komunikasi di antara karyawan dan memenuhi kebutuhan informasi mereka. Tabloid Kontak lahir di latar belakang sebagai saluran penyampaian informasi mengenai kebijakan, kegiatan atau program kerja yang akan, sedang dan telah dilakukan, sehingga kalangan publik internal dapat mengetahuinya. Tabloid Kontak adalah sebagai salah satu bentuk pencitraan PT Kereta Api Indonesia (Persero) di mata publik internalnya. PT Kereta Api Indonesia (Persero) tersebar di Pulau Jawa dan Pulau Sumatera yang cakupannya sangat luas sehingga untuk memberitahukan perkembangan serta kebijakan organisasi dari pusat, maka dibutuhkan sebuah media yang berperan sebagai sarana komunikasi dari pusat kepada daerah operasi dan divisi regional.

Tabloid Kontak sebagai media internal PT Kereta Api Indonesia (Persero) berfungsi sesuai dengan fungsi komunikasi yaitu sebagai media informasi dan sosialisasi mengenai kebijakan dan program perusahaan, sebagai media edukasi untuk mensosialisasikan budaya perusahaan bagi seluruh karyawan, sebagai media hiburan atau penyegaran bagi publik internal PT Kereta Api Indonesia (Persero), dan terakhir sebagai media persuasi agar karyawan dari berbagai unit memiliki integritas dan semangat untuk membangun dan memajukan perusahaan. Tabloid Kontak terbit dari tahun 1972 ini mendapatkan penghargaan pada tahun

2014 pada ajang BUMN Media Internal Award. Penghargaan emas untuk Edisi No. 8 Bulan Agustus 2013 dan penghargaan perak untuk Edisi No. 6 Bulan Juni 2013 dalam kategori Substansi, Bahasa, dan Sistematika Terbaik.

Tabloid Kontak adalah kepanjangan dari Komunikasi Antar Karyawan. Tetapi ada versi lain yaitu pada pegawai yang berada di lapangan menggunakan *handy talkie* untuk berkomunikasi. Dan kode untuk memulai pembicaraan adalah “kontak, kontak”. Hal ini dapat diartikan bahwa Kontak merupakan media penghubung antara pegawai. Media internal yang terbit satu bulan sekali ini mempunyai 27 rubrik. Dalam Tabloid Kontak terdapat rubrik tetap dan rubrik tidak tetap. Rubrik tidak tetap tergantung situasi untuk diterbitkan. Tabloid Kontak terbit satu bulan sekali. Pada Tahun 2016, Tabloid Kontak mempunyai 28 halaman. Berikut adalah rubrik yang ada pada Tabloid Kontak Tahun 2016.

**Tabel 2.1**  
**Daftar Rubrik Tabloid Kontak Tahun 2016**

No.	Nama Rubrik	Keterangan
1.	Cover	Foto yang mewakili dan menceritakan tema/topik utama yang diangkat
2.	Boarding	<i>Feature</i> atau artikel khas redaksi menyangkut ulasan terhadap topik utama dalam Laporan KA (laporan utama tiap bulannya). Tulisan seperti



		Tajuk Rencana atau Editorial di koran umum (pandangan Redaktur)
3.	Dari Redaksi	Berisikan salam dari redaksi dan ulasan singkat mengenai isi-isi rubrik yang menarik untuk diketahui pembaca
4.	Laporan KA	Reportase atau laporan mendalam menyangkut tema yang telah ditetapkan dan isu-isu terhangat di perusahaan yang bernilai berita pada periode penerbitan
5.	Sinyal Utama	<i>Feature</i> yang membahas satu hal yang sifatnya unik/menarik yang masih berkaitan dengan tema/topik dalam Laporan KA
6.	Sosok	<i>Feature</i> mengenai profil seorang pegawai sebagai pengambil kebijakan pada unit kerjanya yang dipandang layak untuk diekspos sesuai dengan tema/topik yang diangkat. Tulisan juga berisikan pengalaman, prestasi kerja dan cerita personal/keluarga
7.	Kontak Klasik	Artikel atau <i>feature</i> kilas balik yang mengangkat

		berita dan konten publikasi di Tabloid Kontak edisi lama, dimulai dari edisi tahun 1972 untuk mengajak pembaca masa kini dapat mengetahui fenomena yang terjadi pada masa lampau
8.	Tips & Trik	Berisikan berbagai kiat, tips dan trik yang sangat bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari dan mendukung produktivitas kerja
9.	Kelas Si Loko	Artikel bebas berisikan pengetahuan dan informasi unik/menarik seputar perkeretaapian baik di Indonesia maupun luar negeri dan tidak terikat dengan tema/topik yang diangkat
10.	Kesehatan dan Kontak UK	Artikel mengenai dunia kesehatan dan berisikan tips sehat yang dapat mendukung produktivitas kerja. Dilengkapi dengan Contact Person dari Unit Kesehatan yang ada di Daop dan Divre PT Kereta Api Indonesia (Persero)
11.	Kontakwa	Artikel menyangkut pembinaan keagamaan atau religious
12.	Berita Duka	Informasi berita duka mengenai pegawai PT

