

Strategi Campaign Public Relations Pencegahan Pelecehan Seksual di Kereta Api pada PT KAI Daop 7 Madiun

¹Anindya Krisna Dwiasti, ²Mohammad Insan Romadhan, ³Muchamad Rizqi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

anindyakrisna26@gmail.com,

Abstract

Trains are one of the preferred modes of transportation for Indonesians to travel long distances. PT KAI Daop 7 Madiun as a railroad land transportation management company provides the best service so that the number of passengers increases every year. An increase in the number of passengers can trigger acts of sexual harassment and harm many people, especially women. The occurrence of sexual harassment can also damage the company's image. Likewise, PT KAI Daop 7 Madiun maintains its image through campaigns as one of the activities to prevent sexual harassment on trains. The theory used is the theory of excellence public relations from James Grunig & Hunt. The method used is a qualitative descriptive approach using data collection techniques of interviews, observation, and documentation and on data validity using source and technique triangulation techniques. The results of this study are through the four aspects of the public relations model PT KAI Daop 7 Madiun applies the public information model through aspects of purpose, nature / direction of communication, communication model, and research. Another public relations model is also used by PT KAI Daop 7 Madiun, namely two-way symmetry through the nature/direction of communication aspect as a way to socialize by delivering messages and providing education to the public and ensuring train passengers remain safe and comfortable.

Keywords: *Trains, Campaign Strategy, Sexual Harassment, PR Models*

Abstrak

Kereta api merupakan salah satu moda transportasi pilihan masyarakat Indonesia dalam melakukan perjalanan jarak jauh. PT KAI Daop 7 Madiun sebagai perusahaan pengelola angkutan darat perkeretaapian memberikan pelayanan terbaik agar jumlah penumpang setiap tahunnya meningkat. Peningkatan jumlah penumpang dapat memicu terjadi tindakan pelecehan seksual dan merugikan banyak orang terutama perempuan. Terjadinya tindakan pelecehan seksual juga dapat merusak citra perusahaan. Begitupun PT KAI Daop 7 Madiun menjaga citra melalui kampanye sebagai salah satu kegiatan untuk mencegah pelecehan seksual di kereta api. Teori yang digunakan adalah teori *excellence public relations* dari James Grunig & Hunt. Adapun metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi serta pada keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik. Hasil dari penelitian ini adalah melalui keempat aspek model *public relations* PT KAI Daop 7 Madiun menerapkan model *public information* melalui aspek tujuan, sifat/arah komunikasi, model komunikasi, dan penelitian. Model *public relations* lainnya juga digunakan oleh PT KAI Daop 7 Madiun, yaitu *two-way symmetric* melalui aspek sifat/arah komunikasi sebagai cara mensosialisasikan dengan menyampaikan pesan dan memberikan edukasi kepada publik dan memastikan penumpang kereta api tetap aman dan nyaman.

Kata kunci: Kereta Api, Strategi Campaign, Pelecehan Seksual, Model PR

Pendahuluan

PT Kereta Api Indonesia sebagai pengelola perusahaan angkutan darat perkeretaapian turut berupaya memberikan layanan transportasi yang aman, nyaman, efisien dan berbasis digital untuk memenuhi kebutuhan penumpang kereta api (Shalahudin et al., 2023). PT KAI mengoperasikan berbagai layanan kereta api, mulai dari kereta api jarak jauh hingga *commuter* dan layanan kargo. Perusahaan ini juga terus mengembangkan infrastruktur dan layanan kereta api untuk memenuhi kebutuhan transportasi publik di Indonesia. Kereta api merupakan salah satu transportasi umum yang sering digunakan oleh masyarakat. Kepopulerannya tidak hanya didorong oleh kemudahan aksesibilitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang terbaik agar masyarakat memilih kereta api sebagai transportasi perjalanan dekat maupun jauh, sehingga membuat jumlah penumpang yang setiap tahunnya terus meningkat. Jumlah penumpang yang terus meningkat dapat berpotensi memicu berbagai masalah salah satunya yaitu tindakan pelecehan seksual di kereta api.

