



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS DAN KECEPATAN
RESPON TERHADAP CITRA PT KERETA API INDONESIA
PASCA KECELAKAAN KERETA API**



ANDANI ALFI NABIL

NIM: 2205421112

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

ANDANI ALFI NABIL. Pengaruh Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon Terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia Pasca Kecelakaan Kereta Api. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2026

Kecelakaan kereta api yang terjadi pada 27 April 2026 di Stasiun Bekasi Timur, yang melibatkan KA Argo Bromo Anggrek dan KRL Commuter Line, menimbulkan korban jiwa serta memunculkan tanggapan pro dan kontra dari masyarakat terhadap penanganan krisis yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon, baik secara parsial maupun simultan, terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel penelitian berjumlah 385 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, dengan teknik infinite sampling dan simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (Google Form) dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan (t hitung = 13,827; sig = 0,000; $r = 0,657$). Kecepatan respon juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan (t hitung = 12,790; sig = 0,000; $r = 0,635$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan (F hitung = 88,922; sig = 0,000), dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,602, yang berarti 60,2% variasi citra perusahaan dapat dijelaskan oleh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon, sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam mempertahankan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) di mata masyarakat pasca kecelakaan kereta api.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kecepatan Respon, PT Kereta Api Indonesia, Strategi Komunikasi Krisis



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

ANDANI ALFI NABIL. *The Effect of Crisis Communication Strategy and Response Speed on the Corporate Image of PT Kereta Api Indonesia Following a Train Accident, Jakarta State Polytechnic 2026*

The train accident that occurred on April 27, 2026 at Bekasi Timur Station, involving the Argo Bromo Anggrek train and the Commuter Line, resulted in casualties and triggered mixed public reactions toward the crisis handling carried out by PT Kereta Api Indonesia (Persero). This study aims to determine the effect of crisis communication strategy and response speed, both partially and simultaneously, on the corporate image of PT Kereta Api Indonesia (Persero) after the train accident. This research uses a quantitative method with a correlational approach. The sample consisted of 385 respondents determined using the Lemeshow formula, with infinite sampling and simple random sampling techniques. Data were collected through an online questionnaire (Google Form) and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, correlation tests, the coefficient of determination (R^2), t-tests, and F-tests with the assistance of SPSS. The results show that crisis communication strategy has a positive and significant effect on corporate image (t-count = 13.827; sig = 0.000; $r = 0.657$). Response speed also has a positive and significant effect on corporate image (t-count = 12.790; sig = 0.000; $r = 0.653$). Simultaneously, both variables have a positive and significant effect on corporate image (F-count = 288.922; sig = 0.000), with a coefficient of determination (R^2) of 0.602, indicating that 60.2% of the variation in corporate image can be explained by crisis communication strategy and response speed, while the remaining 39.8% is influenced by other factors outside this study. It can therefore be concluded that crisis communication strategy and response speed are two complementary factors in maintaining the image of PT Kereta Api Indonesia (Persero) in the eyes of the public following the train accident.

Keywords : *Corporate Image, Crisis Communication Strategy, PT Kereta Api Indonesia, Response Speed*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon Terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia Pasca Kecelakaan Kereta Api"

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini adapun partisipasi yang terlibat, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsu Rizal, SE, MM selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Arizal Putra Pratama, B.O.M., M.A.B selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Restu Jati Saputro, S.Si., M.Sc selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Nani Sobariyah dan Anwar Sanusi selaku orangtua dari penulis yang selalu memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan laporan magang ini.

Depok, 16 Juli 2026

Penulis

Andani Alfi Nabil

NIM 2205421112





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Komunikasi Krisis	9
2.1.2 Kecepatan Respon	10
2.1.3 Citra Perusahaan	11
2.2 Penelitian Relevan	14
2.3 Perumusan Hipotesis	17
2.4 Deskripsi Konseptual/Kerangka Konseptual	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.1.1 Tempat Penelitian	20
3.1.2 Waktu Penelitian	20
3.2 Kerangka Penelitian	22



