

**PERANAN HUMAS PT. KAI DAOP III CIREBON
DALAM PENANGANAN KELUHAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
PENGGUNA JASA KERETA API**

Aceng Jarkasih
Acengjarkasih6@gmail.com
Dosen Tetap S1 Prodi Administrasi Publik
Universitas Majalengka

Abstract

This study aims to discover how to handle PR PT complaints. Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon to train service users, to find out how to increase the satisfaction of service users after addressing complaints in PT. Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon. The method used is a descriptive method. The results of this study indicate that the management of complaints by PT Kereta Api DAOP III to the service of users directly in general can be satisfactorily and satisfactorily managed under the aspect of credibility of 74.29%, which is considered good. In the credibility of 62.86% classified as good, speaking in style, the language used for processing 71.43% is classified as very good and service complaints are delivered directly to PT Kereta Api DAOP III Cirebon The result is create a feeling of satisfaction for consumers of 54.29% classified as good and increase the image for the company of 71.43% classified as good. The final conclusion of this study shows that the direct management of public complaints of PT Kereta Api DAOP III Cirebon can increase user satisfaction of railway services.

Keywords: public relations role, complaint management, user satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui cara menangani keluhan oleh Humas PT. Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon terhadap pengguna jasa kereta api, untuk mengetahui cara meningkatkan kepuasan pengguna jasa setelah menangani keluhan pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan oleh PT Kereta Api DAOP III kepada pengguna jasa secara langsung umumnya dapat ditangani dengan baik dan memuaskan dalam aspek kredibilitas yang diperoleh 74,29% tergolong baik, focus kredibilitas sebesar 62,86% tergolong baik, gaya bicara, bahasa digunakan penanganan 71,43% tergolong sangat baik dan pelayanan keluhan yang langsung diberikan kepada pihak PT Kereta Api DAOP III Cirebon ternyata dapat menciptakan rasa puas bagi konsumen sebesar 54,29% tergolong baik dan meningkatkan citra kepada perusahaan sebesar 71,43% tergolong baik. Kesimpulan akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan komplain langsung yang dilakukan oleh Humas PT Kereta Api DAOP III Cirebon dapat meningkatkan kepuasan bagi para pengguna jasa kereta api.

Kata Kunci: Peran Humas, Penanganan Keluhan, Kepuasan Pengguna

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini banyak perusahaan baik skala besar dan menengah mulai bersaing untuk merebut hati konsumen dengan berbagai cara. Hal ini dilakukan oleh banyak perusahaan mengingat semakin majunya pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, sehingga sulit bagi perusahaan untuk mengelabui konsumen dengan kualitas produk maupun jasa yang diproduksinya. Apalagi pada perusahaan jasa pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk mendapatkan perhatian konsumen. Bahkan memberikan pelayanan yang terbaik merupakan tujuan dari perusahaan jasa untuk memuaskan konsumennya.

Pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen diharapkan perusahaan tersebut akan memperoleh citra yang baik dan cenderung positif. Persepsi ini berkaitan erat dengan maju mundurnya suatu perusahaan yang dinilai oleh masyarakat terutama konsumen dan pengguna jasa tersebut. Oleh karenanya, banyak perusahaan jasa berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mendapatkan banyak konsumen, baik terhadap konsumen biasa maupun konsumen tetap.

Salah satu cara meningkatkan pelayanan konsumen yaitu dengan tetap menjaga komunikasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, agar tidak terjadi salah pengertian dan yang lebih penting perusahaan harus lebih mengetahui yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen serta berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow mengenai teori kebutuhan berangkaik dimana membagi kebutuhan secara bertingkat.

Seiring dengan majunya teknologi informasi dan kebebasan mengakses informasi maka berpengaruh lain bagi kehidupan masyarakat secara umum. Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari kebutuhan hidupnya, penunjang kegiatannya dan pemenuhan kebutuhannya. Menurut Krech, Crutchfield dan Ballacey *dalam* Rakhmat (2005:99) lebih jauh menjelaskan bahwa adanya kebutuhan untuk memecahkan masalah-masalah sosial, seseorang termotivasi untuk mencari pengetahuan bagaimana caranya agar dapat memecahkan masalah tersebut.

