

Peran Humas dalam Pelayanan Pembelian Tiket Kereta Api Online (Studi di Stasiun Kapanjen Kabupaten Malang)

**Samsul Hadi
Kukuh Sinduwiatmo**

(Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
email:sjamsoelseya@yahoo.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran Humas PT. KAI Daerah Operasi 8 Surabaya yang dilaksanakan oleh Kepala Stasiun Kapanjen dalam pembelian tiket kereta api secara online di Stasiun Kapanjen. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data primer dikumpulkan langsung dari responden dengan metode wawancara yang akan diajukan Manajer Humas DAOP 8 Surabaya, Kepala Stasiun Kapanjen, dan Pembeli tiket kereta api di Stasiun Kapanjen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepala Stasiun Kapanjen telah melaksanakan empat kategori peran kehumasan yakni *communication technician*, *expert prescriber*, *communication fasilitator*, dan *problem-solving fasilitator* dengan baik.

Kata kunci: peran humas, pelayanan, tiket online

Abstract

This study aimed to describe the role of Public Relations PT. KAI Daerah Operasi 8 Surabaya was conducted by Head of Kapanjen Station in purchasing train tickets online at Kapanjen Station. This research used qualitative descriptive research. Primary data sources were collected directly from respondents by interview that will be submitted Public Relations Manager of DAOP 8 Surabaya, Head of Kapanjen Station, and buyer train tickets at Kapanjen Station. The results showed that the Head of Station Kapanjen Station had implemented four categories of public relations roles ie communication technician, expert prescriber, communication fasilitator, and problem-solving fasilitator well.

Keywords: public relations role, service, online ticket

Pendahuluan

Penilaian atas keberhasilan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dapat dilihat dengan kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diberikan. Konsumen menginginkan kualitas pelayanan jasa yang terbaik, harga yang murah dan penyerahan jasa yang cepat dan tepat waktu. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa apabila perusahaan ikut bersaing dalam perusahaan bebas, maka dituntut untuk melakukan perbaikan secara terus-menerus (*continue improvement*) dalam berbagai bidang agar tercapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Berkaitan dengan sistem penjualan tiket, *online ticketing* merupakan era baru dalam penjualan tiket kereta api, khususnya penjualan tiket kereta api di stasiun kecil seperti Stasiun Kepanjen. Oleh karena itulah dibutuhkan kerja keras guna mensosialisasikan fasilitas *online ticketing* kepada masyarakat setempat. Peran tersebut merupakan tugas salah satu seksi yang tersusun dalam struktur organisasi PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya, yaitu seksi Hubungan Masyarakat (Humas).

Anggoro (2000:2) mengemukakan humas adalah segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepak terjangnya. Sementara Rachmadi (1996:20) menegaskan bahwa humas adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Lebih lanjut lagi disebutkan bahwa Humas merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.

Dibalik fungsi dan tugasnya, humas berperan sebagai komunikator, back up management, menciptakan program (creator), mengkonsep berbagai naskah(conseptor), penghubung antara manajemen dan karyawan (mediator), pemecah masalah (problem solver) dan pembangun citra perusahaan atau organisasi (image maker) (Ruslan, 2010).

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006) dalam buku *Effective Public Relations*, terdapat empat peran penting humas dalam sebuah organisasi, yaitu *communication technician*, *expert prescriber*, *communication fasilitator*, dan *problem-solving fasilitator*. Peran humas sebagai *communication technician* berarti humas berperan sebagai pelaksana komunikasi di dalam organisasi. Sedangkan peran humas sebagai *expert prescriber* berarti humas adalah seorang ahli yang memberikan saran, nasehat kepada pimpinan organisasi. Disisi lain, peran humas sebagai *communication fasilitator* berarti humas adalah jembatan

komunikasi antara publik dengan perusahaan dan peran humas sebagai *problem-solving facilitator* berarti humas memfasilitasi pemecahan masalah di dalam organisasi.