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.3	Metode Penelitian.....	23
3.3.1	Populasi dan Sampel	24
3.3.2	Jenis dan Sumber Data	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5	Instrumen Penelitian.....	28
3.6	Teknik Analisi Data	31
BAB IV	PEMBAHASAN.....	38
4.1	Hasil Rekapitulasi Data.....	38
4.1.1	Hasil Penyebaran Kuesioner	38
4.2	Hasil Analisis Data	39
4.2.1	Hasil Uji Validitas (Pre-Test)	40
4.2.2	Hasil Uji Realibilitas (Pre-Test)	42
4.2.3	Karakteristik Responden	43
4.2.4	Hasil Rekapitulasi Data Responden	48
4.2.5	Analisis Uji Asumsi Klasik	55
4.2.6	Hasil Analisis Uji Hipotesis	59
4.3	Pembahasan.....	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....		78



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	14
Tabel 3.1 Timeline Penelitian	21
Tabel 3.2 Kerangka Penelitian	23
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner	39
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Komunikasi Krisis.....	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kecepatan Respon	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Realibilitas	43
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan KAI	47
Tabel 4. 11 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Penyesuaian Pesan.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Transparansi.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Kontrol Persepsi	50
Tabel 4. 14 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Kecepatan Tanggapan.....	51
Tabel 4. 15 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Kesiapsiagaan Saluran.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Personality	53
Tabel 4. 17 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Reputation	53
Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Value	54
Tabel 4. 19 Hasil Rekapitulasi Responden Indikator Corporate Identity.....	54
Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	55
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 23 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji-t).....	61
Tabel 4. 24 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)	63
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4. 26 Hasil Uji Korelasi Secara Parsial	65
Tabel 4. 27 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	67



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pernyataan Komunikasi Krisis PT KAI	3
Gambar 1.2 Tanggapan Publik Pro Terhadap Komunikasi PT KAI	5
Gambar 1.3 Tanggapan Publik Kontra Terhadap Komunikasi PT KAI.....	6
Gambar 2.1 Model Hipotesi.....	19
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Uji Validitas & Reliabilitas.....	84
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 4 Curriculum Vitae	94





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi umum memegang peranan penting dalam menunjang mobilitas masyarakat sekaligus mendorong aktivitas perekonomian. Di Indonesia, kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang banyak dipilih karena menawarkan perjalanan yang efisien, aman, terjangkau, serta memiliki tingkat ketepatan waktu yang baik (Febriyanti & Setyawan, 2024). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi perkeretaapian, PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus berupaya meningkatkan mutu pelayanannya agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang semakin beragam. Merujuk pada (KAI, 2023), tingkat ketepatan waktu (on time performance) perjalanan kereta api berada pada kisaran 94% hingga 96%. Hal tersebut menunjukkan bahwa hanya sekitar 4% perjalanan yang mengalami keterlambatan. Keterlambatan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti gangguan teknis, kendala operasional, kondisi cuaca, maupun tingginya kepadatan lalu lintas kereta pada jalur tertentu. Tingginya tingkat ketepatan waktu tersebut menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) mampu menjaga kualitas layanannya secara konsisten, khususnya dalam aspek ketepatan jadwal perjalanan. Pencapaian ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menerapkan pelayanan prima (service excellence) melalui peningkatan fasilitas, kenyamanan, keamanan, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap kereta api sebagai salah satu moda transportasi publik yang andal dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

Kepercayaan masyarakat terhadap moda transportasi kereta api tercermin dari terus meningkatnya jumlah penumpang dalam beberapa tahun terakhir. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), menunjukkan bahwa pada tahun 2023 jumlah pengguna kereta api telah melampaui 400 juta penumpang, meningkat tajam dibandingkan tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2022 yang tercatat sekitar 277 juta penumpang. Kenaikan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat semakin yakin terhadap layanan transportasi perkeretaapian sebagai salah satu sarana mobilitas yang aman, nyaman, dan dapat diandalkan. Tingginya tingkat kepercayaan tersebut tidak terlepas dari harapan masyarakat agar PT Kereta Api Indonesia (Persero) senantiasa mampu memberikan pelayanan yang berkualitas serta menjamin keselamatan setiap perjalanan. Di sisi lain, kepercayaan tersebut dapat mengalami penurunan apabila terjadi peristiwa yang mengancam keselamatan penumpang. Salah satu kejadian yang mendapat perhatian luas dari masyarakat adalah kecelakaan kereta api yang terjadi pada 27 April 2026 di kawasan Stasiun Bekasi Timur. Peristiwa yang melibatkan KA Argo Bromo Anggrek dan KRL Commuter Line tersebut mengakibatkan terganggunya operasional perjalanan kereta api serta menimbulkan korban jiwa. Berdasarkan laporan (Daula, 2026), kecelakaan tersebut menyebabkan 15 orang meninggal dunia dan 81 orang lainnya mengalami luka-luka. Situasi ini menjadi tantangan besar bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk segera mengambil langkah penanganan yang tepat melalui komunikasi krisis yang efektif serta respons yang cepat dan transparan. Upaya tersebut penting dilakukan agar reputasi perusahaan tetap terjaga sekaligus mempertahankan kepercayaan masyarakat setelah terjadinya insiden.