Perusahaan jasa seperti PT. Kereta Api DAOP III Cirebon memiliki komitmen yang tinggi terhadap pemenuhan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen dapat terpuaskan. Jasa pelayanan yang dilakukan oleh Humas PT. Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon dapat ditemukan seperti pelayanan mengenai keberangkatan kereta api yaitu antrian loket tiket kereta api, ruang tunggu di stasiun sampai pada jadwal keberangkatan kereta api. Di samping itu,

adanya *service recovery* yang dilakukan oleh pihak Humas PT. Kereta Api DAOP III Cirebon sebagai suatu layanan pengguna jasa kereta api yang menunggu keterlambatan datangnya kereta api sampai menerima berbagai keluhan dan masukan dari sarana dan prasarana yang dinilai belum memadai oleh konsumen.

Di sisi lain rasa tidak puasnya pengguna jasa kereta api karena masih minimnya informasi jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta api yang disediakan di setiap stasiun. Hal ini mengakibatkan banyak pengguna jasa merasa bingung saat ingin membeli tiket maupun akan berangkatnya kereta api yang dituju. Pengumuman keberangkatan maupun kedatangan berbagai jurusan dan nama kereta api yang tiba di stasiun lebih banyak menggunakan pengumuman melalui pengeras suara tanpa didukung informasi lain seperti jadwal tertulis terpasang di papan pengumuman maupun informasi lainnya. Hal ini dapat membingungkan para pengguna jasa ketika harus memasuki areal keberangkatan maupun ruang tunggu yang disediakan oleh stasiun.

Masih belum maksimalnya fungsi Humas PT Kereta Api Indonesia yang dimiliki di setiap stasiun mengakibatkan beberapa kendala yang dihadapi saat pengguna jasa ingin mengajukan keluhan baik kepada penjaga tiket penjualan maupun kepada petugas kontrol tiket masuk. Banyak pengguna jasa yang baru memakai jasa layanan kereta api tentu merasa bingung bahkan was – was ketika ingin menentukan pilihan kereta api yang akan dinaikinya dimana banyak sekali penumpang yang berebut memasuki kereta api yang sudah terparkir di lokasi keberangkatan dengan berbagai jurusan yang berbeda ke berbagai kota tujuan. Ini disebabkan masih minimnya sumber daya di bagian Humas di setiap stasiun guna menyebarkan informasi yang benar dan lengkap terhadap pengguna jasa kereta api. Oleh karena itu, PT. Kereta Api DAOP III Cirebon harus menyediakan bagian khusus untuk menangani keluhan yang menjadi cirikhas tersendiri dan menjadi tanggung jawab dari bagian humas. Di samping bertanggung jawab terhadap pekerjaan sebagai humas di PT. Kereta Api DAOP III Cirebon, juga seorang humas berfungsi sebagai pusat informasi dan pelayan bagi pengguna jasa, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan pengguna jasa dapat ditangani secara profesional oleh humas.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat betapa pentingnya kegiatan menangani keluhan yang menjadi tugas Humas PT. Kereta Api DAOP III Cirebon untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh bagi kemajuan dan nama baik perusahaan. Humas PT Kereta Api DAOP III menjadi bagian penting didalam meningkatkan citra baik dan positif bagi perusahaan secara umum. Oleh karena itu, tugas dan peranan Humas PT Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon harus jeli dan peka

terhadap keinginan dan aspirasi serta mampu menampung segala macam keluhan yang dilontarkan oleh pengguna jasa kereta api. Dengan demikian, humas mampu mengantisipasi segala macam keluhan maupun kritikan yang ditujukan olehnya manakala terjadi keluhan terhadap segala macam pelayanan dan fasilitas yang dimiliki di PT Kereta Api Indonesia DAOP III Cirebon.

B. Kajian Pustaka

Jenis Kegiatan Public Relations: Human Relations

Dalam sebuah manajemen, humas dan *human relations* merupakan kegiatan yang saling berkaitan, karenanya kedua-duanya didasari komunikasi. *Pertama*, humas yaitu komunikasi dalam berbagai bentuk yang berfungsi menciptakan, membina dan mengembangkan hubungan yang baik antara pimpinan dengan publik di dalam organisasi. *Kedua*, human relations yaitu suatu komunikasi antar persona yang bersifat manusiawi. *Human Relations* menurut Effendy (1993:48) dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak. Dalam arti sempit menurut Effendy (1993:50) adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*work Organization*) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Pelayanan Pelanggan Sebagai Kegiatan Humas

