

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Sekarang ini banyak masyarakat yang lebih memilih transportasi publik untuk melakukan perjalanan baik dekat ataupun jauh. Namun transportasi publik tak menjamin keamanan dan kenyamanan para penggunanya. Hal yang tak diinginkan bisa saja terjadi ketika di perjalanan, salah satunya adalah pelecehan seksual. Pelecehan seksual adalah salah satu tindak pidana kejahatan asusila yang banyak terjadi di transportasi publik. Banyak penumpang wanita mulai dari siswi hingga pegawai perempuan menjadi sasaran empuk pelaku pelecehan seksual. Biasanya pelaku melakukan aksinya ketika transportasi dalam keadaan penuh dan berdesak-desakan. Kereta api menjadi salah satu moda transportasi publik pilihan masyarakat untuk melakukan perjalanan jarak jauh ataupun dekat. Selain itu, kereta api juga menjadi salah satu tempat yang dinilai banyak terjadi pelecehan seksual.

Baru – baru ini viral pelecehan seksual yang dialami seorang penumpang perempuan selama 2 hari berturut-turut. Pada tanggal 24 Oktober 2022 korban sedang menaiki KRL rute Bekasi-Kampung Bandan dengan situasi kereta yang padat penumpang. Pelecehan ini dilakukan oleh seorang laki-laki Warga Negara Sudan dengan mendorong alat vitalnya ke bagian sensitif korban hingga rok korban basah. Kemudian di tanggal 25 Oktober 2022 korban yang sama mengalami pelecehan kembali di KRL oleh penumpang pria yang menyentuh dan meremas bokongnya dari belakang. Korban akhirnya memberanikan diri untuk protes dan merekam pelaku. Dalam rekamannya, pelaku membantah telah melakukan aksi pelecehan. Satpam yang

ada di stasiun dan wanita lain dengan sigap membantu korban yang turun dari kereta dalam keadaan lemas dan bergetar.¹

Korban juga langsung menceritakan kejadian tersebut di akun twitter miliknya yaitu @kochengable dengan *re-tweet* sebanyak 23 ribu dan disukai oleh 80 ribu akun. Tak lama kemudian akun twitter @KAI Commuter langsung merespon dan meminta maaf atas kejadian tersebut.



Gambar 1. 1
Isi Tweet korban pelecehan seksual di KRL dan respon dari KAI Commuter
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

¹ Nadya Quamila, 'Viral Di Medsos, Ini Kronologi Penumpang Perempuan Jadi Korban Pelecehan Seksual Di KRL Jabodetabek', *Beautynesia*, 2022 <<https://www.beautynesia.id/life/viral-di-medsos-ini-kronologi-penumpang-perempuan-jadi-korban-pelecehan-seksual-di-krl-jabodetabek/b-264636>>.

Berita mengenai pelecehan seksual di KRL sudah viral di media *online*. Hal ini disebabkan karena @kochengable sudah mem-*posting* berita negatif di akun twitter miliknya dan sudah dibagikan oleh masyarakat luas yang membacanya. Media massa (pers) pun beramai-ramai memberitakan kejadian tersebut. Dari *tweet* korban maupun respon KAI Commuter tersebut mendapat perhatian publik yang cukup banyak. Dalam *tweet* tersebut banyak dari masyarakat yang me-*retweet* menceritakan hal serupa yang terjadi di KRL. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kasus pelecehan seksual di kereta ini menjadi perhatian khusus bagi para pengguna kereta dan bagi perusahaan-perusahaan moda transportasi, bahwa masih banyak masyarakat terutama kaum wanita masih mendapatkan perlakuan tidak senonoh di KRL.

KRL adalah kereta milik PT Kereta Commuter Indonesia dengan induk perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia yang selanjutnya akan disebut dengan PT KAI merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang logistik yaitu jasa angkutan untuk penumpang dan barang (transportasi kereta api). PT KAI yang merupakan perusahaan pengelola transportasi kereta api yang turut berupaya untuk menyediakan transportasi yang aman, nyaman dan efisien bagi penumpang kereta api. PT. KAI memiliki visi dan misi untuk menjadi salah satu perusahaan penyedia jasa perkeretaapian yang memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

Di dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian, dijelaskan bahwa kereta api sebagai alat transportasi nasional memiliki asas-asas tersendiri yang diterapkan serta memiliki tujuan untuk memperlancar perpindahan orang dan/atau barang secara massal dengan selamat, aman, nyaman, cepat dan lancar, tepat, tertib dan teratur, efisien, serta menunjang pemerataan, pertumbuhan, stabilitas, pendorong, dan penggerak pembangunan nasional.²