Sebagai bentuk tanggung jawab kepada publik, PT Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan berbagai upaya komunikasi krisis pasca terjadinya kecelakaan di Stasiun Bekasi Timur melalui penyampaian informasi resmi kepada masyarakat.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.1 Pernyataan Komunikasi Krisis PT KAI
 Sumber: https://www.instagram.com/kai121_/2026

Berdasarkan gambar 1.1 Komunikasi tersebut ditunjukkan dengan adanya pernyataan permohonan maaf, penyampaian kondisi terkini terkait proses evakuasi penumpang, serta pemberian informasi mengenai langkah penanganan yang dilakukan perusahaan. Selain itu, PT KAI juga menunjukkan kecepatan respon dengan segera memberikan pembaruan informasi pada hari yang sama saat kejadian berlangsung dan menyediakan saluran komunikasi resmi seperti media sosial, WhatsApp, dan Call Center 121 agar masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat dan akurat. Langkah tersebut menunjukkan upaya perusahaan dalam menjaga keterbukaan informasi, mengurangi kepanikan publik, serta mempertahankan citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat pasca terjadinya krisis.

Pentingnya komunikasi krisis dalam menjaga citra perusahaan telah dibuktikan oleh berbagai penelitian terdahulu. Menurut (Timothy Coombs, 2014) komunikasi krisis yang dilakukan secara cepat, konsisten, dan transparan dapat membantu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

organisasi mengurangi dampak negatif krisis serta mempertahankan kepercayaan publik. Menurut Coombs melalui pendekatan Situational Crisis Communication Theory (SCCT), organisasi perlu menyampaikan informasi yang jelas, akurat, dan cepat tanggap ketika menghadapi krisis. Langkah tersebut penting untuk menjaga kepercayaan publik sekaligus melindungi reputasi perusahaan dari dampak negatif yang dapat timbul akibat situasi krisis.

Penelitian (Siregar, 2021) yang berjudul "Komunikasi Krisis PT Jouska Finansial Indonesia dalam Pemulihan Citra Perusahaan" menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis yang dilakukan perusahaan mampu membantu pemulihan citra perusahaan melalui penyampaian informasi yang terbuka, cepat, dan bertanggung jawab kepada publik. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi krisis memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, penelitian (Latifa dkk., 2025) mengenai "Efektivitas Komunikasi Krisis Humas Perumda Tirta Pakuan terhadap Citra Perusahaan" menemukan bahwa komunikasi krisis yang efektif berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Keterbukaan informasi, kejelasan pesan, dan kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi selama krisis menjadi faktor yang memengaruhi penilaian masyarakat terhadap perusahaan.

Selain komunikasi krisis, dijelaskan dalam (Claeys & Cauberghe, 2012) pada penelitian (Korporat & Zebua, 2025).kecepatan respon juga diperlukan oleh organisasi atau perusahaan saat menghadapi situasi krisis. Kecepatan respon terhadap krisis telah terbukti sebagai elemen krusial dalam mempertahankan citra perusahaan dan kepercayaan publik, terutama ketika perusahaan menghadapi situasi yang berpotensi menimbulkan keresahan serta perhatian luas dari masyarakat.