Sedangkan tugas Humas PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya adalah melaksanakan hubungan dengan masyarakat, penyuluhan di lingkungan perusahaan (internal) dan dengan media massa di luar perusahaan (eksternal). Adanya permasalahan, pro kontra, dan kritikan yang dihadapi maka diperlukan peran humas yang handal untuk dapat mempublikasikan program perusahaan demi menjaga reputasi positif. Humas sebagaimana yang dikatakan oleh Institute of Public Relations, Dowling dan Cutlip, Centre & Broom berperan juga sebagai communication technician yang dalam hal ini humas mengkomunikasikan kebijakan organisasi kepada publik agar publik dapat mengetahui hal-hal apa saja yang telah dan akan dilakukan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Stasiun Kapanjen di Kabupaten Malang merupakan salah satu stasiun kelas satu yang berada di bawah naungan PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya. Semua kereta api kelas Ekonomi, Bisnis maupun Eksekutif berhenti di stasiun ini untuk melayani naik turun penumpang, meskipun terletak di wilayah Malang pingiran, ternyata jumlah penumpang cukup ramai. Salah satu tugas Humas PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya yang berhubungan dengan masyarakat adalah mengawal program pembelian tiket secara *online* yang ternyata tidak berjalan mulus dan menimbulkan kritik dikalangan pengguna jasa Keluhan-keluhan dari masyarakat tersebut biasanya diakibatkan oleh kelalaian atau kesalahan dari petugas stasiun terutama yang berhubungan dengan petugas penjual tiket dan system ticketing online tersebut, sehingga pengguna jasa merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas atau system yang sedang di jalankan oleh PT. KAI .

Kepala Stasiun Kapanjen sebagai ujung tombak perusahaan di daerah mempunyai kewajiban melaksanakan tugas kehumasan di stasiunnya dan wajib dalam ikut serta mensukseskan program program perusahaan dalam hal ini sosialisasi kepada masyarakat langsung face to face agar pesan yang disampaikan lebih cepat diterima masyarakat.

Melalui uraian di muka, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana peran Humas PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya dalam pelayanan pembelian tiket kereta api secara *online* di Stasiun Kapanjen. Tujuan penelitian ini adaah untuk mendeskripsikan peran Humas PT KAI Daerah Operasi 8 Surabaya dalam pelayanan pembelian tiket kereta api secara online di Stasiun Kapanjen.

Landasan Teoretis

Peran Humas

Peran Public Relations secara umum adalah sebagai communicator atau penghubung antara organisasi dengan publiknya. Membina hubungan, yaitu hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya yang bersifat positif. Perkembangan profesionalisme public relations yang berkaitan dengan perkembangan peranan PR, baik sebagai praktisi maupun profesional dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut Dozier dan Broom (1995) bahwa peranan public relations dibagi empat kategori, yaitu sebagai berikut : (Ruslan, 2002 : 21)

1. *Expert Prescriber (Penasehat Ahli)*

Sebagai praktisi ahli public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship).

2. *Communication Fasilitator (Fasilitator Komunikasi)*

Praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh publiknya dari organisasi bersangkutan, seta harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan sehingga dengan komunikasi diharapkan timbal balik yang dilaksanakan oleh PR sehingga tercipta saling pengertian, percaya, menghargai dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. *Problem Solving Process Fasilitator (Fasilitator Proses Pemecahan)*

Peranan praktisi PR dalam hal proses pemecahan persoalan public relations merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan keputusan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4. *Communication Technician (Teknisi Komunikasi)*

Berbeda dengan dengan tiga peranan praktisi PR profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Sedangkan dalam peranan communication technician ini sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization* dan sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing level, yaitu

secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan ke tingkat atasan.

Tugas Pokok dan Fungsi Seksi Humas

Seksi humas mempunyai tugas pokok melaksanakan hubungan masyarakat, penyuluhan di lingkungan perusahaan (internal) dan dengan media massa di luar perusahaan (eksternal). Masing-masing bagian dalam divisi humas memiliki gambaran tugas sebagai berikut :

1. Kepala Humas

Tugas utama Kepala Humas adalah melaksanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan kegiatan humas dalam hubungan dengan pihak intern maupun ekstern. Hal itu meliputi :

- a. Membantu direksi dalam merumuskan kebijakan terutama dalam perumusan kebijaksanaan di bidang kehumasan.
- b. Memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan humas sehingga humas mampu berfungsi sebagai ujung tombak perusahaan dan mampu menjadi alat manajemen dalam menjaga citra perusahaan.
- c. Menentukan garis besar rencana kerja humas. Menyampaikan pesan - pesan penerangan dari perusahaan kepada publik baik intern maupun ekstern.
- d. Membina hubungan kerjasama yang baik dengan publik intern maupun ekstern.