² Fellycia Lauwtania, 'Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Perkeretaapian Terkait Dengan Pelecehan Seksual Yang Terjadi Di Atas Kereta Api Dikaji Oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Sebagai perusahaan transportasi publik yang jasanya dipakai konsumen, seperti yang tertulis pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 ayat (a). yang mengatur tentang hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen maka sudah selayaknya bahwa hak ini harus dilindungi oleh pelaku usaha.³ PT KAI sebagai pelaku usaha harus mengutamakan keamanan dan kenyamanan yang bisa didapatkan para penggunanya ketika berada di stasiun dan peron kereta. Dimana peron dan stasiun adalah fasilitas yang sering digunakan oleh para pelanggan. Namun pada kenyataannya hingga saat ini keamanan dan kenyamanan itu masih belum terlalu diperhatikan dan bahkan tidak didapatkan ketika menggunakan kereta api, khususnya di KRL. Terbukti dengan beberapa kasus pelecehan seksual yang banyak terjadi di kereta dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 1
Data Kasus Pelecehan Seksual di KRL Yang Terlapor dan Tidak Terlapor

Tahun	Yang Tidak Dilaporkan	Yang Dilaporkan	Jumlah Kasus
2017	25	0	25
2018	14	20	34
2019	0	34	34
2020	0	7	7
2021	0	1	1
2022	0	10	10

Sumber : PT KCI (Kereta Commuter Indonesia)

Dari data tabel diatas maka dapat kita ketahui tidak semua orang (korban) mampu melaporkan kejadian ini dengan mudahnya. Kasus yang tidak dilaporkan biasanya banyak disebabkan karena korban yang takut diancam oleh para pelaku ataupun tidak adanya dukungan orang terdekat dan dimana korban sering disudutkan. Ketidakberanian untuk melaporkan kejadian tersebut dapat dipicu karena kurangnya

Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia)', *Binamulia Hukum*, 10.1 (2021), 69–78 <<https://doi.org/10.37893/jbh.v10i1.242>>.

³ Lauwtania.

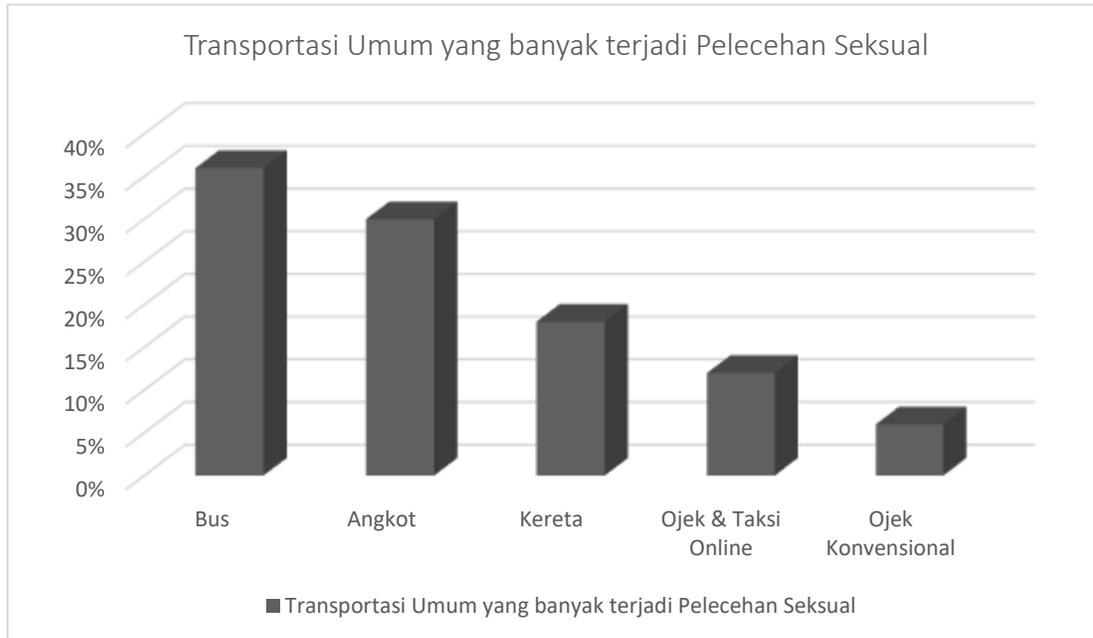
mendapat sosialisasi tentang pelecehan seksual. Padahal pelecehan seksual merupakan tindak pidana kejahatan asusila yang memiliki payung hukum untuk memberikan perlindungan bagi korban dan menghukum para pelaku pelecehan seksual tersebut.

