

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan publik merupakan salah satu fungsi esensial dari sebuah pemerintahan atau organisasi publik dalam upaya memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara. Kualitas pelayanan publik seringkali dijadikan tolak ukur utama keberhasilan kinerja birokrasi dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Keberhasilan implementasi pelayanan publik tidak hanya ditentukan oleh kebijakan yang baik atau ketersediaan infrastruktur, melainkan juga sangat bergantung pada komunikasi (Alia et al., 2025).

PT Kereta Api Indonesia (persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam pelayanan publik dibidang transportasi darat guna memberikan pelayanan penyedia dan pengurusan jasa angkutan kereta api di Indonesia, baik untuk penumpang maupun barang. Kereta api dipandang sebagai moda transportasi yang relatif aman, tepat waktu, dan mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang cukup besar, sehingga PT Kereta Api Indonesia menjadi bagian penting dalam penyediaan layanan publik yang berkualitas. PT Kereta Api Indonesia memiliki beberapa daerah operasi (DAOP) di pulau Jawa mulai dari DAOP 1 – 9 dan divisi regional (Divre) yang berada di Pulau Sumatera mulai dari divre I – IV. PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 9 (DAOP 9) Jember merupakan salah satu wilayah operasional yang meliputi sebagian besar kawasan timur Jawa Timur yang terpusat di kabupaten Jember, dengan cakupan wilayah mulai dari Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, Jember, hingga Banyuwangi.

Sebagai perusahaan penyedia jasa publik, PT Kereta Api Indonesia dihadapkan pada tuntutan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Kepuasan konsumen terhadap layanan PT Kereta Api Indonesia tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis seperti ketepatan waktu atau kebersihan fasilitas, melainkan juga oleh kemampuan komunikasi petugas di lapangan terutama *frontliner* dalam memberikan pelayanan yang ramah, informatif, dan solutif. Seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dan semakin ketatnya persaingan di sektor transportasi, tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT Kereta Api Indonesia semakin meningkat, tidak hanya mencakup aspek

keamanan, ketepatan waktu, dan fasilitas, tetapi juga kualitas interaksi langsung (Kurniati, 2023). *Frontliner* PT Kereta Api Indonesia DAOP 9 Jember mulai dari *customer service, ticketing officer, OSC & OTC (On Station Cleaning & On Train Cleaning)*, petugas porter, polisi khusus kereta api (polsuska), hingga yang bertugas didalam kereta seperti pramugara/i dan kondektur memiliki peran yang cukup krusial sebagai garda terdepan yang langsung mewakili citra dan reputasi perusahaan. Kualitas pelayanan yang di rasakan oleh konsumen seringkali ditentukan oleh kemampuan petugas dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

Di era digital, *PT Kereta Api Indonesia* Indonesia juga mengembangkan layanan elektronik seperti aplikasi KAI Access, contact center KAI121, hingga media sosial yang mengubah pola interaksi antara konsumen dan penyedia jasa. *PT Kereta Api Indonesia* Indonesia secara korporat telah melakukan transformasi yang cukup signifikan dan mengadopsi pelayan berbasis digital (Samudra et al., 2024). Digitalisasi mempermudah akses layanan, namun interaksi tatap muka tetap relevan untuk dilakukan terutama di stasiun dan saat penanganan masalah secara langsung. Strategi komunikasi tatap muka dan komunikasi berbasis digital tetap di perlukan agar layanan konsumen berjalan konsisten dan responsif.

Ticketing officer PT Kereta Api Indonesia sebagai salah satu *frontliner* berperan penting dalam melakukan kontak langsung dengan penumpang. Kualitas komunikasi yang mereka lakukan, baik verbal maupun non-verbal, mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap profesionalisme dan kepuasan layanan. Kesalahan komunikasi, informasi yang kurang jelas, atau sikap yang dianggap kurang ramah dapat menimbulkan keluhan dan berdampak negatif pada citra perusahaan. *Ticketing officer* memiliki peran untuk melayani kebutuhan informasi tentang jadwal keberangkatan kereta api, pembelian tiket kereta api, perubahan jadwal, pembatalan tiket, dan melayani segala sesuatu yang berkaitan dengan PT Kereta Api Indonesia. Sebagai salah satu stasiun besar di wilayah DAOP 9 dengan tingkat aktivitas penumpang yang tinggi, *Ticketing Officer* di Stasiun Jember kerap menghadapi berbagai situasi interaksi, baik yang menyenangkan maupun penuh tekanan. Dalam konteks pelayanan jasa, kualitas interaksi ini sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang di terapkan. (Muhammad et al., 2025).

Strategi yang efektif tidak hanya bertujuan untuk menyalurkan informasi secara satu arah, melainkan mencakup kemampuan untuk mendengarkan secara aktif, menunjukkan empati, menggunakan bahasa yang jelas dan persuasif, serta mengelola emosi penumpang dalam keadaan tidak terduga, seperti penundaan jadwal atau gangguan teknis. Kegagalan komunikasi dapat secara langsung memicu ketidakpuasan, yang kemudian terekam dalam laporan keluhan publik maupun ulasan di media sosial. Oleh karena itu, di perlukan adanya kajian mendalam mengenai strategi komunikasi petugas untuk memastikan komunikasi berjalan efektif, empatik, dan suportif (Pratiwi & Farouk, 2021).