2. Seksi Hubungan Internal

- a. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program komunikasi dengan publik intern yaitu karyawan dan pemegang saham.
- b. Mendistribusikan tabloid pembinaan intern "KONTAK" yang di terbitkan oleh bagian humas pusat PT Kereta Api (Persero) secara berkala dan terencana, tujuannya adalah untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan direksi perusahaan kepada seluruh jajaran perusahaan, memberikan bimbingan dan pengetahuan baru bagi seluruh karyawan dan menggalang persatuan dan kesatuan di antara karyawan.

3. Seksi Hubungan Penyuluhan Eksternal

- a. Merencanakan, mengkoordinasi dan mengendalikan program - program komunikasi dengan publik ekstern yakni pers, pelanggan pengguna jasa dan pemerintah.

- b. Menjaga hubungan baik dan harmonis dengan kalangan pers, pelanggan, pengguna jasa dan pemerintah.
- c. Memantau, menghimpun dan menganalisis informasi yang beredar di masyarakat

Stasiun Kapanjen Sebagai salah satu obyek jangkauan tugas dan kewenangan dari seksi Humas DAOP 8 Surabaya dengan tentu harus mendapatkan porsi sama dalam hal informasi kepada masyarakat terkait sistem, regulasi hingga tata pelayanan yang diterapkan pada perusahaan saat ini. Kurangnya informasi kepada masyarakat mengenai sistem ticketing online akan berdampak pada pandangan negative terhadap perusahaan.

Menurut Agustyo Wibowo Kepala Stasiun Kapanjen sebagai ujung tombak perusahaan di daerah mempunyai kewajiban melaksanakan tugas kehumasan di stasiunnya dan wajib dalam ikut serta mensukseskan program program perusahaan dalam hal ini sosialisasi kepada masyarakat langsung face to face agar pesan yang disampaikan lebih cepat diterima masyarakat dan rutin dilaporkan setiap bulannya .(5 Agustus 2015).

Tugas pokok Kehumasan Kepala Stasiun Kapanjen antara lain :

1. Mengelola dan memberikan informasi atau penjelasan tentang program pelayanan kepada pengguna jasa kereta api dan masyarakat sekitar dalam usaha memberikan pelayanan yang prima dan profesional.
2. Memberikan penyelesaian kompalin pengguna jasa kereta api.
3. Melakukan usaha-usaha pemasaran kepada masyarakat.

Online Ticketing Kereta Api

Tiket merupakan salah satu dokumen resmi milik pelanggan sebagai salah satu tanda bukti menggunakan pelayanan jasa angkutan. Tiket tersebut berupa isi identitas diri pengguna jasa serta berisi nomor tempat duduk yang dimiliki. Sebagai salah satu penyelenggara pelayanan jasa angkutan, untuk dapat menggunakan atau menaiki kereta api, calon penumpang harus memiliki tiket sebagai tanda bukti dapat menggunakan jasa ini. Untuk dapat memperoleh sebuah tiket, calon penumpang harus terlebih dahulu mengetahui informasi tujuan keberangkatan, waktu keberangkatan, kereta yang akan digunakan, tarif tiket kereta, serta mengisi identitas diri sesuai dengan kartu identitas yang dimiliki (Renayan, 2013:54).

Dalam perkembangannya, kereta api telah menerapkan beberapa sistem tiket yang diberlakukan sebelumnya, yakni manual dan semi online. Awalnya, kedua sistem ini dilakukan untuk memudahkan pelanggan mendapatkan tiket KA.

Namun, beberapa aspek dipertimbangkan kembali untuk menggunakan kedua, sistem tiket ini. Alasan pertama yakni dalam sistem tiket manual yang ternyata membuat terjadinya penumpukan penumpang di area stasiun, selain itu munculnya calo – calo yang merugikan para pelanggan KA. Alasan kedua untuk penerapan sistem semi online, saat itu cukup memudahkan para pelanggan KA untuk mendapatkan tiket KA, namun terkadang sering terjadi double seat atau penomoran ganda tempat duduk sehingga sering memunculkan kesalahan sistem karena pembelian tiket tersebut dapat dari stasiun keberangkatan di daerah operasi. Namun, pada saat ini seiring dengan perkembangan zaman teknologi, PT KAI juga menggunakan sistem baru untuk penjualan tiket yang dilakukan yakni RTS (*Rail Ticketing System*). Kegunaannya yakni sebagai pengawas atau mengontrol penjualan tiket, serta sebagai data informasi jumlah tempat duduk yang masih disediakan oleh KAI.