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2022 yang baru disahkan tahun 2022 ini adalah instrumen hukum mengenai Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS). Kekerasan seksual merupakan perbuatan seksual secara fisik atau non fisik pelanggaran hak asasi manusia, kejahatan terhadap martabat kemanusiaan, serta bentuk diskriminasi yang harus dihapuskan.⁴ Sehingga siapapun yang mengalaminya atau melihat hal tersebut wajib melapor kepada pihak berwajib dan korban memiliki hak untuk mendapat perlindungan.

Pada tahun 2020, Komisi Nasional Perempuan (Komnas Perempuan) mencatat bahwa terdapat 299.911 kasus kekerasan terhadap wanita di Indonesia dan kebanyakan terjadi di transportasi publik, dapat dilihat pada data grafik berikut:⁵

⁴ Eko Nurisman, 'Risalah Tantangan Penegakan Hukum Tindak Pidana Kekerasan Seksual Pasca Lahirnya Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2022', *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4.2 (2022), 170–96 <<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jphi/article/view/13859>>.

⁵ Cindy Kang, 'Urgensi Pengesahan RUU PKS Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Korban Revenge Porn', *Jurnal Yustika: Media Hukum Dan Keadilan*, 24.01 (2021), 49–62 <<https://doi.org/10.24123/yustika.v24i01.4601>>.



Grafik 1. 1

Transportasi Publik yang banyak terjadi Pelecehan Seksual

Sumber: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-49014401> (di akses 19/12/22 jam 13.03 WIB)

Dari data diatas menurut Survei Koalisi Ruang Publik Aman (KRPA) pada 2019 menyebut 46,8 persen dari 62.224 responden mengaku pernah mengalami pelecehan seksual di transportasi umum. Menurut Neqy, perwakilan KRPA sekaligus anggota Koalisi Masyarakat Sipil Anti-Kekerasan Seksual (KOMPAKS), transportasi umum menjadi lokasi kedua tertinggi yang menjadi tempat terjadinya pelecehan seksual. Sementara transportasi umum yang paling sering terjadi pelecehan seksual adalah bus, angkot dan terakhir kereta atau KRL.⁶

Hal ini dapat memicu berkembangnya isu negatif di tengah masyarakat. Dalam menangani isu-isu yang terjadi, setiap perusahaan tentu memiliki humas untuk menjalankan fungsi dan perannya dalam memanajemen isu tersebut, termasuk isu mengenai pelecehan seksual yang terjadi di transportasi publik KRL. *Public Relations* merupakan divisi yang dinilai cocok untuk menjembatani antara perusahaan dengan

⁶ IDN Times, 'Waspada! 42 Kasus Pelecehan Seksual Di KRL Terjadi Selama 2019-2021', *Idntimes.Com*, 2021 <<https://www.idntimes.com/news/indonesia/yogama-wisnu/waspada-42-kasus-pelecehan-seksual-di-krl-terjadi-selama-2019?page=all>>.

publiknya. Seorang praktisi *Public Relations* harus memiliki kemampuan manajerial yang baik, berperan dalam mengelola opini, mengelola isu, kemampuan mengelola krisis dan manajemen reputasi.⁷ Perusahaan membutuhkan pengelolaan manajemen isu yang disusun oleh humasnya dengan baik agar ancaman masalah tersebut tidak menjadi krisis dan dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk berkembang. *Public Relations* bertanggungjawab dalam mengelola isu-isu yang terkait perusahaannya, salah satunya *Public Relations* PT KAI Kantor Pusat yang mencoba mengelola isu pelecehan seksual di KRL.

Dalam melakukan pengelolaan manajemen isu terkait pelecehan seksual yang terjadi di kereta, tentunya *Public Relations* PT KAI juga membuat segala strategi agar isu tersebut meredam di masyarakat. Dalam pra observasi yang dilakukan peneliti, menurut *Public Relations External* PT KAI Kantor Pusat salah satu strategi yang dilakukan untuk menangani isu pemberitaan negatif di media massa yang berkembang di masyarakat adalah dengan rutin menciptakan *media plan* atau *agenda setting* pemberitaan di media massa. Selain itu juga untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat adalah dengan rutin mengedukasi masyarakat dengan melakukan sosialisasi dan kampanye lawan pelecehan seksual di transportasi publik yang disampaikan melalui siaran pers.

