

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Citra merupakan gambaran atau persepsi seseorang terhadap sebuah lembaga/perusahaan/instansi, citra dapat terbentuk karena adanya pengalaman yang dialami oleh setiap orang yang sering menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Citra juga bisa dijadikan sebagai salah satu tolak ukur untuk sebuah perusahaan, apakah perusahaan itu baik atau buruk, berhasil atau tidak semua itu tergantung kepada citra perusahaan itu sendiri. *Public relations officer* mempunyai tugas dan fungsi utama yakni membentuk mempertahankan, meningkatkan dan memperbaiki citra perusahaan.

Citra merupakan aset penting bagi sebuah organisasi/lembaga/perusahaan yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara oleh seorang *public relations officer*, citra yang baik bisa dijadikan sebagai salah satu alat yang penting untuk menarik Pelanggan dalam memilih produk atau jasa yang akan digunakan dan juga dapat memperbaiki sikap kepuasan bagi setiap pelanggan terhadap organisasi/lembaga/perusahaan. Citra positif yang terbentuk dikalangan masyarakat merupakan sebuah kepercayaan yang diberikan kepada perusahaan yang mengeluarkan produk atau jasa organisasi/lembaga/perusahaan dan tidak hanya citra, kepercayaan juga merupakan aset penting dan modal yang sangat mahal bagi setiap organisasi/perusahaan/lembaga, karena sebegus apapun produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi/lembaga/perusahaan apabila tidak ada kepercayaan

dari masyarakat untuk produk atau jasa tersebut maka tidak akan mempunyai nilai jual dimasyarakat.

Membentuk citra positif sebuah organisasi/lembaga/perusahaan bukanlah suatu hal yang mudah dan akan membutuhkan proses yang sangat panjang, maka dari itu sebagai perusahaan yang menyajikan jasa transportasi bagi masyarakat dan sebagai transportasi alternatif kemacetan yang banyak di gunakan oleh masyarakat. *Public relations officer* PT. KAI (persero) pastilah mempunyai upaya untuk membentuk citra positif dikalangan masyarakat mengenai PT. KAI (persero) itu sendiri baik dari segi pelayanan, pengelolaan, kebijakan dan promosi. Upaya pembentukan citra positif yang dilakukan oleh PT. KAI (persero) adalah dengan menerapkan budaya organisasi yang terdiri dari lima hal yaitu integritas, profesional, keselamatan, inovasi dan pelayanan prima.

Budaya organisasi merupakan sebuah norma, nilai-nilai, asumsi, kepercayaan, filsafat dan kebiasaan sebuah organisasi/perusahaan yang sudah dikembangkan dan diterapkan dalam waktu yang lama oleh pendiri atau pemimpin perusahaan/organisasi dan para karyawan atau anggota organisasi yang kemudian disosialisasikan kepada karyawan atau anggota organisasi/perusahaan yang baru yang akan diterapkan dalam aktivitas organisasi/perusahaan sehingga mempengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku anggota organisasi/perusahaan dalam memproduksi produk atau jasa, pelayanan kepada Pelanggan untuk mencapai tujuan dari perusahaan/organisasi. (Wirawan dalam Sembiring. 2012:53)

Melalui budaya organisasi PT. KAI (persero) berupaya untuk membentuk citra positif dikalangan masyarakat dengan melakukan pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah "*excellent service*" yang berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan terbaik, disebut terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau yang dimiliki instansi yang memberikan pelayanan. Pelayanan bisa dikatakan sangat baik atau terbaik atau prima, manakala pelayanan tersebut mampu memenuhi kepuasan pelanggan, dalam hal ini pelayanan prima sesuai dengan harapan pelanggan/pengguna. (Laurena, 2015:23)

PT. Kereta Api Indonesia (persero) atau PT. KAI merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang penyelenggara jasa angkutan kereta api dan layanan jasa. PT. KAI (persero) meliputi angkutan penumpang, barang, pada akhir Maret 2007 DPR mengesahkan revisi undang-undang nomor 13 tahun 1992 menjadi undang-undang nomor 23 tahun 2007 yang menegaskan bahwa investor swasta maupun pemerintah daerah diberi kesempatan untuk mengelola jasa angkutan kereta api di Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia (persero) kini memiliki tujuh anak perusahaan/grup usaha bukanlah perusahaan kecil, melainkan sudah menjadi perusahaan besar yang pastinya memiliki divisi *public relations* serta menerapkan prinsip kehumasan terutama dalam membentuk citra perusahaannya, untuk membentuk citra sebuah perusahaan pastilah seorang *public relations officer* harus mempunyai upaya tertentu.