Namun, di tengah upaya komunikasi krisis yang dilakukan PT KAI, muncul berbagai tanggapan dari masyarakat yang menimbulkan pro dan kontra di media sosial maupun pemberitaan online. Sebagian masyarakat memberikan respon positif terhadap langkah PT KAI yang dinilai cepat dalam memberikan informasi, terbuka mengenai kondisi korban dan proses evakuasi, serta aktif menyampaikan perkembangan

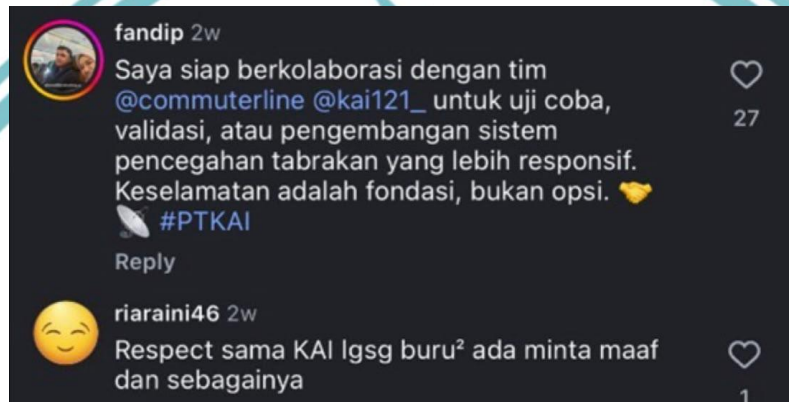


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penanganan kecelakaan melalui berbagai saluran komunikasi resmi. Tindakan tersebut dianggap mampu menunjukkan tanggung jawab perusahaan dan membantu mengurangi kepanikan publik pasca terjadinya kecelakaan kereta api. Selain itu, beberapa masyarakat juga memberikan apresiasi terhadap kecepatan PT KAI dalam menyampaikan permohonan maaf serta keterbukaan informasi kepada publik pasca kecelakaan terjadi.



Gambar 1.2 Tanggapan Publik Pro Terhadap Komunikasi PT KAI

Sumber: https://www.instagram.com/kai121_/2026

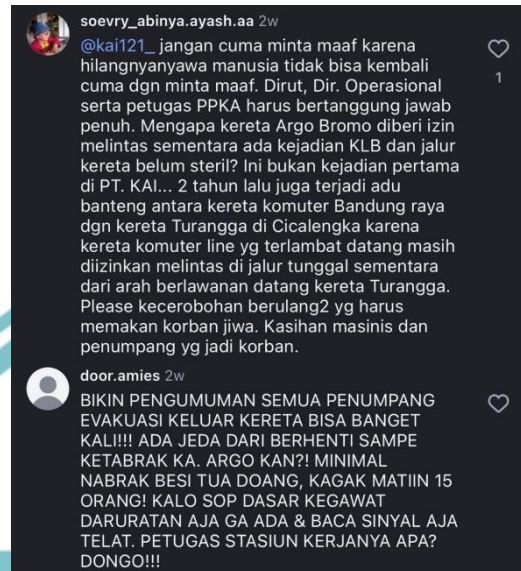
Dapat dilihat pada Gambar 1.2 bahwa sebagian masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap komunikasi krisis yang dilakukan PT KAI. Hal tersebut terlihat dari adanya komentar masyarakat yang mengapresiasi kecepatan respon PT KAI dalam menyampaikan permohonan maaf dan informasi terkait penanganan kecelakaan kereta api. Tanggapan positif tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi yang dilakukan secara cepat, transparan, dan terbuka mampu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta menjaga citra positif perusahaan di mata publik.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.3 Tanggapan Publik Kontra Terhadap Komunikasi PT KAI

Sumber: https://www.instagram.com/kai121_/2026

Di sisi lain, terdapat pula komentar negatif dari masyarakat yang menilai bahwa informasi yang disampaikan PT KAI masih kurang lengkap dan belum sepenuhnya menjawab kekhawatiran publik terkait penyebab kecelakaan, standar keselamatan, serta jaminan keamanan perjalanan kereta api ke depannya. Beberapa pengguna media sosial juga mempertanyakan efektivitas penanganan krisis serta kesiapan PT KAI dalam mencegah terjadinya kecelakaan serupa. Perbedaan pandangan yang muncul di tengah masyarakat mengindikasikan bahwa strategi komunikasi krisis serta kecepatan perusahaan dalam memberikan respons turut memengaruhi pembentukan citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) setelah terjadinya kecelakaan kereta api. Situasi tersebut mencerminkan bahwa masyarakat memiliki penilaian yang beragam terhadap efektivitas komunikasi yang diterapkan perusahaan dalam menghadapi dan mengelola kondisi krisis.