Salah satu kegiatan PR adalah membina hubungan dengan publik luar yang dikenal dengan kegiatan eksternal PR. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mencari serta mendapatkan dukungan dari publik yang berada di luar perusahaan tersebut. *Customer Relations* adalah suatu bentuk kegiatan perusahaan yang berusaha menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan atau anggota atau konsumen. Hal ini juga diungkapkan oleh Law Hanh (dalam Effendy, 2002:112) seorang pengusaha terkenal Amerika yaitu “sukses yang besar diperoleh suatu perusahaan bukan hanya penjualannya itu sendiri, setiap barang yang dijual satu kali kepada pembeli akan tetapi sebuah perusahaan dikatakan sukses, kalau bisa meningkatkan jumlah pelanggannya yang membeli berulang-ulang”.

Oleh karena itu sudah seharusnya tiap perusahaan dapat merancang dan menjalankan *Customer Relations*-nya dengan baik. Dalam pelaksanaannya, kegiatan

Customer Relations bukan hanya merupakan tanggung jawab PR saja, tetapi merupakan tanggung jawab setiap orang yang bekerja diperusahaan, terutama mereka yang memberikan pelayanan dan berhubungan langsung dengan pelanggan atau pelanggan itu sendiri. Hal ini sesuai yang dilakukan oleh Abdurrahman (2001:40) bahwa “para karyawan yang berhubungan langsung dengan publik harus bersikap ramah, sopan selalu bersedia mendengarkan apa yang dikatakan dan ditanyakan publik kepadanya, sabar dalam melayani mereka dan jangan menanggguhkan suatu pelayanan yang dapat dilakukan segera.

Hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan hal yang penting dilaksanakan bagi suatu perusahaan dalam menjalani komunikasi dan kerja sama dengan pelanggan. Dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan atau pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, dengan demikian pelanggan merasa dihargai, Le Boeuf (1992:5) mengatakan bahwa “memenangkan dan memelihara pelanggan tergantung pada bagaimana menghargai seorang sebagai pelanggan atau pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai yang mau menceritakan kepada orang lain bagaimana hebatnya produk dan pelayanan yang diterimanya.

Pelayanan Pengaduan Pelanggan Sebagai Bagian *Service Excellence*

Service Excellence ini sangat berkaitan dengan perusahaan atau lembaga yang memberikan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pihak pelanggannya. Sedangkan pelanggan tersebut merasa dirinya diperhatikan atau dipentingkan dengan baik dan wajar.

Tujuan dari kegiatan *Service Excellence* yang dilakukan oleh seorang praktisi PR menurut Rusady (1999: 268) adalah menciptakan image bagi perusahaan dan disamping tujuan lainnya yaitu:

- a. Mendorong pelanggan untuk kembali, setiap interaksi dengan konsumen bertujuan untuk membuatnya kembali lagi melalui keramah-tamahan yang mengesankan dan pelayanan yang memuaskan.
- b. Menciptakan hubungan saling percaya, menunjukkan pada customer bahwa yang mereka inginkan, mau menerima dan merasa terlibat dalam persoalan mereka, sehingga tercipta hubungan saling percaya.

Dalam menangani keluhan pelanggan, sebaiknya mengetahui terlebih dahulu mengenai kebutuhan-kebutuhan dasar dari pelanggan atau pelanggan tersebut yaitu antara lain:

1. Pelanggan adalah raja dan ingin dianggap selalu benar.

2. Pelanggan ingin mendapat perhatian dengan sungguh-sungguh, dihormati dan diperlakukan seperti orang penting.
3. Pelanggan ingin diperhatikan secara istimewa dan khusus
4. Pelanggan ingin selalu berupaya untuk mencari hal yang enak dan menyenangkan hatinya.
5. Pelanggan membutuhkan haknya akan informasi jujur dan benar.
6. Pelanggan ingin pendapat suaranya didengar atau diperhatikan dengan sungguh-sungguh.