Agenda setting pemberitaan rutin dilakukan *public relations* PT KAI dengan berbagai pertimbangan. Dimulai dari menyeleksi masalah/isu yang tengah ramai di masyarakat, menentukan isu-isu pokok dan bagaimana isu-isu tersebut dipandang. Kemudian dimulailah penyusunan strategi manajemen isu hingga mengevaluasi apakah proses manajemen isu yang dilakukan sudah efektif. Dalam hal ini humas PT KAI juga mengeluarkan sebuah pemberitaan yang menjadi *media plan* terkait *statement* untuk para pelaku pelecehan seksual dan kampanye lawan pelecehan seksual

⁷ Yeni Usman, 'Peran Public Relations Dalam Manajemen Isu Dan Komunikasi Krisis', *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5.0 (2014), 104–31
<<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/690>>.

di transportasi publik. Kampanye merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang digunakan Humas PT KAI untuk meredam isu yang berkembang sekaligus memberikan dampak nyata dengan mengedukasi masyarakat.

Tujuan adanya *agenda setting* pemberitaan dan kampanye adalah sebagai bentuk nyata kegiatan humas dalam meminimalisir isu yang tengah berkembang di masyarakat khususnya pemberitaan negatif di media massa. Serta mencoba mengembalikan kepercayaan publik terhadap keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan jasa transportasi publik. Selain itu juga untuk menjaga reputasi perusahaan agar tetap baik dan positif dengan strategi manajemen isu yang dilakukan.

Dalam menjalankan strategi manajemen isu tersebut seorang *public relations* membutuhkan media yang dapat dimanfaatkannya untuk menyampaikan strategi komunikasinya kepada publik. *Media relations* adalah salah satu bentuk media bagi praktisi *public relations* untuk menjembatani perusahaan dengan publik. Berhubungan baik dengan media akan mamaksimalkan publikasi perusahaan dihadapan publik apalagi terkait isu negatif. Salah satu media relations yang bisa dipakai adalah siaran pers, publikasi di media sosial dan website perusahaan, dan lain-lain.

Strategi manajemen isu yang dilakukan *public relations* PT KAI ini merupakan suatu hal yang unik dan hanya dilakukan perusahaan-perusahaan milik BUMN. PT KAI sendiri menjadi satu-satunya perusahaan transportasi publik (darat) milik BUMN yang menggunakan *media plan* untuk penanganan isunya. Karena perusahaan transportasi publik (darat) lain yang bukan BUMN, tidak menggunakan strategi manajemen isu ini dalam menangani segala isu terkait perusahaannya. *Media plan* atau *agenda setting* ini adalah salah satu strategi *public relations* yang hanya rutin dilakukan oleh perusahaan-perusahaan BUMN untuk *me-monitoring* dan menangani berbagai macam opini publik yang muncul di media massa.

Berbeda dengan perusahaan transportasi daerah yaitu PT Transportasi Jakarta (Transjakarta) yang menjalankan strategi manajemen isu pelecehan seksual.

Perusahaan transportasi dengan sistem Bus Rapid Transit (BRT) menyediakan bus pink atau bus khusus penumpang perempuan, rutin mengadakan talkshow, sosialisasi kampanye dengan media eksternal, mitra dengan media massa, pengelolaan klarifikasi berita, dan pembuatan kotak saran. Humas Badan Layanan Umum (BLU) PT Transjakarta bekerjasama dengan dengan pejabat setempat dan Departemen Standarisasi Pelayanan untuk mengelola isu-isu terkait PT Transjakarta.⁸

Dari penjabaran diatas maka strategi perusahaan tersebut berbeda dengan PT KAI dalam penanganan manajemen isu pelecehan seksual ini. Meskipun sudah ada beberapa *statement* yang dilakukan perusahaan untuk mencegah atau mengurangi angka pelecehan di kereta. Terlepas dari sedikit banyaknya penumpang yang ada tetap saja pelecehan seksual masih terjadi didalam kereta dan tak dapat terhindarkan. Jika tidak segera ditangani, maka dapat menimbulkan isu-isu negatif yang menjadi opini publik terhadap perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan juga bahwa transportasi publik menjadi salah satu tempat yang menakutkan bagi beberapa orang terutama kaum wanita. Serta manajemen penanggulangan kasus pelecehan seksual di transportasi publik yang kurang maksimal dapat menimbulkan opini yang negatif dari masyarakat seperti buruknya layanan moda transportasi umum yang ada di Indonesia dan isu tersebut akan masih merebak di masyarakat.