Berdasarkan berbagai peristiwa kecelakaan kereta api yang terjadi, langkah-langkah komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi hal yang penting untuk dikaji. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bahwa strategi komunikasi krisis yang tepat serta kecepatan perusahaan dalam memberikan respons memiliki peran besar dalam membentuk dan mempertahankan citra perusahaan di mata publik. Di sisi lain, penanganan krisis yang dilakukan PT KAI juga memunculkan beragam tanggapan dari masyarakat, baik berupa dukungan maupun kritik. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penelitian untuk menganalisis seberapa besar pengaruh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respons terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) setelah terjadinya kecelakaan kereta api. Atas dasar pertimbangan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) Pasca Kecelakaan Kereta Api.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian mengenai kecelakaan kereta api yang melibatkan PT Kereta Api Indonesia (Persero), maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Terjadinya kecelakaan kereta api menimbulkan perhatian dan kekhawatiran masyarakat terhadap tingkat keselamatan transportasi kereta api di Indonesia.
- b. Kecelakaan kereta api berpotensi memengaruhi citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai penyedia layanan transportasi publik yang selama ini dikenal aman dan terpercaya.
- c. Strategi komunikasi krisis yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan menimbulkan berbagai tanggapan dari masyarakat, baik positif maupun negatif.
- d. Kecepatan respon PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memberikan informasi dan menangani krisis menjadi perhatian publik dalam menilai profesionalitas perusahaan.
- e. Belum diketahui secara pasti seberapa besar pengaruh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa fokus utama permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api dapat memengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Seberapa besar pengaruh strategi komunikasi krisis terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api?
- b. Seberapa besar pengaruh kecepatan respon terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api?
- c. Seberapa besar pengaruh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon secara simultan terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi krisis terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan respon terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api.
- c. Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon secara simultan terhadap citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi krisis dan public relations. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi krisis, kecepatan respon, dan citra perusahaan dalam menghadapi situasi krisis pada sektor transportasi publik. Manfaat Praktis.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan strategi komunikasi krisis dan kecepatan respon pasca terjadinya kecelakaan kereta api. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menjaga citra perusahaan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan transportasi kereta api.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya komunikasi krisis dan kecepatan respon perusahaan dalam menyampaikan informasi secara cepat, tepat, dan transparan ketika terjadi krisis, sehingga dapat mengurangi kepanikan dan kesalahpahaman di tengah masyarakat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait komunikasi krisis, kecepatan respon, dan citra perusahaan, khususnya pada bidang transportasi dan pelayanan publik.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Strategi Komunikasi Krisis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 13,827 dan signifikansi 0,000, serta koefisien korelasi sebesar 0,657 yang termasuk kategori kuat dan positif (Tabel 4.21). Semakin baik penyesuaian pesan, transparansi, dan kontrol persepsi yang dilakukan PT KAI dalam menghadapi krisis, semakin baik pula citra perusahaan di mata masyarakat.
- Kecepatan Respon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 12,790 dan signifikansi 0,000, serta koefisien korelasi sebesar 0,635 yang termasuk kategori kuat dan positif. Kecepatan respon PT KAI dalam memberikan tanggapan awal serta memanfaatkan berbagai saluran komunikasi resmi terbukti berperan penting dalam menjaga citra perusahaan pasca kecelakaan.
- Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasca kecelakaan kereta api, dengan nilai F hitung sebesar 88,922 dan signifikansi 0,000. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,2% variasi Citra Perusahaan ($R^2 = 0,602$), sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
- Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan pasca krisis tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi antara