Pada saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) sudah mulai menerapkan adanya kebijakan sistem ticketing secara online. *Online ticketing* ini adalah pembelian tiket atau pelanggan dalam memperoleh tiket yang dapat dilakukan melalui media website KAI, atau aplikasi smartphone lainnya. *Online ticketing* ini juga adalah akses pembelian tiket KA melalui berbagai agen resmi penjualan tiket KA maupun melalui toko waralaba seperti Indomaret dan Alfamart. Dalam *online ticketing* itu berisi konten informasi daftar harga, jadwal dan nama KA keberangkatan serta informasi sisa tempat duduk yang dapat diberikan pada penumpang. Apabila para pelanggan ini membeli melalui akses online ini maka, saat keberangkatan para calon penumpang hanya menyerahkan bukti struk pembayaran di loket stasiun keberangkatan untuk ditukarkan menjadi bukti tempat duduk (Renayan, 2013:56).

Sistem ini hampir serupa dengan pemberlakuan sistem tiket dari maskapai penerbangan. Melalui metode ini maka pihak KAI dapat mengurangi jumlah penumpang yang membeli tiket di stasiun serta mengurangi dari adanya calo. Perubahan sistem online menjadi online ticket ini arahnya menjelaskan kepada tiga hal yakni tarif, regulasi dan pelayanan. Melalui adanya sistem ini, maka bagi para calon penumpang akan mudah mendapatkan segala bentuk informasi mengenai harga tiket, jadwal tiket dan jenis kereta yang akan dipilih (Kelas ekonomi, bisnis dan eksekutif).

Cara Pesan/ Beli Tiket Kereta Api Secara Online

Cara pesan atau beli tiket melalui online adalah sebagai berikut:

- a) Pemesanan tiket melalui internet yaitu dengan membuka situs resmi PT KAI (Persero) dengan alamat *tiket.kereta-api.co.id* untuk waktu

- keberangkatan H-90 hari sampai dengan H-2 hari sebelum keberangkatan KA.
- b) Calon penumpang cukup memilih stasiun keberangkatan, stasiun tujuan, tanggal keberangkatan dan jumlah penumpang melalui web tersebut. Setelah mengisi data diri sesuai identitas, calon penumpang akan mendapatkan kode pembayaran yang dapat dibayarkan melalui channel pembayaran sesuai dengan pilihan bank yang disediakan.
 - c) Pembayaran melalui Minimarket dan Payment Point (waktu pelayanan s.d. Pukul 22.00 WIB dan beberapa gerai melayani 24 jam)
 - d) Payment Point (waktu pelayanan *office hour*) antara lain kantor pos, jaringan Flash Mobile, Pembayaran menggunakan Kartu Kredit Visa/Master, CIMB Kliks, BCA KlikPay, e-Pay BRI, DokuPay, Sky Mobile Money.
4. Setelah pembayaran calon penumpang akan mendapatkan notifikasi melalui email, kemudian cetak notifikasi tersebut dan tukarkan dengan tiket KA di stasiun *online* terdekat.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data primer dikumpulkan langsung dari informan dengan metode wawancara. Informan penelitian terdiri dari Manajer Humas DAOP 8 Surabaya, Kepala Stasiun Kapanjen, dan Pembeli tiket kereta api di Stasiun Kapanjen.

Hasil dan Pembahasan

Peran Humas PT KAI Daop 8 Surabaya di Stasiun Kapanjen

Peran dan fungsi humas PT KAI Daop 8 Surabaya secara umum menurut Informan Bapak Agustiyo Wibowo Kepala Stasiun Kapanjen. adalah

“Sebagai penghubung antara lembaga dan publik. Pertama, secara internal membangun hubungan antar unit terkait program program yang dijalankan oleh perusahaan . Fungsi yang kedua adalah menerima aspirasi dari stakeholder yang nantinya akan menjadi bahan masukan dan feedback bagi perusahaan .” (Wawancara, 5 Agustus 2015).