Pelanggan lebih tertarik dengan masalahnya sendiri dari pada apapun yang terjadi diatas dunia. (Rusady, 1999: 266). Dengan mengetahui sikap dasar dari pelanggan maka seorang praktisi PR akan dengan mudah untuk menempatkan dan menjalankan strategi komunikasi yang akan dijalankan pada saat berhubungan dengan pelanggan yang mengutamakan keluhannya dan pengaduannya. Sehingga tercapai suatu kepuasan pelanggan atas penjelasan dan solusi jalan keluar yang kita tawarkan. Sedangkan tujuan dari kegiatan *service excellence* menurut Rusady (1999:263) adalah:

1. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada pelanggan atau pelanggan.
2. Tetap menjaga agar pelanggan tetap merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya.
3. Mempertahankan pelanggan agar tetap loyal untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

C. Metode

Penelitian ini metode yang dipakai menggunakan metode penelitian deskriptif analisis dimana hanya menggambarkan fenomena penelitian dengan data–data yang sudah disusun dalam berupa angket penelitian. Menurut Surakhmad (1998:36) bahwa metode deskriptif adalah memusatkan diri pada masalah yang aktual dan data yang dikumpulkan mula–mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis.

Rakhmat (2005:24) menambahkan bahwa penelitian deskripsi semata–mata untuk menggambarkan, menguraikan dan memberikan interpretasi atas gejala fenomena yang ada dalam lingkungan sekitar objek penelitian dimana telah diidentifikasi masalahnya terlebih dahulu. Begitu pula dengan pendapat Nazir (2000:64) bahwa penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu termasuk hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu

penomena atau faktor dan melihat hubungan antara satu faktor dengan faktor lainnya. Secara singkat penelitian ini menurut penulis adalah menuturkan dan menafsirkan data yang ada serta menjelaskan setiap langkah, penyelidikan deskriptif yang diteliti dan terperinci mengenai dasar metodologi maupun mengenai rinci teknik secara khusus, menjelaskan prosedur pengumpulan data serta pengawasan dan penilaian terhadap data itu dan memberi alasan yang kuat dalam metode deskriptif tersebut dengan menggunakan teknik tertentu dan bukan yang lain.

D. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian mengenai peranan humas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam penanganan keluhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Berdsarkan data lapangan diperoleh beberapa hal terkait diantaranya:

Tabel 1
Frekuensi Menggunakan Jasa Kereta Api Dalam sebulan

No.	Frekuensi pakai kereta Api dalam sebulan	Frekuensi	Prosentase
1	Sekali	14	40,00
2	Dua Kali	8	22,86
3	Tiga Kali	4	11,43
4	Lebih Dari Tiga Kali	9	25,71
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olah data angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden dalam menggunakan jasa angkutan kereta api sebagai alat transportasi dalam sebulan. Dari hasil wawancara yang diajukan kepada responden menunjukkan beragamnya jawaban yang diberikan dalam menggunakan jasa angkutan kereta api.

Dari Tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden yang dijadikan sampel penelitian ini menggunakan jasa kereta api dalam sebulan itu rata-rata mereka menggunakan jasa kereta api dalam sebulan hanya satu kali yaitu sebanyak 14 orang (40,00%). Hal ini dapat dipahami bahwa sebagian besar dari responden adalah orang perantauan yang bekerja atau mencari nafkah di Jakarta oleh karenanya mereka pulang ke kampung halaman atau daerah asal mereka hanya satu kali dalam sebulan untuk berkumpul bersama sanak dan keluarganya. Bahkan ada 9 orang (25,71%) responden melakukan perjalanan menggunakan jasa kereta api dalam 1 bulan sebanyak lebih dari 3 kali karena ada keperluan bisnis lainnya bagi pelaku bisnis yang banyak mobilitas tinggi ke kota lainnya. Sedangkan sebanyak 8 orang (22,86%) menyatakan bahwa hanya dua kali saja menggunakan jasa kereta api sebagai alat transportasi ke Jakarta dan sekitarnya dalam

sebulan. Sisanya 4 orang responden (11,43%) memakai jasa kereta api sebanyak 3 kali dalam sebulan untuk keperluan keluarga atau lainnya untuk melakukan mobilitas ke kota lainnya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menggunakan kereta api sebagai alat transportasi yang ekonomis, mudah dan cepat untuk melakukan mobilitas ke kota Jakarta dan sekitarnya sebanyak 1 kali saja dalam sebulan. Hal ini disebabkan keinginan dari responden untuk pulang kampung dan menemui sanak keluarga yang tinggal di Cirebon dan sekitarnya.