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

apa yang dikomunikasikan, yaitu strategi dan kualitas pesan, dan seberapa cepat hal itu disampaikan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah menunjukkan itikad baik melalui respons yang cepat dan pesan yang cukup transparan pada insiden Bekasi Timur, namun hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa penilaian masyarakat masih berada pada level baik, belum sangat baik, sehingga masih terdapat ruang perbaikan, khususnya dalam hal pemerataan jangkauan informasi resmi dibandingkan deras arus informasi di media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

- 1) Mengingat Kecepatan Respon terbukti menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan terhadap citra perusahaan dalam penelitian ini, PT KAI disarankan untuk menjadikan kecepatan sebagai prioritas utama dalam protokol krisis, misalnya dengan menetapkan target waktu baku, seperti pengakuan awal dalam hitungan menit pertama dan pernyataan resmi lengkap paling lambat 1x24 jam, serta memastikan seluruh kanal resmi seperti media sosial, WhatsApp, dan Call Center 121 dapat menjangkau publik secepat mungkin, bahkan lebih cepat dari penyebaran informasi warganet di media sosial.
- 2) Mengingat hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Krisis berpengaruh signifikan namun tingkat pencapaiannya di mata masyarakat masih berada pada kategori baik dan belum sangat baik, PT KAI disarankan untuk terus memperkuat transparansi informasi, khususnya terkait penyebab kecelakaan, hasil audit internal, dan langkah pencegahan ke depan, agar publik merasa kekhawatirannya benar-benar dijawab, bukan hanya diberi pernyataan normatif.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 3) PT KAI disarankan untuk melakukan pelatihan dan simulasi komunikasi krisis secara berkala bagi tim Humas/Public Relations agar penyampaian pesan tetap konsisten di seluruh media dan juru bicara ketika krisis terjadi.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat disarankan untuk senantiasa memperoleh dan memverifikasi informasi mengenai kondisi kecelakaan maupun penanganannya melalui saluran resmi PT Kereta Api Indonesia (Persero), guna menghindari penyebaran informasi yang tidak akurat atau simpang siur di media sosial. mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian narasi di ruang publik sempat terbentuk dari informasi tidak resmi yang beredar lebih dulu di media sosial dibandingkan pernyataan resmi perusahaan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini yang menjadi dasar rekomendasi berikut adalah sebagai berikut.

- 1) Cakupan variabel. Penelitian ini hanya menguji dua variabel independen, yaitu Strategi Komunikasi Krisis dan Kecepatan Respon, sehingga sebagian variasi Citra Perusahaan yang tidak dijelaskan oleh model ini kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutsertakan, seperti kualitas pelayanan atau tingkat pemberitaan media.
- 2) Karakteristik responden. Responden penelitian ini terbatas pada masyarakat yang mengetahui dan mengakses informasi kecelakaan melalui media sosial dan media daring, sehingga belum tentu mewakili persepsi kelompok masyarakat lain, misalnya keluarga korban langsung atau masyarakat yang tidak aktif menggunakan media digital.
- 3) Desain penelitian bersifat cross-sectional. Data diambil pada satu titik waktu tertentu pasca insiden, sehingga belum dapat menggambarkan bagaimana citra PT KAI berkembang atau berubah dari waktu ke waktu setelah krisis berlalu.
- 4) Studi kasus tunggal. Penelitian ini berfokus pada satu peristiwa kecelakaan di satu perusahaan, yaitu PT KAI, sehingga temuannya belum tentu dapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digeneralisasi pada perusahaan transportasi publik lain atau jenis krisis yang berbeda.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan seperti kualitas pelayanan atau kepercayaan publik, memperluas dan mendiversifikasi sampel responden agar lebih representatif, menggunakan desain penelitian longitudinal untuk melihat dinamika pemulihan citra dari waktu ke waktu, serta mempertimbangkan pendekatan studi kasus perbandingan antar perusahaan transportasi publik atau pendekatan kualitatif maupun mixed method, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme di balik hubungan strategi komunikasi krisis, kecepatan respon, dan citra perusahaan.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Citra, D. A. N. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, kemudahan akses dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan empire xxi di yogyakarta*. XV(2), 128–143.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2002). *Management Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/089331802237233>
- Daula, R. T. (2026). *Tragedi Kecelakaan Kereta Api di Bekasi*. <https://www.uib.ac.id/kecelakaan-kereta-api-bekasi-2026/>
- Hidayati, Y. (2022). *Komunikasi Krisis Pemerintah Daerah Kabupaten Bangka pada Pemberitaan Efek Samping Vaksin COVID-19*. 5, 16–31.
- Jones, M. E., Campbell, G., Patel, D., Brunner, E., Shatapathy, C. C., Murray-thomas, T., Staa, T. P. Van, & Motsko, S. (2013). *Risk of Mortality (including Sudden Cardiac Death) and Major Cardiovascular Events in Users of Olanzapine and Other Antipsychotics : A Study with the General Practice Research Database*. 2013.
- Kevin, M. R. (2018). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Reputasi Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Pada Nasabah Tabungan Bank Artha Graha)*. 103–110.
- Korporat, R., & Zebua, S. (2025). *Analisis Moderasi Gaya Komunikasi terhadap Hubungan Strategi Komunikasi Krisis , Kecepatan Respon , dan Kanal*. 7(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2570>
- Latifa, Z., & Sartika, I. (2025). *Efektivitas Komunikasi Krisis Humas Perumda Tirta Pakuan Terhadap Citra Perusahaan atas Gangguan Distribusi Air (Studi pada Mahasiswi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB*. 4(5), 792–803.
- Mujianto, H. (2018). *Pengaruh Strategi Public Relations Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Hotel Grand Kopo Bandung)*. 88–96.
- Nguyen, N. (2001). *Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698900000291>
- Octavia, M. (2022). *Analisis Manajemen Komunikasi Krisis Pt Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*.
- Pinandhita, G. P. (2023). *Strategi komunikasi krisis Humas Kementerian Perdagangan pada kasus kenaikan harga minyak goreng tahun 2022*. 6(3), 307–315.
- Prastya, N. M. (2011). *Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi*