Pembahasan hasil penelitian ini akan diawali dengan penjelasan tentang peran humas yang dilakukan oleh Kepala Stasiun Kapanjen, Menurut Dozier dan Broom (1995) bahwa peranan public relations dibagi empat kategori yaitu :

1. Penasehat Ahli

Humas sebagai *Expert Prescriber Communication* (Penasehat Ahli), berperan dalam memberikan saran kepada pimpinan untuk mengambil kebijakan atau dalam menentukan program yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan dari perusahaan atau lembaga. Humas juga dapat memberikan saran kepada pimpinan mengenai jalan keluar terhadap masalah yang dihadapi oleh lembaga atau organisasi yang diwakilinya. Humas bisa memberikan saran pada pimpinan berdasarkan pengalaman-pengalaman yang telah ditemuinya.

Penasehat Ahli adalah praktisi ahli public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship). Penasehat ahli mempunyai indikator-indikator : pemahaman petugas mengenai program ticketing online dan penyelesaian masalah dengan baik.

a. Pemahaman Petugas Mengenai Program ticketing online

Berdasarkan hasil wawancara dengan Agustyo Wibowo Kepala Stasiun Kapanjen menyatakan kesiapan petugas frontliner terhadap pemahaman program ticketing online berjalan baik.

b. Penyelesaian Masalah dengan baik

Berdasarkan wawancara dengan informan menyatakan petugas mampu menyelesaikan masalah dengan baik. Hasil wawancara dengan Ibu Tika (Ibu rumah tangga penumpang kereta api dari Stasiun Kapanjen)

“Petugas dapat menyelesaikan masalah yang ada dengan baik sesuai keinginan saya, dan saya merasa puas.” (Wawancara, 4 Agustus 2015).

2. Fasilitator Komunikasi

Humas sebagai *Communication Facilitator* (Fasilitator Komunikasi) berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Humas menjadi mediator ketika terjadi *miss communication* antara perusahaan dengan publiknya. Humas perlu melakukan mediator bagi publik internal dan publik eksternal lembaga yang diwakilinya. Humas bertugas menjadi mediator bagi publik internal, yaitu bagian-bagian yang ada di lembaga yang diwakilinya. Humas juga perlu menjadi mediator antara lembaga dan publik eksternalnya, yaitu masyarakat luas. Sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh publiknya dari organisasi bersangkutan.

Indikator fasilitator komunikasi adalah memberikan informasi dengan jelas, menggunakan bahasa Indonesia dengan baik, sikap ramah dalam menyelesaikan masalah, memberikan tanggapan bila ada keluhan pasien, pelayanan sesuai prosedur, melakukan komunikasi dengan baik, memberikan penjelasan secara lengkap.

3. Memberikan Informasi Dengan Jelas

Kejelasan informasi sangat dibutuhkan oleh konsumen, berdasarkan hasil wawancara dengan informan menyatakan petugas memberikan informasi dengan jelas dan tidak berbelit-belit, salah satu responden menyatakan hal yang sama. Hasil wawancara dengan Bapak Hendra. (penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kepanjen)

*“Iya, petugas memberikan informasi dengan jelas, tidak berbelit-belit
“.(Wawancara, 4 Agustus 2015).*

4. Menggunakan Bahasa Indonesia Dengan Baik

Wawancara dengan informan menyatakan petugas menggunakan Bahasa Indonesia dengan baik. Hasil wawancara dengan Ibu Mety, (karyawati swasta penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kepanjen)

“Petugas menggunakan Bahasa Indonesia dengan baik sehingga saya mudah mengerti dengan penjelasan yang diberikan oleh petugas“.(Wawancara, 4 Agustus 2015).

5. Sikap Ramah Dalam Menyampaikan Informasi

Sikap ramah dan simpatik dalam menyampaikan informasi adalah bentuk dari komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik. Dapat dijelaskan bahwa informan mengatakan petugas bersikap ramah dalam menyelesaikan masalah yang timbul. Hasil wawancara dengan Yuli (mahasiswi penumpang kereta api dari Stasiun Kepanjen)

*“Petugas bersikap ramah dalam menyelesaikan masalah, petugas selalu memberikan senyum dan bersikap ramah kepada penumpang .
(Wawancara, 4 Agustus 2015).*

6. Memberikan Tanggapan Bila Ada Keluhan Penumpang

Program ticketing online adalah sesuatu yang baru bagi masyarakat terutama yang tinggal di daerah Kepanjen. Kendala sudah dengan tentu ada. Keluhan-keluhan dari masyarakat tersebut biasanya diakibatkan oleh kelalaian atau kesalahan dari petugas stasiun terutama yang berhubungan dengan petugas penjual tiket dan system ticketing online tersebut, sehingga pengguna jasa

merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas atau system yang sedang di jalankan.