Pelecehan seksual di ruang publik (*street harassment*) adalah ujaran, isyarat, dan tindakan yang tidak diinginkan dan dipaksakan kepada seseorang di ruang publik tanpa persetujuan mereka dan ditujukan kepada mereka berdasarkan jenis kelamin, gender, ekspresi seksual atau orientasi seksual yang sebenarnya atau dirasakan dengan tujuan membuat yang dilecehkan merasa terganggu, terhina, marah dan takut (Rabathy et al., 2018). Ada dua faktor yang menjadi penyebab terjadinya pelecehan seksual yaitu faktor biologis dan faktor sosial budaya (Lauwtania, 2021). Pada faktor biologis bahwa laki – laki memiliki dorongan seksual yang cenderung melakukan tindakan terhadap perempuan. Sedangkan, faktor sosial budaya dijelaskan bahwa pelecehan seksual adalah manifestasi di mana laki – laki dianggap lebih berkuasa dan keyakinan dalam masyarakat mendukung anggapan tersebut. Berdasarkan Nasrina dalam (Rahmi et al., 2023) bahwa edukasi seksual diperlukan untuk mengurangi resiko dan angka kekerasan seksual.

Beberapa tahun ini isu tindakan pelecehan seksual di kereta api masih menjadi masalah serius yang dapat merugikan para penumpang. Selain merugikan penumpang juga dapat merusak citra PT KAI sebagai perusahaan transportasi umum yang aman dan nyaman. Dengan adanya fenomena yang terjadi belakangan ini PT KAI Daop 7 Madiun memiliki divisi yang berperan untuk menjaga citra perusahaan dan memastikan para penumpang aman adalah Divisi Humas. Selain menjaga citra Humas juga mengevaluasi opini publik dan bertanggung jawab atas program perusahaan salah satunya kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api. Kegiatan kampanye *public relations* berguna sebagai strategi *public relations* untuk memperbaiki citra organisasi atau perusahaan (Saifulloh et al., 2021) Sebagai seorang *public relations* yang mengelola penyebaran informasi Humas Daop 7 Madiun melakukan program kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api untuk menginformasi dan memberikan suasana yang aman dan nyaman agar terhindar dari kejadian yang tidak diinginkan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis, yaitu pada objek penelitian yang digunakan, penelitian ini berfokus untuk mengetahui strategi *public relations* dalam mencegah pelecehan seksual di kereta api pada PT KAI Daop 7 Madiun. Penelitian ini menjelaskan konsep *public relations* untuk mencegah tindakan pelecehan seksual di kereta api.

Penelitian ini menggunakan teori *Excellence Public relations* yang merupakan pembaharuan dari empat model *public relations* dan teori *situational of the public*. Teori

Excellence Public relations (Kriyantono, 2014) ini dikemukakan oleh James Grunig dan Hunt. Adapun empat model *public relations* dalam (Romadhan et al., 2019), yaitu *Press Agency* adalah model komunikasi satu arah dengan tujuan publisitas yang dapat menguntungkan untuk menarik perhatian media dengan menerapkan strategi untuk tujuan organisasi. *Public Information* adalah model komunikasi satu arah dengan tujuan untuk menyebarkan informasi melalui media massa atau secara langsung tanpa memikirkan persuasif untuk merubah sikap publik. *Two-way Symmetric* adalah model komunikasi dua arah dengan tujuan membangun pemahaman bersama model ini lebih memperhatikan umpan balik. *Two-way Asymmetric* adalah model komunikasi dua arah dengan tujuan untuk mempengaruhi publik dalam beradaptasi dengan organisasi dan agar publik dapat bertindak seperti yang diharapkan organisasi melalui tingkah laku, riset, dan ilmu sosial.