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Digital. 02(01), 29–36.

Rengkuan, K. J., & Parlindungan, D. R. (2022). *Manajemen Krisis Public Relations PT Jakarta Propertindo dalam Menangani Revitalisasi Taman Ismail Marzuki Jakarta. 9(2).*

Rizkia putrimaulida. (2022). *Analisis Manajemen Komunikasi Krisis Pt Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. 7(2), 158–163.*

Rosalina, A. (2024). *Pengaruh Public Relations Terhadap Citra Perusahaan & Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada El Hotel Yogyakarta – Malioboro).*

Sari, F. F., Bakti, I., Perbawasari. (2025). *Strategi Komunikasi Krisis PT Telkom dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Akibat Gangguan Jaringan Internet di Kabupaten Merauke, a.... 8090, 207–222.*
<https://doi.org/10.22219/jurnalsopol.v11i2.39884>

Sihwahjoeni. (2019). *Corporate Social Responsibility in Improving Customer Satisfaction Through Corporate Image at PT . Bank Mandiri (Persero) Malang City , Indonesia. 5(11), 203–209.* <https://doi.org/10.31695/IJASRE.2019.33621>

Siregar, I. K. (2021). *Komunikasi Krisis Pt . Jouska Finansial Indonesia Dalam Pemulihan Citra Perusahaan. 4(1), 1–10.*

Suciati, M., & Kartikawangi, D. (2025). *Strategi Manajemen Komunikasi Krisis dalam Mengelola Warga Terdampak Pembangunan Jakarta International Stadium. 10(6), 1–12.*

Sugiyono. (2022). *Statistika Untuk Penelitian.* Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Pengaruh pengembangan karir dan kompetensi terhadap kinerja pegawai bidang cipta karya di dinas pupr provinsi riau. 3, 336–347.*

Timothy Coombs. (2014). *Ongoing Crisis Communication : Planning, Managing, and Responding.* <https://www.betterworldbooks.com/product/detail/ongoing-crisis-communication-planning-managing-and-responding-9781452261362>

Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). *Model Komunikasi Coorporate dalam Membangun Citra Perusahaan. 2(1), 27–42.*

Utomo, B. S., Akbar, R. M., & Putra, M. (2023). *Manajemen Krisis Pandemi Covid-19 Di Indonesia. 7(2), 130–142.*

Yuanita, D. (2021). *Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. 6(1), 23–44.*