Kai.id, PT. KAI (persero) mendapatkan beberapa penghargaan pelayanan prima unit pelayanan publik dari kementerian perhubungan pada tahun 2016 yang

bertempatkan di Jakarta, penghargaan tersebut diberikan kepada 10 stasiun KAI yang diantaranya adalah: Stasiun Surabaya Pasarturi, Stasiun Surabaya Gubeng, Stasiun Gambir, Stasiun Yogyakarta, Stasiun Cirebon, Stasiun Purwokerto, Stasiun Bandung, Stasiun Pasarsenen, Stasiun Solobalapan, dan Stasiun Tanjungkarang. Menteri Perhubungan Budi Karya menyampaikan bahwa Pemberian penghargaan kepada unit pelayanan dengan predikat pelayanan prima pada hakikatnya merupakan upaya pemerintah untuk merangsang semangat kreativitas dan memotivasi, unit-unit pelayanan masyarakat agar melakukan upaya perbaikan dan peningkatan pelayanan kepada masyarakat pengguna jasa dan unit pelayanan yang memperoleh predikat pelayanan prima merupakan suatu model peningkatan kinerja unit pelayanan yang diharapkan akan mendukung terciptanya kondisi pelayanan yang semakin baik dari waktu ke waktu. (PR.KAI:2016)

September 2018 PT. KAI kembali meraih penghargaan pelayanan prima yaitu pada acara pameran Indotrans Expo 2018 yang digelar di Assembly Hall Jakarta Convention Center (JCC) Senayan City, Jakarta. Acara dengan tema meningkatkan pelayanan publik dan sinergi konektivitas dalam kenyamanan di era digitalisasi ini merupakan rangkaian peringatan hari perhubungan nasional 2018 yang digagas oleh Kementerian Perhubungan. Kementerian perhubungan memberikan penghargaan kepada 166 unit pelayanan publik diseluruh Indonesia yang terbagi dalam 3 kategori yaitu Prima Utama, Prima Madya dan Prima Pratama. Pada acara tersebut PT.KAI mendapatkan tiga jenis penghargaan kepada 17 stasiun KA dan penghargaan diberikan

langsung oleh Menteri Perhubungan yang didampingi PYMT Direktur Komersial dan Teknologi Informasi KAI Apriyono Wedi Chresnanto.

Menteri Perhubungan Budi Karya Soemadi mengatakan untuk terus meningkatkan kualitas penyelenggara pelayanan publik dengan mengutamakan aspek keselamatan, keamanan dan pelayanan serta 3 asas yaitu transparansi, aksesibilitas dan partisipatif secara berkesinambungan dan beliau juga mengapresiasi sudah banyak unit pelayanan publik yang sudah melakukan peningkatan terhadap pelayanan publik. (PR.KAI:2018)

Pelaksanaan pelayanan prima atau layanan istimewa oleh pihak perusahaan kepada pelanggannya baik itu yang ditunjukan untuk pelanggan internal ataupun eksternal mempunyai peran penting yang sama dalam kelangsungan perusahaan. terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti PT. KAI (persero) yang pastilah sangat bergantung pada loyalitas para pelanggan kepada perusahaan, demikian pula halnya dengan pelayanan prima yang merupakan salah satu upaya untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan, sehingga ketika loyalitas pelanggan didapatkan maka secara tidak langsung perusahaan telah menciptakan dan membentuk citra positif dimata pelanggan sehingga tidak akan dengan mudah berpindah kepada jasa transportasi lain.

Berdasarkan fenomena diatas membuktikan bahwa pelayan prima bisa dikatakan salah satu upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero) baik dikalangan masyarakat, *stakeholder*, bahkan karyawan. Terbentuknya citra positif

perusahaan dikalangan masyarakat tidak luput dari kerjakeras seorang *public relations officer*. Usaha dan kerja keras seorang *public relations officer* sangat berpengaruh kepada kemajuan yang dialami oleh perusahaan itu sendiri terutama dalam upaya pembentukan citra positif dari sebuah perusahaan salah satunya adalah PT. KAI (persero) yang berhasil membentuk citra positif dikalangan masyarakat dengan pelayanan prima dan hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pembentukan Citra positif PT. KAI (persero) melalui Pelayanan Prima”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang diperkuat oleh konsep citra dan konsep A6 atau konsep pelayanan prima.

1.2. Fokus Dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini bertumpu pada budaya organisasi sebagai upaya pembentukan citra positif PT. Kereta Api Indonesia (persero) melalui pelayanan prima. Berdasarkan yang telah dipaparkan dalam latar belakang. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero)?
- 1.2.2 Bagaimana sikap karyawan mengenai konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero)?
- 1.2.3 Bagaimana tindakan yang dilakukan PT. KAI (persero) menjadikan pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi deskriptif budaya organisasi sebagai upaya pembentukan citra positif PT. Kereta Api Indonesia (persero) melalui pelayanan prima. Adapun tujuan penelitiannya, sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero).
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana sikap karyawan mengenai konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero).
- 1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana tindakan yang dilakukan PT. KAI (persero) menjadikan pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu dan menjadi salah satu referensi informasi yang baru bagi bidang ilmu komunikasi khususnya untuk jurusan *public relations* (Humas) dan menjadi masukan untuk *public relations officer (PRO)* PT. KAI (persero) mengenai Pembentukan citra positif perusahaan.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa diprogram studi ilmu komunikasi yang berkaitan dengan upaya pembentukan citra positif perusahaan dan memberikan motivasi juga kepada rekan-rekan mahasiswa ilmu komunikasi humas untuk lebih lanjut dalam penelitian dan pengembangan ilmu komunikasi serta untuk menambah pengetahuan untuk para *public relations officer* dalam menjalankan setiap pekerjaannya.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Nama /Tahun	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Khoiruddin Muchtar	Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai	Metode penelitian Studi kasus dengan pendekatan kualitatif	<p>Penelitian ini membahas tentang bagaimana upaya partai golkar dalam membentuk citra dan mempertahankan eksistensinya sebagai partai baru yang dinamis dan modern dan mengembalikan kepercayaan masyarakat. Upaya yang dilakukan partai golkar mendongkrak citra partai dengan beberapa langkah diantaranya dengan mengajukan motto "the party of idea", kemudian melakukan kunjungan-kunjungan keluar negeri untuk bertemu dengan para pemimpin partai dan pemimpin negara,</p>	<p>Penelitian terdahulu ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yang menggunakan metode studi deskriptif.</p>