Wawancara dengan informan Bapak Hendra. (Penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kepanjen) menyatakan petugas memberikan tanggapan bila ada keluhan dengan baik.

*“Iya. Petugas memberikan penyelesaian terhadap keluhan kami.”
(Wawancara, 4 Agustus 2015).*

7. Pelayanan Sesuai Prosedur

Secara umum, pelayanan PT. KAI Kepanjen juga dinilai cukup memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan sebagai berikut:

“Iya lebih nyaman, bener bener kinerja yang bagus dari PT KAI dibandingkan beberapa tahun yang lalu PT KAI sekarang lebih memikirkan pelayanan dan kenyamanan penumpangnya meskipun masih ada yang harus lebih diperbaiki lagi”. (Sukirno, PNS penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kepanjen), Wawancara, 4 Agustus 2015).

Dari pernyataan informan dapat dimaknai jika masih ada beberapa masalah yang dirasakan oleh calon penumpang yang hendak memesan tiket. Masalah tersebut berkaitan dengan kemampuan SDM yang kurang maksimal, kemudian masalah-masalah teknis yang menghambat pelayanan.

8. Komunikasi Dengan Baik

Berkomunikasi dengan baik kunci suksesnya sebuah hubungan, tidak terkecuali saat seseorang membutuhkan penjelasan mengenai hal yang tidak dimengerti. Hasil wawancara dengan informan Ibu Tika menyatakan bahwa petugas telah melakukan komunikasi dengan baik pada saat melayani penumpang.

“Iya petugas berkomunikasi dengan baik ramah dan mudah kami pahami”. (Wawancara, 4 Agustus 2015).

9. Penjelasan Secara Lengkap

Dengan memberikan penjelasan secara rinci dan jelas memudahkan para penumpang yang membutuhkan informasi, menurut pernyataan yang disampaikan informan Sdr Sukirno (PNS penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kepanjen), penjelasan yang diberikan oleh petugas sudah dilaksanakan dengan baik, lengkap dan jelas.

“Saat saya membutuhkan Informasi petugas memberikan informasi dengan baik dan jelas sehingga saya tidak merasa bingung lagi”.

10. Teknisi Komunikasi

Dalam menjalankan peranannya sebagai teknisi komunikasi atau praktisi public relation, seorang public relation berperan sebagai jurnalis dan hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau yang lebih dikenal dengan *method of communications*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (level). Maksudnya sistem komunikasi baik arus maupun media komunikasi yang digunakan secara horisontal maupun vertikal mempunyai teknis komunikasi yang berbeda. Adapun tugas seorang public relation yang berperan sebagai teknisi komunikasi adalah menulis new release, menulis house journal, mengembangkan isi web, menangani kontak media, dan berhubungan dengan banyak publik di organisasi.

Indikator dari teknisi komunikasi adalah pelayanan dengan cepat, media publikasi dimengerti, media publikasi menarik.

11. Pelayanan Dengan Cepat

Melayani dengan cepat dan tepat adalah pelayanan yang di inginkan oleh setiap konsumen dan hal ini sudah dilakukan oleh petugas sesuai dengan hasil wawancara dengan informan Ibu Mety Karyawati swasta (penumpang kereta api dari Stasiun Kapanjen)

“Iya, petugas melayani kami dengan cepat dan tepat, tidak perlu lama menunggu“.(wawancara, 4 Agustus 2015).“

12. Media Publikasi Mudah Dimengerti

Jika dilihat dari bentuk sosialisasi Humas PT. KAI di Stasiun Kapanjen dapat dilihat dari pernyataan informan sebagai berikut:

“Seperti yang telah saya sampaikan tadi kepala stasiun adalah kepanjangan tangan manajemen ,sebelum diluncurkannya program ini kami sudah di bekali oleh manajemen ,dalam hal ini humas melalui diklat ,seminar serta koordinasi yang secara intensif kami lakukan secara internal, dengan demikian kami cukup diberikan alat peraga seperti pamflet ,baliho ,spanduk, dan lain lain bentuk informasi lainnya yang bisa kami sampaikan kepada masyarakat sekitar kapanjen, dan evaluasi kinerja stasiun yang setiap bulan harus kami pertanggung jawabkan”. (Agustiyo Wibowo, Kepala Stasiun Kapanjen Malang, wawancara 5 Agustus 2015).