Tabel 2
Ketidaktepatan Jadwal Pemberangkatan Kereta Api

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Pernah	27	77,14
2	Tidak Pernah	8	22,86
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai adanya ketidaktepatan jadwal kereta api yang sering terlambat sesuai jadwal yang ditentukan pada jadwal yang ada. Sebagian besar responden menyatakan bahwa jadwal kereta api yang telah terpasang pada papan pengumuman jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta api lebih banyak tidak tepatnya yaitu sebanyak 27 orang (77,14%). Kondisi ini dapat dipahami bahwa responden merupakan orang yang banyak menggunakan jasa kereta api sebagai alat transportasi yang ekonomis, mudah dan cepat serta aman dan nyaman dalam merasakan jadwal yang telah terpasang pada pengumuman banyak yang tidak tepat karena notabene mereka sudah terbiasa dengan keadaan tersebut.

Kondisi seperti ketika dikonfirmasi melalui wawancara dengan Kepala Humas PT. Kereta Api (Persero) DAOP III Cirebon dan Kepala Stasiun Besar Cirebon sendiri menyatakan bahwa ketidaktepatan jadwal keberangkatan kereta api dikarenakan adanya faktor teknis kondisi dan teknis manusia yang sering terjadi belakangan ini misalnya keadaan rel yang rusak, kecelakaan atau ada kereta yang anjlok dan lainnya. Hal ini merupakan faktor-faktor utama sebagai penyebab terjadinya keterlambatan jadwal keberangkatan maupun kedatangan kereta api yang ada dan di sisi lain dapat mempengaruhi jadwal kedatangan maupun keberangkatan kereta api yang melintasi DAOP III Cirebon. Namun pihak PT. Kereta Api (Persero) DAOP III Cirebon sendiri dalam menangani masalah ini dapat menyelesaikan masalah ini dengan cepat yaitu dengan memberikan beberapa alternatif misalnya memberangkatkan penumpang dengan

menggunakan bis sebagai pengganti keterlambatan kereta api. Kondisi ini harus dilakukan sebagai bentuk pelayanan kepada pengguna jasa kereta api yang telah lama menunggu terhadap ketidaktepatan jadwal kereta api yang ada.

Tabel 3
Tanggapan tentang cara petugas PT. KAI dalam Menyelesaikan Keluhan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	2	5,71
2	Baik	22	62,86
3	Kurang baik	10	28,57
4	Sangat Tidak baik	1	2,86
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai cara petugas PT. Kereta Api DAOP III Cirebon ketika menyelesaikan keluhan yang dilakukan untuk menangani para pengguna jasa kereta api. Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden ketika melihat penampilan yang dimiliki oleh karyawan PT. Kereta Api DAOP III Cirebon dalam menyelesaikan keluhan kepada pelanggan. Dari jawaban yang terdapat pada tabel diatas menggambarkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban sangat baik untuk cara petugas guna menyelesaikan masalah keluhan yang diajukan yaitu 22 orang (62,86%), sedangkan sebanyak 10 orang responden (28,57%) menyatakan kurang baik ketika melihat cara petugas menangani keluhan pelanggan. Sisanya hanya 2 orang responden (5,71%) yang memilih jawaban sangat baik melihat cara petugas PT. Kereta Api menyelesaikan keluhan dan hanya 1 orang saja (2,86%) memilih jawaban sangat tidak baik untuk menyelesaikan keluhan pelanggan.

Hal ini berarti pihak Humas PT Kereta Api DAOP III Cirebon lebih pandai dan professional dalam menangani berbagai masalah keluhan yang diajukan oleh pengguna jasa sebagai bentuk rasa ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan dengan membekali karyawannya pengetahuan dan keterampilan berbicara yang baik dan benar kepada pengguna jasa.

Hal ini didukung dengan pernyataan yang diberikan oleh jajaran direksi PT. Kereta Api (Persero) yang tertuang dalam Tata Terbit Perusahaan terhadap para karyawannya dalam hal ini peraturan yang mengatur mengenai seragam yang harus dipakai harus mengacu kepada peraturan yang berlaku. Dengan demikian, cara penanganan keluhan

pengguna jasa ini sebagai bentuk profesionalisme dan citra yang dimiliki oleh perusahaan PT Kereta Api DAOP III Cirebon.

