

ABSTRAK

Rebecha Wulandari Sirait. NIM. 220531100133. Program Studi Ilmu Komunikasi.
Narasi Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Reputasi PT KAI Paska Kasus Anjlokkan Kereta Api Argo Bromo Anggrek.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana reputasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dibangun kembali melalui narasi komunikasi publik pasca insiden anjlokkan KA Argo Bromo Anggrek pada 1 Agustus 2025. Fokus utama penelitian adalah menganalisis cara perusahaan mengonstruksi cerita krisis dan nilai-nilai yang ditekankan dalam pesan resmi guna memulihkan kepercayaan publik dan pemangku kepentingan. Melalui studi ini, diharapkan diperoleh pemahaman mendalam mengenai efektivitas penggunaan narasi sebagai alat strategis dalam manajemen krisis reputasi BUMN.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus kualitatif dengan paradigma konstruktivis-interpretif. Objek penelitian ini adalah pesan komunikasi resmi PT KAI, yang mencakup siaran pers, unggahan di akun Instagram @keretaapikita, serta naskah *talking points* konferensi pers. Teknik analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Paradigma Naratif Walter Fisher untuk mengevaluasi kualitas pesan berdasarkan standar koherensi (struktural, material, karakterologis) dan fidelitas naratif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi PT KAI memiliki koherensi struktural yang kuat melalui alur kronologis yang runtut dan logis. Koherensi material terjaga melalui konsistensi data di berbagai kanal komunikasi, sementara koherensi karakterologis dibangun lewat citra pimpinan dan humas yang bertanggung jawab serta proaktif. Dari sisi fidelitas, narasi tersebut selaras dengan nilai-nilai publik seperti keselamatan, akuntabilitas, dan empati yang diwujudkan melalui kebijakan *service recovery* yang konkret. Secara keseluruhan, pemenuhan standar naratif ini berperan signifikan sebagai perangkat pemulihan untuk membentuk kembali kepercayaan publik pasca-krisis.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Reputasi, Paradigma Naratif, PT KAI.

ABSTRAC

Rebecha Wulandari Sirait. NIM. 220531100133. Communication Science. Communication Narratives in Reputation Crisis Management of PT KAI Following the Argo Bromo Anggrek Train Derailment.

This research aims to explain how the reputation of PT Kereta Api Indonesia (Persero) was rebuilt through public communication narratives following the KA Argo Bromo Anggrek derailment incident on August 1, 2025. The primary focus is to analyze how the company constructed the crisis story and the values emphasized in official messages to restore public and stakeholder trust. Through this study, it is expected to gain a deep understanding of the effectiveness of using narratives as a strategic tool in the reputation crisis management of a State-Owned Enterprise.

The research method employed is a qualitative case study within a constructivist-interpretive paradigm. The research objects are PT KAI's official communication messages, including press releases, posts on the @keretaapikita Instagram account, and press conference talking points. Data analysis was conducted using Walter Fisher's Narrative Paradigm approach to evaluate message quality based on standards of coherence (structural, material, characterological) and narrative fidelity.

The results indicate that PT KAI's narrative possesses strong structural coherence through a systematic and logical chronological flow. Material coherence is maintained via data consistency across various communication channels, while characterological coherence is established through the responsible and proactive image of leadership and public relations. In terms of fidelity, the narrative aligns with public values such as safety, accountability, and empathy, manifested through concrete service recovery policies. Overall, the fulfillment of these narrative standards plays a significant role as a restoration tool to reshape public trust post-crisis.

Keywords: Crisis Communication, Reputation, Narrative Paradigm, PT KAI.