Faktor sumber daya manusia memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan implementasi strategi komunikasi. Kompetensi komunikasi petugas sangat ditentukan oleh tingkat pendidikan, pengalaman, pelatihan, serta motivasi kerja. Tidak semua petugas memiliki latar belakang atau komunikasi yang memadai untuk menghadapi beragam karakter konsumen. Ketidaksiapan dalam menghadapi situasi komunikasi tertentu dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak efektif, bahkan menimbulkan kesalahpahaman. Kondisi sosial dan budaya masyarakat Jember juga menjadi faktor penting yang juga memengaruhi pola komunikasi di lingkungan pelayanan publik. Kabupaten Jember, sebagai bagian dari kawasan Tapal Kuda, memiliki sejarah panjang perpindahan penduduk multietnis sejak masa kolonial. Pembukaan perkebunan partikelir pada abad ke-19 menjadi pemicu utama terjadinya arus migrasi dari etnis Jawa dan Madura secara besar-besaran. Distribusi etnis tampak secara geografis: wilayah utara Jember didominasi oleh masyarakat Madura, sedangkan bagian selatan lebih banyak dihuni oleh masyarakat Jawa (Kasih & Pratiwi, 2025). Hal ini tentu menjadi tantangan bagi para *ticketing officer* di Stasiun Jember, yang mana mereka harus bisa menyesuaikan dengan latar belakang karakter budaya yang berbeda dan menyesuaikan gaya komunikasi agar tetap efektif serta tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dengan strategi komunikasi yang sensitif terhadap konteks budaya lokal ini menjadi salah satu kompetensi yang perlu dikaji dan dikembangkan dalam sistem pelatihan dan kebijakan pelayanan PT Kereta Api Indonesia.

Berbagai penelitian mengenai strategi komunikasi dalam pelayanan publik telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada konteks

masyarakat yang homogen. Akibatnya, pemahaman mendalam mengenai bagaimana petugas layanan, seperti *Ticketing Officer*, menyesuaikan strategi komunikasinya ketika berinteraksi dengan pelanggan dari latar belakang budaya dan suku yang berbeda masih terbatas. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menggambarkan praktik komunikasi *Ticketing Officer* di daerah multietnik, terutama pada stasiun yang memiliki dua kelompok suku dominan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terkait dinamika interaksi antarbudaya dalam pelayanan pelanggan, yang penting untuk dieksplorasi lebih lanjut guna memahami bagaimana strategi komunikasi dapat diterapkan secara efektif di lingkungan kerja yang multikultural.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk rencana strategi komunikasi yang di gunakan oleh *Ticketing officer* PT. KAI (persero) Daop 9 Jember dalam berinteraksi dan melayani konsumen di loket?
2. Apa saja hambatan atau kendala yang dihadapi oleh *Ticketing officer* PT. KAI (persero) Daop 9 Jember dalam menerapkan strategi komunikasi yang efektif saat melayani konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk strategi komunikasi yang di gunakan oleh *Ticketing officer* PT. KAI (persero) Daop 9 Jember dalam berinteraksi dan melayani konsumen di loket.
2. Untuk mengetahui hambatan atau kendala yang dihadapi oleh *Ticketing officer* PT. KAI (persero) Daop 9 Jember dalam menerapkan strategi komunikasi yang efektif saat melayani konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang mendalam dan kontekstual bagi perkembangan ilmu komunikasi dan peningkatan kualitas pelayanan di PT. KAI Daop 9 jember.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat ini berkaitan dengan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi. Penelitian ini menambah kajian strategi komunikasi

dalam pelayanan publik, terutama dilingkungan perusahaan transportasi seperti PT Kereta Api Indonesia (persero). Penelitian ini diharapkan dapat di peroleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi yang efektif diterapkan oleh petugas pelayanan, dalam hal ini *ticketing officer*, untuk menciptakan pelayanan yang optimal kepada konsumen.

1. Pemahaman kontekstual Strategi Komunikasi Interpersonal: penelitian ini akan memberikan deskripsi tebal tentang bagaimana strategi komunikasi interpersonal (verbal dan nonverbal) yang di gunakan oleh Ticketing Officer dipahami dan diinterpretasikan oleh konsumen dan petugas.
2. Pengembangan Model Komunikasi Layanan: Hasil penelitian dapat di gunakan untuk mengembangkan atau memodifikasi model komunikasi organisasi yang sesuai dengan karakteristik PT. KAI Daop 9 Jember sebagai entitas pelayanan publik diwilayah Tapal Kuda, mempertimbangkan aspek budaya pandalungan dalam interaksi layanan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat ini berfokus pada implementasi temuan di lapangan untuk perbaikan organisasi.

1. Penggunaan bahasa yang efektif dalam menyampaikan informasi jadwal, harga atau regulasi kompleks.
2. Teknik komunikasi nonverbal yang dapat menciptakan kesan ramah dan profesional.
3. Prosedur penanganan keluhan yang humanis dan solutif.