			selanjutnya melakukan pidato yang mensosialisasikan pemikiran dan ide-ide kontemporer partai Golkar .	
Evawani Elysa Lubis Tahun 2012	Peran humas dalam membentuk citra pemerintah sekretariat daerah Provinsi Riau.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.	hasil penelitian ini mengatakan bahwa berdasarkan Peraturan Daerah nomor 2 tahun 2005 peran humas sekretariat Provinsi Riau belum dilaksanakan secara optimal karena apencapaian informasi cenderung bersifat satu arah dan adapun beberapa faktor penghambat humas sekretariat daerah Provinsi Riau dalam pembentukan citra positif pemerintah Provinsi Riau diantaranya yaitu sumber daya manusia, faktor politis, struktur organisasi yang ada dipemerintah Provinsi Riau,	perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian terdahulu ini lebih membahas tentang peran humas di pemerintahan sekretariat daerah Provinsi Riau.

			<p>kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan, dan kurangnya koordinasi diantara Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dengan humas-humas yang ada di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau.</p>	
<p>Manik Sunuantari Tahun 2012</p>	<p>penerapan budaya perusahaan dalam pembentukan citra perusahaan jasa perhotelan</p>	<p>Metode penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis dan teori budaya heckett</p>	<p>Hasil dari penelitian yang dilakukan di dua hotel yaitu Hotel Setral dan Hotel Sofyan Betawi memperlihatkan bahwa perusahaan yang berada di dalam satu grup manajemen pun memiliki budaya organisasi berbeda, tergantung kepada kebiasaan serta ilia dan norma yang dianut oleh perusahaan dan ctra yang terbentuk pun sudah jelas akan berbeda.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peeliti adalah sama-sama menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan tema pembentukan citra walaupun subjeknya berbeda dimana pada penelitian terdahulu ini lebih menekankan kepada peranan budaya organisasi disebuah perusahaan yang menyangkut kepada cara kepemimpinan, iklim komunikasi serta nilai dan norma yang berlaku disetiap perusahaan.</p>

<p>Witri Cahyati tahun 2008</p>	<p>Implementasi 'Corporate Social Responsibility' dalam Pembentukan Citra PT Pertamina UP III Bandung</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa dalam mengimplementasikan program dan kegiatan CSR (tanggung jawab sosial) PT. Pertamina mempunyai satu kegiatan yang dinamakan community relations di bidang seperti bidang pendidikan, diharapkan dapat mencerdaskan bangsa dengan memberikan banyak bantuan seperti peralatan sekolah, biaya sekolah, dan beasiswa sampai rehabilitasi prasarana pendidikan, tidak hanya untuk masyarakat sekitar tetapi juga untuk karyawan PT. Pertamina selalu terus-menerus berusaha untuk meningkatkan potensi kinerja karyawan melalui kursus, seminar, workshop,</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian ini lebih membahas tentang program tanggung jawab sosial atau CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina UP III Bandung .</p>
---------------------------------	---	---	--	--

			bahkan sampai biaya kuliah.	
Misni Mabruroh	Hubungan Gaya kepemimpinan Komunikatif dengan motivasi kerja Karyawan PT. KAI (persero)	Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan dasar teori Path-Goal Martin Evam and Robert House	Hasil perhitungan yang dilakukan peneliti mengungkapkan bahwa hubungan gaya kepemimpinan komunikatif dengan motivasi PT. KAI (persero) terdapat korelasi yang sangat kuat, dalam pengujian hipotesis pun mengatakan terdapat hubungan yang signifikan gaya komunikatif dengan motivasi kerja karyawan	Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan fokus permasalahan yang berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Table 1: Penelitian Terdahulu
(diolah dari berbagai jurnal)

Hasil kelima tinjauan penelitian terdahulu seperti pemaparan diatas terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti, yaitu pembahasan tentang strategi mempertahankan citra perusahaan, perbedaannya adalah paradigma dan pendekatan yang di pakai dalam setiap penellitian dan target fokus penelitian yang berbeda, dari kelima penelitian diatas tidak ada yang benar-benar sama dengan masalah yang akan diteliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Khoiruddin Muchtar tahun 2016 yang berjudul "komunikasi politik dan pembentukan Citra Partai" penelitian ini menggunakan metode studi kasus pendekatan kualitatif. penelitian yang bertujuan

untuk mengetahui bagaimana upaya partai Golkar dalam membentuk citra sebagai partai yang baru dan menjaga eksistensinya dikalangan masyarakat. Partai golkar melakukan beberapa upaya pembentukan citra diantaranya; pertama, dengan menggunakan motto "The Party of idea" yang berartikan sebuah gagasan yang ingin mencitrakan partai golkar sebagai partai yang berkembang dan diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang dilahirkan oleh para kader partai golkar. Kedua, upaya untuk mencitrakan sebagai partai kosmopolit dengan melakukan kunjungan-kunjungan ke luar negeri dan mengunjungi para pemimpin negara serta partai. ketiga, dengan melakukan pidato politik yang berisi tentang sosialisasi pemikiran dan ide-ide kontemporer yang dimiliki oleh partai golkar lewat orasi yang disampaikan langsung oleh ketua umum partai golkar.