Pernyataan di atas dapat diartikan jika PT. KAI Stasiun Kapanjen telah melakukan berbagai sosialisasi dengan maksimal. Dengan mengerahkan SDM dan berbagai bentuk periklanan melalui media-media baik cetak maupun online.

Sosialisasi tersebut berdampak pada pengetahuan masyarakat mengenai program yang sedang dilaksanakan. PT. KAI Stasiun Kapanjen, dinilai telah berhasil dalam sosialisasi yang informatif karena banyak pengguna kereta api di Stasiun Kapanjen mengetahui sistem reservasi tiket secara online. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan.

“Ya, saya tahu dan sering memesan tiket secara online. Sudah cukup informatif, beberapa kali saya dapatkan informasi dari melalui spanduk, brosur, stiker, pamflet dan juga media cetak serta televisi. (Sukirno, PNS penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kapanjen, Wawancara, 4 Agustus 2015).

Pernyataan di atas menjelaskan jika masyarakat mengapresiasi upaya sosialisasi dari pihak Humas PT. KAI Stasiun Kapanjen dalam hal program ticketing secara online, yang sangat informatif. Sehingga, kini pengguna Kereta Api di Stasiun Kapanjen dapat mengetahui jika untuk membeli tiket kereta api tidak harus ke stasiun terlebih dahulu, bahkan dapat dilakukan di pasar-pasar ritel milik swasta seperti Indomart dan lainnya.

13. Media Publikasi Menarik

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Sukirno, PNS penumpang kereta api Penataran dari Stasiun Kapanjen menyatakan bahwa media publikasi yang disampaikan cukup menarik.

“Sudah cukup informative dan menarik selain dari petugas stasiun, beberapa kali saya dapatkan informasi dari melalui spanduk, brosur, stiker, pamflet dan juga media cetak serta televisi.”(wawancara, 4 Agustus 2015)

Namun, faktanya, meskipun telah dianggap baik dalam pelayanan dan sosialisasi, Humas PT. KAI di Stasiun Kapanjen masih mengalami beberapa kendala. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan sebagai berikut.

“Kendala dalam menjalankan ticketing online tentunya ada seperti jaringan yang terkadang eror, seringkali masyarakat menelepon 121 yang terkadang sulit terhubung, dengan adanya kendala yang dulu belum diselesaikan maka kami untuk tahun ini melakukan perbaikan seperti meningkatkan tenaga IT dalam membuat sever program lebih baik, meningkatkan kapasitas kecepatan internet atau bandwidth untuk

mengantisipasi membludaknya pemesanan tiket secara online dari 120 Mbps menjadi 260 Mbps, juga melakukan penambahan pegawai customer service sehingga kami mengharapkan program ini bisa berjalan dengan baik". (Sumarsono, Manager Husmada PT. Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya, Wawancara, 5 Agustus 2015).

Pernyataan informan memperlihatkan jika dibalik keberhasilan program yang dinilai telah maksimal tersebut, masih terdapat kendala yang menghambat pelaksanaan program tiket online. Melalui pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan pelayanan publik yaitu (Osborne, 2000:189):

- a. Kelemahan yang berasal dari sulitnya menentukan atau mengukur output maupun kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.
- b. Pelayanan yang diberikan pemerintah memiliki ketidakpastian tinggi dalam hal teknologi produksi sehingga hubungan antara output dan input tidak dapat ditentukan dengan jelas.
- c. Pelayanan pemerintah tidak mengenal "*bottom line*" artinya seburuk apapun kinerjanya, pelayanan pemerintah tidak mengenal istilah bangkrut.
- d. Berbeda dengan mekanisme pasar yang memiliki kelemahan dalam memecahkan masalah *eksternalities*, organisasi pelayanan pemerintah menghadapi masalah berupa *internalities*. Artinya, organisasi pemerintah sangat sulit mencegah pengaruh nilai-nilai dan kepentingan para birokrat dari kepentingan umum masyarakat yang seharusnya dilayaninya.