Tabel 4
Tanggapan tentang Gaya Bicara Yang digunakan petugas
PT. KAI DAOP III Dalam Melayani Pengguna Jasa

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	1	2,86
2	Baik	26	74,29
3	Kurang baik	7	20,00
4	Sangat Tidak baik	1	2,86
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai gaya bicara yang dimiliki oleh petugas PT. Kereta Api DAOP III Cirebon ketika melayani dan menyelesaikan berbagai masalah yang ada seputar layanan yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada pelanggan. Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya beragamnya jawaban yang dikemukakan responden ketika melihat gaya bicara yang dimiliki oleh petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan. Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragam yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan gaya bicara yang dimiliki oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen cukup baik sehingga menggambarkan sosok petugas yang memiliki kredibilitas yang tinggi sebanyak 26 orang (74,29%). Selanjutnya ada 7 orang responden (20,00%) menyatakan gaya bicara yang dimiliki oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon kurang baik dalam melayani pengguna jasa, sedangkan ada 1 orang responden (2,86%) menyatakan gaya bicara petugas dalam melayani pengguna jasa sangat baik tetapi sebaliknya ada 1 orang responden menyatakan sebaliknya yaitu sangat tidak baik gaya bicara karyawan PT KAI DAOP III Cirebon.

Hal ini sesuai dengan instruksi yang diberikan baik itu oleh Kepala Daerah Operasi (KADAOP) III Cirebon sendiri maupun instruksi yang diberikan oleh Kepala Bagian atau Kepala Seksi Perkereta-Apian yang berada dibawah atau di lingkungan KADAOP III Cirebon bahwa dalam melayani kepada pengguna jasa harus menggunakan gaya dan tutur bahasa yang mudah dipahami dan sopan oleh sehingga pengguna jasa merasa sangat puas dan senang terhadap pelayanan yang telah disajikan kepada mereka.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa gaya bicara yang dimiliki oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon lebih baik dalam melayani konsumen. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memuaskan pengguna jasa yang mengajukan keluhan seputar layanan yang disajikan oleh perusahaan.

Tabel 5
Tanggapan tentang Bahasa Yang Digunakan petugas
PT. Kereta Api DAOP III Cirebon dalam Menangani Keluhan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	25	71,43
2	Baik	8	22,86
3	Kurang baik	2	5,71
4	Sangat Tidak baik	0	0,00
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai bahasa yang digunakan oleh petugas PT. KAI DAOP III Cirebon ketika melayani keluhan berbagai masalah yang ada seputar layanan yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada pengguna jasa. Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden ketika melihat bahasa yang diucapkan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani pengguna jasa yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragam yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa bahasa yang digunakan oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani keluhan pengguna jasa sangat baik sehingga menggambarkan sosok petugas yang memiliki kredibilitas yang tinggi sebanyak 25 orang (71,43%). Selanjutnya ada 8 orang responden (22,86%) menyatakan bahwa bahasa yang digunakan oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon cukup baik dalam melayani keluhan konsumen, sedangkan ada 2 orang responden (5,71%) menyatakan bahasa dalam melayani keluhan konsumen kurang baik oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon.

Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa kereta api mengerti dan memahami terhadap apa yang disampaikan oleh petugas PT. KAI DAOP III Cirebon ketika menjelaskan atau memberikan solusi tentang keluhan tersebut.

Tabel 6
Tanggapan tentang Ekspresi wajah Yang ditampilkan petugas
PT. KAI DAOP III Cirebon Dalam Menangani Keluhan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	2	5,71
2	Baik	22	62,86
3	Kurang baik	10	28,57
4	Sangat Tidak baik	1	2,86
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai ekspresi wajah yang ditampilkan petugas PT. Kereta Api DAOP III Cirebon ketika melayani keluhan berbagai masalah yang ada seputar layanan maupun fasilitas yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada pelanggan. Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden ketika melihat ekspresi wajah yang dimiliki petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani pengguna jasa yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragam jawaban yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa ekspresi wajah yang ditampilkan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam menangani keluhan konsumen sangat baik sehingga menggambarkan sosok petugas yang memiliki kredibilitas yang tinggi sebanyak 22 orang (62,86%). Selanjutnya ada 10 orang responden (28,57%) menyatakan bahwa ekspresi wajah yang digunakan oleh petugas PT KAI DAOP III Cirebon kurang baik dalam menangani keluhan konsumen, sedangkan ada 2 orang responden (5,71%) menyatakan bahwa ekspresi wajah yang dilakukan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam menangani keluhan konsumen sangat baik dan sebanyak 1 orang responden (2,86%) menyatakan bahwa gerak tubuh yang dilakukan petugas PT KAI DAOP III Cirebon sangat tidak baik.

Dari uraian diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa ekspresi wajah yang ditampilkan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dapat menyakinkan konsumen atau penumpang kereta api walaupun ada sebagian diantara para penumpang atau pengguna jasa kereta api yang kurang yakin atau bahkan sangat tidak yakin terhadap ekspresi wajah yang ditampilkan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon.