Dengan strategi *campaign* membutuhkan untuk meningkatkan kesadaran maupun keamanan para penumpang dan menciptakan lingkungan transportasi yang aman dan nyaman. Adanya masalah pelecehan seksual di kereta api perlu pengembangan strategi *campaign public relations* untuk mencegah pelecehan seksual di kereta api. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendalami pemahaman bagaimana strategi *campaign* yang diterapkan oleh Humas Daop 7 Madiun dalam pencegahan pelecehan seksual di kereta api.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Menurut Moleong dalam (Adhimah, 2020) tujuannya untuk memahami suatu peristiwa dengan menjelaskan tentang perilaku, persepsi, tingkah laku dalam segi bahasa dan konteks yang alamiah. Dalam studi kasus Creswell dalam (Rianto, 2020) menjelaskan bahwa kualitatif mengeksplorasi kasus melalui pengumpulan data dengan melibatkan sumber informasi seperti, wawancara, observasi, dan, dokumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskripsi kualitatif untuk memberikan gambaran secara realitas dalam suatu situasi atau keterkaitan hubungan antara fenomena yang actual dan teratur (Romadhan et al., 2018). Peneliti ingin mengetahui secara mendalam strategi *campaign public relations* yang diterapkan oleh Humas PT KAI Daop 7 Madiun dalam pencegahan pelecehan seksual di kereta api. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan melalui wawancara informan primer yaitu kepada pihak yang merancang dan melaksanakan kampanye pencegahan pelecehan seksual dan informan sekunder yaitu konsumen dan komunitas pecinta kereta api dan data sekunder yang didapatkan melalui berita online. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan merupakan suatu elemen yang penting dalam penelitian. Menurut Moleong (2016) selain hanya digunakan untuk menyanggah balik keabsahan data ini namun juga sebagai unsur yang tidak terpisah dari penelitian kualitatif dalam (Barata et al., 2020). Keabsahan data pada penelitian ini yaitu, menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil dan Pembahasan

a. *Campaign* Pencegahan Pelecehan Seksual di PT KAI Daop 7 Madiun

Seorang *public relations* dalam merespons adanya isu pelecehan seksual strategi yang dilakukan Humas Daop 7 Madiun untuk mencegah pelecehan seksual yaitu melakukan program kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api maupun stasiun. Kampanye pencegahan pelecehan seksual yang dilakukan tujuannya untuk menjaga citra perusahaan, membangun citra, meningkatkan awareness. Dalam melakukan kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api Humas Daop 7 Madiun menggunakan media sebagai pendukung kegiatan kampanye, seperti media banner, poster, dan stiker sebagai media untuk menyampaikan pesan dan mengingatkan untuk berani melapor. Humas Daop 7 Madiun juga mensosialisasikan pencegahan pelecehan seksual melalui pemberitaan online untuk masyarakat.

b. *Campaign* Pencegahan Pelecehan Seksual Bersama Mitra

Pada program kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api terdapat temuan bahwa Humas Daop 7 Madiun melakukan kampanye dengan melibatkan dan mengajak kolaborasi bersama mitra maupun organisasi seperti Komunitas Pecinta Kereta Api (Railfans) untuk membantu menginformasi dan menyampaikan pesan terkait pelecehan seksual di kereta api maupun stasiun.

c. Pencegahan Pelecehan Seksual melalui Acara *Talkshow*

Program yang dilakukan Humas Daop 7 Madiun untuk mencegah pelecehan seksual juga dilakukan melalui acara talkshow dengan siaran langsung di *youtube* sebagai salah satu strategi selain melakukan kampanye secara langsung di kereta api. Dalam program tersebut sebagai salah satu medi untuk mensosialisasikan dengan memberikan informasi dan menjawab pertanyaan masyarakat terkait pelecehan seksual di kereta api.

Pembahasan

1. Tujuan

Asisten Manager Humas dari PT KAI Daop 7 Madiun menyampaikan tujuan diadakannya kampanye pencegahan pelecehan seksual untuk menjaga citra perusahaan dan meningkatkan awereness. Humas Daop 7 Madiun juga menyampaikan pesan kampanye pencegahan pelecehan seksual melalui berita agar masyarakat tahu bahwa PT KAI Daop 7 Madiun mencegah pelecehan seksual dengan mengadakan kampanye di kereta api maupun stasiun. Dengan strategi kampanye pencegahan pelecehan seksual dapat dilihat Humas Daop 7 Madiun menerapkan model *public information* untuk menginformasi terkait pelecehan seksual di kereta api.

2. Sifat/ Arah Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan strategi yang digunakan Humas Daop 7 Madiun salah satunya yaitu mengadakan kampanye pencegahan pelecehan seksual secara langsung di kereta api dan stasiun dengan menggunakan beberapa media seperti banner, stiker, dan memberitahu kepada para penumpang untuk berani melapor. Selain itu,

Humas juga menginformasikan melalui acara talkshow agar dapat berinteraksi dengan masyarakat. Pada sifat/ arah komunikasi yang diterapkan, yaitu menggunakan model *public information* dan *two-way symmetric* untuk menyampaikan pesan dan melakukan interaksi untuk mensosialisasikan pelecehan seksual di kereta api.