Kedua, Penelitian yang dilakkan oleh Evawani Elysa Lubis tahun 2012 yang berjudul "Peran humas dalam membentuk citra pemerintah". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. hasil penelitian ini mengatakan bahwa berdasarkan Peraturan Daerah nomor 2 tahun 2005 peran humas sekretariat Provinsi Riau belum dilaksanakan secara optimal karen apencapaian informasi cenderung bersifat satu arah dan adapun beberapa faktor penghambat humas sekretariat daerah Provinsi Riau dalam pembentukan citra positif pemerintah Provinsi Riau diantaranya yaitu sumber daya manusia, faktor politis, struktur organisasi yang ada dipemerintah Provinsi Riau, kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan, dan kurangnya koordinasi diantara Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dengan humas-humas yang ada di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. Faktor

pendukung aktivitas Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau mendapat dana langsung dari APBD Provinsi Riau, motivasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Peran humas pemerintah sekretariat daerah Provinsi Riau belum terlaksana secara optimal, karena humas pemerintah sekretariat daerah Provinsi Riau dalam menyampaikan kebijakan serta informasi seputar pembangunan yang sedang dilaksanakan di Provinsi Riau menggunakan beberapa media massa (pers), baliho, poster, pidato dan presentasi yang di bacakan oleh pimpinan serta melalui website, sehingga pelaksanaannya bersifat satu arah dan hal ini menyebabkan citra yang terbentuk dari Humas pemerintah sekretariat daerah Provinsi Riau dimata publik tidak representatif dalam menampung setiap aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat.

ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Manik Sunantari yang berjudul "penerapan budaya perusahaan dalam pembentukan citra perusahaan jasa perhotelan" pada tahun 2012 penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis dan teori budaya hekkett. penelitian yang dilakukan di dua hotel yaitu Hotel Sentral dan Hotel Sofyan Betawi yang dahulu merupakan dua hotel dalam satu grup, namun terpisah kemudian. setelah penelitian dilakukan Manik Sunantari menemukan fakta bahwa kedua hotel tersebut mempunyai karakteristik budaya dan pelanggan yang berbeda sehingga memperlihatkan citra perusahaan yang berbeda. iklim komunikasi yang kondusif memungkinkan terbentuknya budaya organisasi di perusahaan yang baik seperti kesempatan karyawan untuk saling berbagi dan belajar. keterbukaan komunikasi juga menjadikan salah satu faktor terbentuknya budaya organisasi diperusahaan dan nilai-nilai yang mudah diterapkan oleh karyawan diperusahaan. Budaya yang dianut oleh

Hotel Sentral cenderung adaptif dengan selalu menyesuaikan diri dengan keinginan pelanggan dan citra yang ditampilkan menurut penilaian Pelanggan terlihat buruk karena dianggap kurangnya tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan citra Hotel Sofyan Betawi dinilai baik oleh Pelanggan karena tidak ada masalah yang berkaitan dengan pelayanan kepada Pelanggan bahkan tidak ada konflik dengan komunitas.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Witri Cahyati yang berjudul "Implementasi 'Corporate Social Responsibility' dalam Pembentukan Citra PT.Pertamina UP III Bandung bidang pendidikan" pada tahun 2008, penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa dalam mengimplementasikan program dan kegiatan CSR (tanggung jawab sosial) PT. Pertamina mempunyai satu kegiatan yang dinamakan *community relations* diberbagai bidang seperti bidang pendidikan, kesehatan dan keagamaan. Bidang pendidikan PT. Pertamina diharapkan dapat mencerdaskan bangsa dengan memberikan banyak bantuan seperti peralatan sekolah, biaya sekolah, dan beasiswa sampai rehabilitasi prasarana pendidikan, tidak hanya untuk masyarakat sekitar tetapi juga untuk karyawan PT. Pertamina selalu terus-menerus berusaha untuk meningkatkan potensi kinerja karyawan melalui kursus, seminar, *workshop*, bahkan sampai biaya kuliah. Program kegiatan pendidikan yang dilaksanakan PT. Pertamina ini mendapat respon yang baik dari para guru dan murid serta karyawan. Bidang kesehatan PT. Pertamina berharap dapat membantu dalam menjaga kesehatan warga dengan senam setiap satu minggu sekali, pengobatan gratis, donor darah bagi