14. Fasilitator proses pemecahan masalah (Problem Solving Process Facilitator)

Peranan public relation dalam proses pemecahan masalah, merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan berupa keputusan dalam mengatasi persoalan yang ada. Misalnya, ketika ada masalah seorang public relation membantu pimpinan organisasi untuk menciptakan pendapat publik dan mampu menjelaskan serta menekankan tanggungjawab kepada pimpinan untuk dapat melayani kepentingan publik sehingga permasalahan dapat segera terselesaikan dengan cepat. Selain itu juga, dalam mengambil keputusan public relation dapat menjadi penengah ketika keputusan diambil dengan tidak memihak kepada pimpinan dan publik. Maka seorang public relation harus dapat membentuk suatu tim yang dikoordinasi oleh *public relation* yang melibatkan berbagai departemen dan

keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu mengatasi semua masalah yang terjadi dalam organisasi sesuai pernyataan informan sebagai berikut.

“Begini salah satu tupoksi Kepala Stasiun adalah menjamin kemudahan, kenyamanan, kebersihan, keindahan dan kejelasan informasi kepada pengguna jasa angkutan kereta-api. Sebagai wakil Manajemen dalam mengkoordinasikan seluruh kegiatan unit pelaksana teknis di lingkungan stasiun dengan pihak external harus kami laksanakan dengan penuh tanggung jawab tentunya tidak lepas dari koordinasi dengan manajemen diluar hal hal yang bersifat teknis, sumbang saran kepada pimpinan mengenai jalan keluar terhadap masalah yang dihadapi dilapangan juga salalu kami lakukan.”
(Agustiyo Wibowo, Kepala Stasiun Kapanjen Malang, wawancara 5 Agustus 2015)

Simpulan dan Saran

1. Simpulan

- a. Kepala Stasiun Kapanjen Stasiun telah melaksanakan peran sebagai *Expert Prescriber Communication* (Penasehat Ahli) dengan baik.
- b. Kepala Stasiun Kapanjen Stasiun telah melaksanakan peran sebagai *Communication Fasilitator* (Fasilitator Komunikasi).
- c. Kepala Stasiun Kapanjen Stasiun telah melaksanakan peran sebagai *Communication Technician* (Teknisi Komunikasi) dengan bertindak sebagai *journalist in resident* yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.
- d. Kepala Stasiun Kapanjen Stasiun telah melaksanakan peran sebagai *Problem Solving Process Fasilitator* (Fasilitator Proses Pemecahan) dengan baik.

2. Saran

- a. Pelatihan terhadap SDM/Pegawai Stasiun agar lebih informatif dan komunikatif dalam melayani pengguna jasa Kereta Api.
- b. Sosialisasi bisa dilakukan dengan mengadakan *event-event* yang melibatkan masyarakat/khalayak umum, dimana event tersebut juga menghadirkan peralatan-peralatan teknologi, yang berhubungan dengan reservasi tiket secara online.

Daftar Pustaka

- Daniel, C. N., & Berinyuy, L. P. (2010). "Using the SERVQUAL model to assess service quality and customer satisfaction: An empirical study of grocery stores in Umea". *Journal of Business Spring Semester*.
https://kereta-api.co.id/annual_report_2012, diunduh tanggal 30 juli 2015.
<http://sinarharapan.co.id>, diunduh tanggal 2 Agustus 2015.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, A. (2002). *Makna budaya dalam komunikasi antarbudaya*. Yogyakarta: LKIS.
- Mariyam, S. (2007). Pergeseran Kebijakan Dalam Pelayanan Publik Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN)(Dalam Perspektif Hukum dan Kebijaksanaan Publik). *Jurnal Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang*.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Renayan, E. D. (2013). Proses Konstruksi Kebijakan System Online Ticketing di Direktorat Komersial PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya*.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi. Edisi Revisi 9*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (1998). *Manajemen humas dan manajemen komunikasi konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, R. (2002). *Manajemen humas dan komunikasi: Konsepsi dan aplikasi. Edisi Revisi, Cet.4*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, S. & Elvinaro, A. (2002). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sari, B. W. N. (2012). *Humas pemerintahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Walpole, R. E. (1995). *Pengantar statistika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.