Tabel 7
Tanggapan responden Terhadap Kinerja Petugas
PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	23	65,71
2	Baik	10	28,57
3	Kurang baik	2	5,71
4	Sangat Tidak baik	0	0,00
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai kinerja yang ditunjukkan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon ketika melayani keluhan konsumen terhadap berbagai masalah yang ada seputar layanan maupun fasilitas yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada pelanggan. Dalam tabel tersebut menunjukkan beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden ketika melihat kinerja dan cara kerja yang ditunjukkan responden terhadap karyawan PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa tanggapan terhadap kinerja yang dilakukan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam menangani dan melayani keluhan konsumen sangat baik sehingga menggambarkan sosok petugas yang memiliki kredibilitas yang tinggi sebanyak 23 orang (65,71%). Selanjutnya ada 10 orang responden (28,57%) menyatakan bahwa cukup baik melihat kinerja yang dilakukan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani dan menangani keluhan konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas yang kurang memuaskan konsumen, sedangkan ada 2 orang responden (5,71%) menyatakan bahwa kurang baik terhadap kinerja dilakukan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen terhadap keluhan tentang fasilitas dan pelayanan yang disajikan.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan penumpang kereta api terhadap kinerja petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen ternyata merasa puas terhadap pelayanan atau kinerja yang diberikan pihak kereta api terhadap mereka baik dari pembelian tiket sampai kepada saat mereka berada di dalam kereta api maupun saat mereka sampai ke tempat tujuan.

Tabel 8
Tanggapan Responden Terhadap Informasi Yang Diberikan PT. KAI DAOP III Cirebon

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	2	5,71
2	Baik	19	54,29
3	Kurang baik	14	40,00
4	Sangat Tidak baik	0	0,00
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai informasi yang ditunjukkan PT. KAI DAOP III Cirebon ketika melayani keluhan berbagai masalah yang ada seputar layanan maupun fasilitas yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Dalam tabel tersebut menunjukkan beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden terhadap informasi yang diberikan PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragam jawaban yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa informasi yang ditampilkan petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani keluhan konsumen cukup baik sehingga menggambarkan kredibilitas perusahaan yang bonafide yang tinggi sebanyak 19 orang (54,29%). Selanjutnya ada 14 orang responden (40,00%) menyatakan bahwa informasi yang diberikan PT KAI DAOP III Cirebon kurang baik dalam menangani keluhan konsumen, sedangkan ada 2 orang responden (5,71%) menyatakan bahwa informasi yang diberikan sangat memuaskan konsumen PT KAI DAOP III Cirebon dalam menangani keluhan konsumen.

Dari uraian diatas dapat diketahui informasi yang disampaikan PT. KAI DAOP III Cirebon dapat memuaskan konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa kereta api. Hal ini senada dengan apa yang dikatakan oleh Kepala Humas PT. KAI DAOP III Cirebon memberikan perintah kepada pegawainya agar dalam memberikan informasi kepada konsumen harus benar dan lengkap dan informasi yang disampaikan itu hendaknya dapat dimengerti oleh konsumen.

Tabel 10
Tanggapan Responden Terhadap Citra PT. KAI DAOP III Cirebon Setelah Menangani Keluhan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	1	2,86

2	Baik	25	71,43
3	Kurang baik	9	25,71
4	Sangat Tidak baik	0	0,00
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai kesan yang ditunjukkan konsumen kepada karyawan PT. KAI DAOP III Cirebon ketika sedang menangani keluhan berbagai masalah yang ada seputar layanan maupun fasilitas yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada pelanggan. Dalam tabel tersebut menunjukkan adanya beragamnya jawaban kesan yang dikemukakan oleh responden ketika sedang menangani keluhan yang dilakukan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragam jawaban yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa citra yang ditunjukkan responden kepada petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam melayani keluhan konsumen cukup baik sehingga menggambarkan kredibilitas perusahaan yang profesional yang tinggi sebanyak 25 orang (71,43%). Selanjutnya sebanyak 9 orang responden (25,71%) menyatakan bahwa citra terhadap petugas PT KAI DAOP III Cirebon dalam menangani keluhan konsumen kurang baik, sedangkan ada 1 orang responden (2,86%) menyatakan bahwa citra yang sangat baik yang ditunjukkan responden kepada petugas PT KAI DAOP III Cirebon ketika menangani keluhan konsumen.