masyarakat bahkan sampai menaikkan balai pengobatan dan general chek up untuk karyawan dan keluarga. Bidang Keagamaan yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina diharapkan dapat memberikan atau meningkatkan jiwa kerohanian bagi masyarakatnya dan dari ketiga kegiatan *community relations* ini PT. Pertamina berharap agar dapat membentuk citra yang baik dimata masyarakat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Misni Mabruroh, pada tahun 2014 yang berjudul " Hubungan Gaya kepemimpinan Komunikatif dengan motivasi kerja Karyawan PT. KAI (persero)" Penelitian ini menggunakan etode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan mengguakan dasar teori *Path-Goal Martin Evam and Robert House*. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa perhitungan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan korelasi PPM dan menyatakan bahwa terdapat korelasi antara hubungan gaya kepemimpinan komunikatif dengan motivasi kerja karyawan PT. Kereta Api Indonesia (persero), dengan nilai interpretasinya tergolong sangat kuat yaitu X terhadap Y sebesar 68,72% sedangkan sisanya sebesar 31,28% ditentukan oleh variabel lain. Penelitian ini juga mengatakan bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh direktur utama PT. Kereta Api Indonesia (persero) yaitu bapak Ignasius Jonan telah berhasil membuat perubahan yang sangat signifikan setiap tahunnya, dimulai pada tahun 2009-2014 banyak perubahan dan inovasi yang telah diberikan oleh pimpinan maupun karyawan PT. Kereta Api Indonesia (persero) agar kereta api mampu menjadi jasa transportasi yang dipercaya, aman, dan nyaman bagi penggunanya. Salah satu contohnya adalah penertiban penumpang kereta api, WC gratis bagi penumpang

kereta api yang sebenarnya WC ini disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Khoiruddin Muchtar pada tahun 2016 yang berjudul " komunikasi politik dan pembentukan citra partai Golkar" memiliki persamaan yang diantaranya; 1) menggunakan metode kualitatif. 2) membahas tentang pembentukan citra. selain persamaan antar kedua peneliti ini juga memiliki perbedaan yang sangat signifikan, dimana pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khoiruddin lebih membahas kepada komunikasi politik suatu partai agar lebih dikenal dan didengar oleh kalangan masyarakat sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ada lebih membahas kepada pembentukan citra suatu lembaga. *kedua*, perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian terdahulu ini lebih membahas tentang peran humas di pemerintahan sekretariat daerah Provinsi Riau. *Ketiga*, persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan tema pembentukan citra walaupun subjeknya berbeda dimana pada penelitian terdahulu ini lebih menekankan kepada peranan budaya organisasi di sebuah perusahaan yang menyangkut kepada cara kepemimpinan, iklim komunikasi serta nilai dan norma yang berlaku di setiap perusahaan. *Keempat*, Perbedaannya adalah penelitian ini lebih membahas tentang program tanggung jawab sosial atau CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina UP III Bandung. *Kelima*, Perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu ini dimana

penelitian ini membahas pada branding pada merk majalah Kabare yang diciptakan sehingga membentuk citra yang baik dimata Pelanggan dengan konten dari majalah kabare itu sendiri.

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Image (Citra)

Citra juga tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas dan setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak orang yang memandangnya, citra perusahaan bisa datang dari siapa saja baik yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan ataupun tidak, seperti citra bisa datang dari pelanggan, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi pedagang, dan publik lainnya yang mempunyai penadangan tentang perusahaa. Ada beberapa jenis-jenis citra, diantaranya:

1. *Mirror Image* (Citra Bayangan)

Citra yang melekat pada orang ataupun anggota-anggota organisasi dan citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra bayangan itu hamper selalu tidak tepat atau tidak sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya.

2. *Current Image* (Citra yang Berlaku)

Citra ini kebalikan dari citra bayangan atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3. *Wish Image* (Citra yang diharapkan)

Suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya, biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada.

4. *Corporate Image* (Citra Perusahaan atau Citra Lembaga)

Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Suatu badan usaha yang memiliki citra perusahaan positif lebih mudah menjual produk atau jasanya..

5. *Multiple Image* (Citra Majemuk)

Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. (Elvinaro, A. :2014: 134)

1.5.2.2 Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Service excellent atau pelayanan prima adalah kemampuan untuk mengantisipasi, mengenali, dan memenuhi harapan-harapan pelanggan serta berhasrat serta peduli untuk melampaui harapan-harapan pelanggan.

Pada umumnya pelayanan hanya didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi dalam pelayanan prima atau *service excellent* pelayanan diartikan untuk memenuhi yang melampaui kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) pelanggan. (Solikin, 2011:06)

Service of excellent atau pelayanan prima pada dasarnya merupakan bagian dari *customer relations* yang mana lebih menitik beratkan kepada kesan pertama dan *good relationship*. Kesan pertama yang akan terbentuk dari implementasi *service of excellent* tidak hanya melalui pelayanan yang bersifat klerikal semata atau tindakan bersikap

santun saja, melainkan terdapat nilai yang berkaitan dengan rasa aman, kepercayaan dan rasa puas yang terbentuk dari pelayanan itu sendiri.

1.5.2.3 Konsep dasar Pelayanan prima

Konsep pelayanan prima berdasarkan A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep sikap (*attitude*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), kemampuan (*Ability*), penampilan (*Appearance*) dan tanggung jawab (*Accountability*).

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpeikir positif, sehat dan logis dan bersikap menghargai.

2. perhatian (*attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan memahami perilaku para pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

3. Tindakan (*action*)

Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan dan menyatakan terimakasih dengan penuh harapan pelanggan mau kembali.

4. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan mengembangkan public relations sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi perusahaan.

5. penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. (barata, 2003; 31)

1.5.3 Kerangka Konseptual

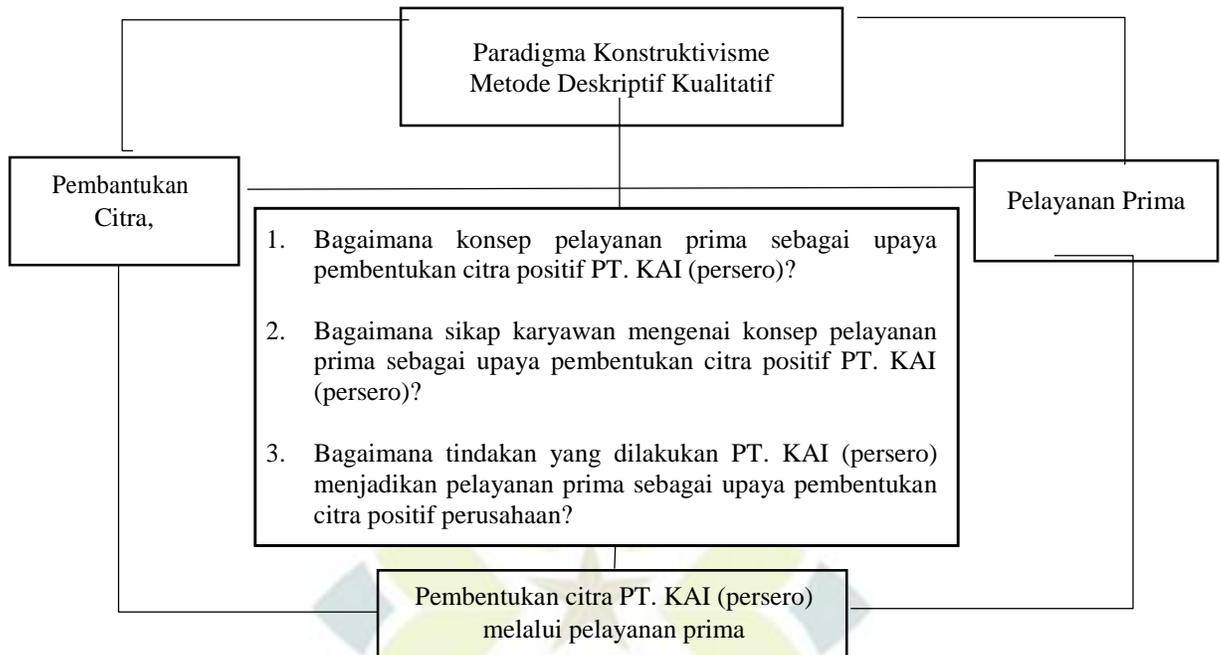


Table 2. Kerangka Konseptual
(Diolah dari berbagai sumber)

1.6 Langkah-Langkah penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1 Kota Bandung.

PT. Kereta Api Indonesia (persero) merupakan persahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa menyediakan transfortasi angkutan jasa dan barang dan merupakan salah satu transfortasi yang diminati oleh masyarakat Indonesia serta sebagai salah satu transfortasi alternatif kemacetan yang disebabkan oleh padatnya kendaraan beroda dua dan empat. Kantor pusat PT. KAI (persero) berada di Jl. Perintis Kemerdekaan No.1 Kota Bandung.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial yang dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial yang bersifat relative, dalam pandangan konstruktivisme bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahai realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subek sebagai penyampai pesan dan konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya.

Penelitian ini memilih menggunakan paradigma konstruktivisme bertujuan untuk melihat bagaimana upaya PT. KAI (persero) dalam membentuk citra perusahaan dengan padatnya penumpang dan pelayanan kepada para penumpang yang henda menggunakan transportasi kereta api yang menjadi salah satu alternatif kemacetan di jalan raya dengan semakin banyaknya kendaraan roda dua dan roda empat.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif interpretif yang tujuannya untuk memudahkan peneliti dalam mengembangkan dan memperdalam penelitiannya mengenai pembentukan citra positif perusahaan PT. KAI (persero) melalui pelayanan prima sesuai dengan kondisi yang ada dilapangan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan proses pembentukan citra positif PT. KAI (persero) sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi masyarakat melalui pelayanan prima yang berdasarkan dengan fakta-fakta atau fenomena yang terjadi dilapangan dan data yang

didapat dari narasumber atau informan secara langsung selama peneliti melakukan penelitian.

Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau deskriptif tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti, dalam penelitian dengan menggunakan metode analisis deskriptif peneliti terjun langsung kelapangan tanpa dibebani dan diarahkan dengan teori karena metode ini tidak bermaksud untuk menguji teori dan bebas mengamati objeknya, menjelaajah dan menemukan wawasan-wawasan baru selama penelitian. (Elvinaro. 2014:60)

1.6.4 Jenis Data dan Sumber data

1.6.4.1 Jenis Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berlandaskan pada fokus dan tujuan penelitian, serta data yang ditemukan dalam penelitian ini adalah

- 1 Data tentang konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra Positif PT. KAI (persero)
- 2 Data tentang sikap karyawan mengenai konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero).
- 3 Data tentang tindakan yang dilakukan PT. KAI (persero) menjadikan pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif perusahaan.

1.6.4.2 Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan hasil dari wawancara bersama beberapa informan yang sudah ditentukan seperti :

1. Untuk data primer peneliti mendapatkan data mengenai konsep pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero) dari Manajer *corporate*

culture PT. KAI, sedangkan sebagai data sekudernya dari manajer angkutan penumpang di DAOP II Bandung.