		Kereta Api Indonesia (Persero) yang meninggal dunia
13.	Lentera	<i>Feature</i> atau artikel tentang psikologi, motivasi dan inspirasi kehidupan yang diasuh oleh psikolog ataupun motivator
14.	Heritage	Reportase mengenai kegiatan yang bersangkutan dengan pelestarian cagar budaya dan sejarah yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero)
15.	CSR	Reportase mengenai kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Kereta Api Indonesia (Persero)
16.	Subsidiaries	Reportase yang membahas mengenai perkembangan dan kinerja terbaru dari anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia
17.	Keretasiana	Artikel mengenai perkembangan yang terjadi dalam dunia perkeretaapian. Tidak terikat pada tema bulanan. Tulisan bisa dibuat oleh redaksi atau berasal dari pegawai PT Kereta Api

		Indonesia/praktisi yang kredibel
18.	Seputar SPKA	Berita seputar kegiatan terkait serikat pekerja kereta api (SPKA) baik pusat maupun daerah
19.	SDM & IT	Artikel mengenai penggunaan dan perkembangan informasi teknologi dan SDM di PT Kereta Api Indonesia (Persero). Tiap edisi membahas salah satunya secara bergantian
20.	Rambu	Artikel yang membahas regulasi dan aturan baru dalam sistem perkeretaapian maupun kebijakan yang berlaku di PT Kereta Api Indonesia (Persero)
21.	Lintas Berita	Berita mengenai berbagai kegiatan atau aktivitas penting di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero), mencakup Kantor Pusat, Daop dan Divre
22.	Album	Foto dinamika PT Kereta Api Indonesia (Persero) baik pusat maupun daerah, khususnya kegiatan penting dan dilengkapi keterangan caption yang berunsur 5W+1H

23.	Asah Otak	Kuis berhadiah berupa teka-teki, tebak gambar, acak kata, dan permainan lainnya yang diprioritaskan berkaitan dengan kereta api
24.	Crew	<i>Feature</i> berisikan profil pegawai yang memiliki prestasi dan pengalaman unik selama bekerja di PT Kereta Api Indonesia (Persero). Bisa juga mengangkat profil anggota komunitas pecinta kereta api, khususnya yang memberikan kontribusi langsung terhadap pelayanan kereta api
25.	Reservasi,	<i>Feature</i> mengenai profil <i>public figure</i> /pejabat pemerintahan yang memiliki pengalaman unik/menarik berkaitan dengan kereta api di Indonesia
26.	Jeprat-jepret	Berisi kumpulan foto dengan caption yang dikirimkan oleh pembaca/pihak internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
27.	Info Kita	Iklan sosialisasi yang berisikan informasi menyangkut pelayanan maupun produk baru dari

		PT Kereta Api Indonesia (Persero)
--	--	-----------------------------------

Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Tabloid Kontak dicetak 7500 eksemplar setiap bulannya. Tabloid Kontak disebarakan ke seluruh pegawai PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kantor-kantor cabang seluruh Indonesia yaitu: Daerah Operasi 1-6, Divisi Regional 1-3, Balai Yasa, Balai Pelatihan Teknis Traksi, dan anak-anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero). Dalam perkembangannya, pembaca Tabloid Kontak tidak hanya pegawai PT KAI maupun anak perusahaan, tapi juga *stakeholder* yang berhubungan dengan proses kerja dan bisnis PT KAI seperti Kementerian Perhubungan khususnya Direktorat Jendral Perkeretaapian dan mitra kerja PT KAI lainnya. Hal ini bertujuan agar setiap pihak yang terkait dengan proses kerja dan bisnis PT KAI dapat mengetahui perkembangan terbaru perseroan. Selain dalam bentuk fisik, Tabloid Kontak juga diterbitkan dalam versi elektronik. Hal ini dapat memudahkan bagi pegawai yang bekerja di lapangan ataupun yang ingin membaca Tabloid Kontak di rumah.