Dari uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa citra para konsumen kereta api merasa puas terhadap tindakan yang dilakukan petugas PT. KAI DAOP III Cirebon ketika sedang menangani sebuah keluhan yang terjadi. Karena menurut Kepala humas DAOP III sendiri kesan pertama itu sangat penting dan mempunyai pengaruh besar terhadap tindakan atau pandangan konsumen kedepannya. Bila citra pertama yang kita ciptakan kurang memuaskan hati konsumen kereta api, maka kedepannya para penumpang tidak akan percaya lagi kepada perusahaan tersebut sebagai perusahaan penyedia jasa angkutan.

Tabel 15
Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan terhadap PT. KAI DAOP III Cirebon Setelah Adanya keluhan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat baik	0	0,00
2	Baik	25	71,43
3	Kurang baik	10	28,57

4	Sangat Tidak baik	0	0,00
	Jumlah	35	100,00

Sumber: Olahdata angket

Tabel diatas menggambarkan pernyataan responden mengenai kepercayaan yang ditunjukkan konsumen PT. KAI DAOP III Cirebon setelah menangani keluhan berbagai masalah yang ada seputar layanan maupun fasilitas yang disajikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Dalam tabel tersebut menunjukkan ada beragamnya jawaban kepercayaan yang dikemukakan responden setelah menangani keluhan yang dilakukan PT. KAI DAOP III Cirebon dalam melayani konsumen yang memerlukan informasi dan saluran untuk mengungkapkan keluhan kepada perusahaan.

Dari jawaban pada tabel diatas terlihat sangat beragamnya jawaban yang dikemukakan oleh responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kepercayaan yang ditunjukkan responden kepada PT KAI DAOP III Cirebon setelah melayani keluhan konsumen cukup baik sehingga menggambarkan kredibilitas perusahaan yang profesional sebanyak 25 orang (71,43%). Selanjutnya ada 10 orang responden (25,71%) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap PT KAI DAOP III Cirebon setelah menangani keluhan konsumen kurang baik.

Dari uraian diatas menggambarkan bahwa walaupun setelah adanya keluhan , kepercayaan PT. KAI DAOP III Cirebon di mata masyarakat masih tetap baik dan pelayanan PT. Kereta Api (Persero) DAOP III Cirebon masih dapat memuaskan pelanggan yang setia menggunakan kereta api sebagai alat transportasi mereka. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara konsumen kereta api mengungkapkan bahwa PT KAI memang satu – satunya perusahaan penyedia jasa kereta api sehingga bila terjadi keluhan atas ketidakpuasan terhadap pelayanannya, para konsumen sulit untuk pindah perusahaan lainnya sehingga tidak ada alternatif lain selain menggunakan jasa tersebut.

E. Simpulan

Berdasarkan uraian dan pemaparan ada beberapa pokok simpulan diantaranya:

1. Penanganan keluhan oleh PT Kereta Api DAOP III kepada konsumen secara langsung umumnya dapat ditangani dengan baik dan memuaskan seperti kredibilitas diperoleh 74,29% tergolong baik; penggunaan bahasa sebesar 71,43% tergolong sangat baik; focus kredibilitas sebesar 62,86% tergolong baik.
2. Pengananan dan pelayanan keluhan yang langsung diberikan kepada pihak PT Kereta Api DAOP III Cirebon ternyata dapat menciptakan rasa puas bagi

konsumen didalamnya seperti rasa puas sebesar 54,29% tergolong baik; meningkatkan citra kepada perusahaan sebesar 71,43% tergolong baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Oemi. 2001. *Dasar – dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendi, O.U.1998. *Hubungan Masyarakat dan Parel*. Bandung: Rosda Karya.
- Irawan, Suhartono. 1998. *Prosedur Penelitian Kontemporer*. Bandung: Graha Ilmu.
- Krech, Crutchfield dan Ballacey. 1995. *Individual in Society*. London: McGraw-Hill.
- Nazir, M. 2000. *Metode Penelitian*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Sugiyono. 2005. *Penelitian dan Metodologi: Pengantar Kasus*. Bandung: Tarsito.
- Surakhmad, W.1998. *Metode Penelitian*. Bandung: Tarsito.
- Tjiptono, M. 2000. *Kepuasan Pelanggan di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.