2. Untuk data primer peneliti mendapatkan data mengenai sikap karyawan mengenai pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero) dari kondektur (*service on train*) PT. KAI, sedangkan sebagai data sekudernya dari ass. Manajer SDM PT. KAI (persero).
3. Untuk data primer peneliti mendapatkan data mengenai tindakan yang dilakukan PT. KAI (persero) menjadikan pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif perusahaan dari manajer angkutan penumpang di DAOP II Bandung, sedangkan sebagai data sekudernya dari manajer *corporate culture* dan kondektur (*service on train*).

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Penentuan informan ini digunakan dalam penelitian kualitatif ketika yang menjadi subjek penelitiannya berupa manusia, karena informan adalah orang atau pelaku yang sangat paham atau mengetahui serta terlibat langsung dengan fokus dan tujuan penelitian. Unit analisis merupakan batasan satuan obyek yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian berlandaskan pada penguasaan dan pemahaman fokus dan tujuan penelitian dan yang lebih utama adalah informan tersebut bersedia memberikan informasi secara lengkap dan akurat. Informan terdiri dari minimal 3 orang, dan adapun kriteria informan :

1. Informan adalah bagian PR (humas) dan unit pelayanan publik PT. KAI (persero).
Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan orang atau individu yang tepat dan berhubungan langsung dalam kegiatan kehumasan terutama dalam hal mempertahankan citra perusahaan.
2. Informan merupakan orang-orang yang menguasai atau yang mengerti akan kegiatan kehumasan terutama dalam upaya pembentukan citra positif perusahaan.
3. Informan merupakan orang yang memiliki pengalaman bekerja minimal 2 tahun bidang humas di PT. KAI (persero), karena peneliti menganggap dalam waktu dua tahun seseorang pasti sudah dapat memahami dan mengerti bagaimana upaya dalam pembentukan citra positif perusahaannya.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Peneliti mewawancarai empat informan yang terdiri dari manajer *corporate culture*, kondektur (*service on train*), ass. Manajer SDM dan manajer angkutan penumpang (*costumer care*), dalam tahap ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam yaitu dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan informan dan pertanyaan yang digunakan dalam wawancara merupakan pertanyaan terbuka seperti bagaimana perencanaan menjadikan pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero), bagaimana tentang sikap karyawan mengenai pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif PT. KAI (persero) dan bagaimana

tindakan yang dilakukan PT. KAI (persero) mengenai pelayanan prima sebagai upaya pembentukan citra positif perusahaan, sehingga informan bisa menjawab dengan lebih komprehensif.

2. Observasi

Teknik observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif dalam teknik observasi ini peneliti terlibat serta melihat langsung kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh pegawai PT. KAI (persero) baik bagaimana penerapan pelayanan prima yang diberikan pegawai PT. KAI (persero) kepada setiap pelanggan yang datang ke kantor pusat maupun ke stasiun, selain itu peneliti juga melihat sikap pegawai ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan dan bagaimana sikap pegawai ketika menerima keluhan dari pelanggan, kemudian penampilan dan perhatian juga merupakan indikator dari pelayanan prima. Selama observasi berlangsung peneliti melihat dan berinteraksi langsung dengan pegawai bagaimana pegawai PT. KAI (persero) sangat memperhatikan penampilan, memberikan perhatian serta bagaimana tindakan pegawai PT. KAI (persero) dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

3. Dokumentasi

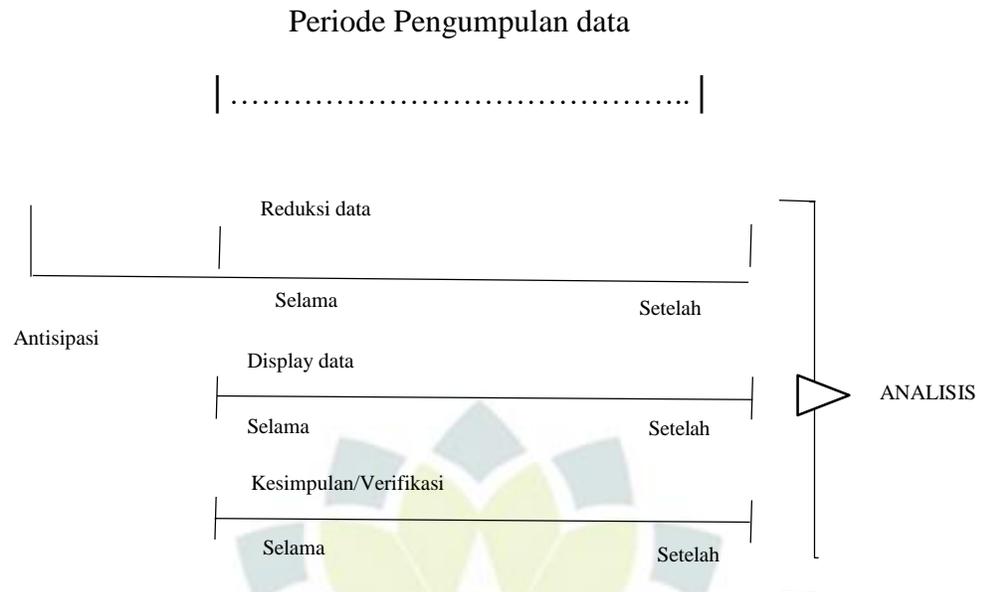
Dokumentasi merupakan cara ketiga dari teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, seperti catatan peristiwa lalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang atau lembaga/perusahaan. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life historis*), cerita, biografi, peraturan dan kebijakan, dalam teknik penumpulan data