Dalam menjabarkan strategi manajemen isu yang dilakukan *Public Relations* peneliti menggunakan model proses manajemen isu oleh Chase & Jones yaitu identifikasi isu, analisis isu, strategi perumusan manajemen isu, pelaksanaan program dan evaluasi hasil (Kriyantono, 2015). Melalui komunikasi yang simetris ini, maka perusahaan dan publik akan menemukan jalan keluar dari isu tersebut. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif studi kasus. Dimana metode

⁸ Gabriella Sonia, 'Sonia: Aktivitas Humas Badan Layanan Umum (BLU) Dalam Mensosialisasikan Transjakarta', *Visi Komunikasi*, XII.02 (2013), 276-91 <[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2510028&val=23922&title=AKTIVITAS HUMAS BADAN LAYANAN UMUM BLU DALAM MENSOSIALISASIKAN TRANSJAKARTA](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2510028&val=23922&title=AKTIVITAS_HUMAS_BADAN_LAYANAN_UMUM_BLU_DALAM_MENSOSIALISASIKAN_TRANSJAKARTA)>.

ini adalah riset untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai subjek yang diteliti dan mampu mendeskripsikan realitas secara alamiah dan komprehensif. Yang memungkinkan *Public Relations* mengerti secara lebih mendalam apa saja yang dirasakan publiknya dan mampu merencanakan strategi yang tepat.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi manajemen isu *Public Relations* PT KAI Kantor Pusat dalam menangani isu pemberitaan negatif di media massa tentang isu pelecehan seksual di KRL agar tidak berdampak buruk terhadap reputasi PT KAI.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan penelitian pada “Bagaimana strategi manajemen isu yang dilakukan *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat dalam menangani isu pemberitaan negatif mengenai pelecehan seksual di Kereta Rel Listrik (KRL) pada media massa?”

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah tertulis diatas maka penulis membuat beberapa pertanyaan penelitian mengenai permasalahan diatas, sebagai berikut :

1. Bagaimana aktivitas manajemen isu yang dilakukan *Public Relations* PT KAI mengenai isu pemberitaan negatif pelecehan seksual di kereta yang berkembang di masyarakat?
2. Bagaimana *Public Relations* PT KAI menjalankan aktivitas manajemen isu tersebut dengan pemanfaatan *media relations* ?
3. Mengapa *Public Relations* PT KAI perlu melakukan manajemen isu terkait pemberitaan negatif pelecehan seksual di kereta?

4. Bagaimana *Public Relations* PT KAI menghadapi hambatan yang ditemui dalam menjalankan strategi manajemen isu pemberitaan pelecehan seksual di kereta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian diatas maka penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan berikut diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas manajemen isu yang dilakukan *Public Relations* PT KAI mengenai isu pemberitaan negatif pelecehan seksual di kereta yang berkembang di masyarakat
2. Untuk mengetahui *Public Relations* PT KAI menjalankan aktivitas manajemen isu tersebut dengan pemanfaatan *media relations*
3. Untuk mengetahui alasan *Public Relations* PT KAI perlu melakukan manajemen isu terkait pemberitaan negatif pelecehan seksual di kereta
4. Untuk mengetahui hambatan yang ditemui *Public Relations* PT KAI dalam menjalankan strategi manajemen isu pemberitaan pelecehan seksual di kereta

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai manajemen isu serta dapat memberikan deskripsi dan memperkaya referensi mahasiswa ilmu komunikasi mengenai teori ilmu komunikasi dan *public relations* khususnya dalam strategi manajemen isu pada realitas yang ada di masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi beberapa kalangan, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang ilmu komunikasi khususnya aplikasi *Public Relations* dalam pengelolaan isu

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya terkait strategi manajemen isu yang dilakukan *public relations* sebuah perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk *Public Relations* PT KAI dalam pengelolaan manajemen isu pemberitaan negatif yang berkembang di masyarakat khususnya mengenai pelecehan seksual di KRL agar instansi lebih aktif dalam menyikapi segala isu yang berkembang di masyarakat sehingga dapat terus peka terhadap publik dan meningkatkan citra perusahaan.