3. Model Komunikasi

Program kampanye pencegahan pelecehan seksual diadakan guna untuk mengingatkan masyarakat. Humas Daop 7 Madiun sebagai sumber pemberi pesan menyampaikan informasi dan mengingatkan kepada masyarakat sebagai penerima pesan untuk melapor jika terjadi pelecehan seksual. Pada model komunikasi yaitu satu arah dengan menggunakan model *public information* untuk menyampaikan informasi dan mengingatkan terkait pelecehan seksual yang disampaikan Humas Daop 7 Madiun kepada para penumpang.

4. Penelitian

Dalam menyampaikan pesan Humas Daop 7 Madiun hanya melakukan kampanye pencegahan pelecehan seksual di kereta api. Dengan melakukan kampanye pencegahan pelecehan seksual dilihat dari dialog wawancara didukung oleh keempat informan pendukung, bahwa strategi yang dilakukan mengedukasi dan pesan yang disampaikan mengandung informasi yang informatif. Dari program kampanye pencegahan pelecehan seksual penelitian ini menggunakan model *public information* sehingga informasi atau pesan yang disampaikan akan terus dilakukan Humas Daop 7 Madiun sebagai strategi atau cara mengingatkan sehingga dapat memberikan kesadaran masyarakat.

Penutup

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi *campaign public relations* pencegahan pelecehan seksual di kereta api pada PT KAI Daop 7 Madiun dalam mencegah pelecehan seksual melalui kegiatan sosialisasi dengan melakukan kampanye atau aksi pencegahan pelecehan seksual di kereta api dan stasiun. Kesimpulan penelitian ini yaitu pada teori *excellence public relations* bahwa model *public relations* yang digunakan Humas Daop 7 Madiun lebih menerapkan model *public information* dari keempat karakteristiknya, walaupun terdapat satu dari keempat karakteristik yang menggunakan model *two-way symmetric*. Menurut peneliti kegiatan yang dilakukan untuk mencegah pelecehan seksual di kereta api Humas Daop 7 Madiun hanya fokus melakukan kampanye dengan menyampaikan informasi atau pesan sebagai bentuk mengingatkan dan memastikan pengguna kereta api tetap aman dan nyaman. Humas Daop 7 Madiun tidak hanya menggunakan strategi dengan melakukan kampanye langsung di lingkungan stasiun dan kereta api, tetapi juga mensosialisasikan melalui pemberitaan, acara *talkshow* dan mengajak kolaborasi mitra saat melakukan kampanye.

Daftar Pustaka

- Adhimah, S. (2020). *Jurnal Pendidikan Anak, Volume 9 (1), 2020 , 57-62 Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt . 06 rw . 02 Gedangan-Sidoarjo)*. 9(20), 57–62.
- Barata, A., Rosihan, A., & Virgiana, B. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Game Online Free Fire Pada Siswa Smk Negeri 1 Martapura Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Massa*, 1(1), 1–11.
- Lauwtania, F. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Perkeretaapian Terkait Dengan Pelecehan Seksual yang Terjadi di Atas Kereta Api Dikaji Oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia). *Binamulia Hukum*, 10(1), 69–78.
- Rabathy, Q., & Komala, E. (2018). Pelecehan Seksual di Ruang Publik.
- Rahmi, N., Nofriadi., & Rasanjani,S. (2023). Strategi Penanggulangan Kekerasan Seksual Terhadap Anak Oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*
- Rianto, P. (2020). Modul Metode Penelitian. *In Metode penelitian*.
- Romadhan, M. I., Puspaningtyas, A., & Rahmadanik, D. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Pelestarian Budaya Saronen Kepada Generasi Muda Di Kabupaten Sumenep. *Representamen*, 4(02), 70–78.
- Romadhan, M. I., Rohimah, A., & Pradana, B. C. S. A. (2019). Implementasi Model Public Relations Dalam Mensosialisasikan Budaya Lokal Kepada Generasi Millennial Di Sumenep. *Jurnal Metakom*, 3(2), 97–108.
- Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 53– 65.
- Shalahudin, N. L., & Hariyanto, D. (2023). Strategi Humas PT KAI dalam Memutus Mata Rantai Kekerasan Seksual di Atas Kereta Api. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1916. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2158>