peneliti mendapatkan dokumentasi berupa tulisan bagaimana PT. KAI (persero) merencanakan pelayanan prima kepada pelanggan, kemudian dokumentasi bagaimana karyawan harus bersikap kepada pelanggan serta tindakan ketika sedang dalam jam dinas kepada pelanggan dan semua dokumentasi tersebut terkumpul dalam SK (surat keputusan) dan intruksi kerja CSOS 2018 PT. KAI (persero). Selain itu, dokumentasi yang didapat peneliti adalah berupa gambar dimana menunjukkan beberapa fasilitas yang diberikan PT. KAI (persero) kepada pelanggan guna untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan sehingga menghasilkan citra positif bagi perusahaan.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data, setelah mendapatkan data dari berbagai sumber dan cara (wawancara dan observasi) yang sudah dibuktikan kebenarannya maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang sudah didapat, dalam penelitian kualitatif ini terdapat teknik analisis data yaitu bisa dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk mengarahkan peneliti menjawab fokus dan pertanyaan atau rumusan masalah penelitian yang sudah diajukan dalam proposal.

Teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh. Adapun langkah –langkah analisis, sebagai berikut : (Sugiyono, 2017: 246

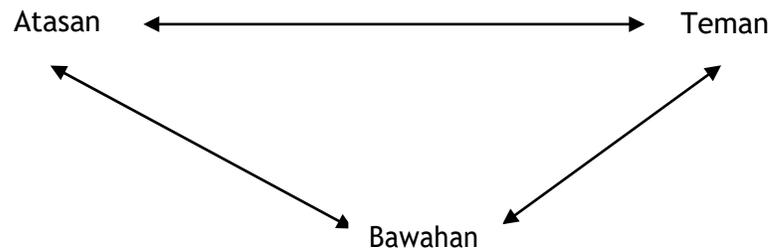


1.6.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik Keabsahan data dalam metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa uji, seperti validitas interval, validitas eksternal, reabilitas dan obyektivitas. Teknik keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini terdapat uji kredibilas data dan untuk menguji kredibilitas atau keabsahan data dalam penelitian bisa menggunakan triangulasi data.

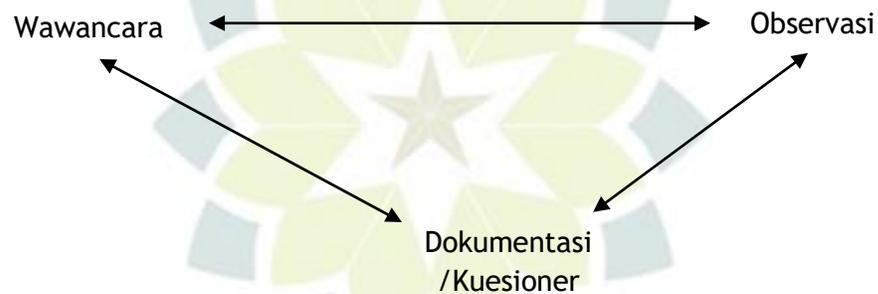
Triangulasi dalam pengujian kredibilitas data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu.

(Sugiyono.2017:273)



Triangulasi Sumber data

Table 4.
 Table 4. Triangulasi sumber data
 (Sugiyono. 2017:273)



Triangulasi teknik pengumpulan data

Table 5. Triangulasi teknik pengumpulan data
 (Sugiyono,2017:273)

Triangulasi ini bertujuan untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya data yang diperoleh peneliti dari sumber lain pada berbagai fase penelitian baik selama dilapangan, pada waktu yang berlainan (pagi, siang dan sore). Triangulasi juga bisa dilakukan dengan cara membandingkan antara dua hasil penelitian atau lebih serta dengan penggunaan teknik yang berbeda. (Ardianto:2014:197)

Data yang didapatkan peneliti dari penelitian yang dilakukan di PT. KAI (persero) baik sebelum, selama atau sesudah dilapangan untuk mengecek kebenaran datanya bisa dengan membandingkannya dengan data yang dihasilkan peneliti dari beberapa informan yang sudah dilakukan wawancara atau obeservasi maka setelah membandingkan aan terlihat kebenaran dari data yang didapat oleh peneliti selama peelitian yang dilakukan di PT. KAI (persero).

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2018	Februari 2018	Maret 2018	April 2018	Mei 2018
Tahap Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan data pra penelitian									
1	Pengumpulan data proposal penelitian								
2	Penyusunan proposal penelitian								
3	Bimbingan proposal penelitian								
4	Revisi Proposal penelitian								
Tahap Kedua : Usulan Penelitian									

5	Sidang usulan penelitian								
6	Revisi Usulan penelitian								
Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi									
7	Pelaksanaan Penelitian								
8	Analisis dan pengolahan data								
9	Penulisan laporan								
10	Bimbingan skripsi								
Tahap Keempat : Sidang Skripsi									
11	Bimbingan ahir skripsi								
12	Sidang Skripsi								
13	Revisi Skripsi								

Table 6. Tabel Rencana Jadwal Penelitian
(hasil olahan peneliti)