

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian termasuk di dalamnya wawancara yang telah dilakukan dengan *Key Informan*, *Informan 1* hingga *informan 4*, observasi maupun data yang di peroleh dari tempat penelitian dan berbagai referensi kepustakaan lainnya mengenai strategi humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek dalam meningkatkan pelayanan transportasi *commuter line*.

Hal yang melandasi Humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek untuk meningkatkan pelayanan adalah agar masyarakat semakin merasa puas dalam menggunakan transportasi KRL. Mulai dari tahun 2013 PT KAI *Commuter* Jabodetabek mengganti tiket kertas menjadi e-ticketing, lalu Desember 2015 mulai berlaku *vending machine* yang dapat memudahkan penumpang KRL menentukan tujuannya masing-masing. Selain itu jumlah *vending machine* sampai akhir Desember 2016 ditargetkan dapat terpasang sebanyak 200 unit di 36 stasiun. Sementara itu, perbaikan sistem pelayanan kepada penumpang juga dikembangkan oleh PT KAI *Commuter* Jabodetabek, salah satunya dengan pemberlakuan *lost and found* yang bisa ditemui di seluruh stasiun Jabodetabek. Dengan aplikasi ini, penumpang yang kehilangan barang bawaanya dapat melaporkan ke petugas stasiun untuk selanjutnya dicatat melalui aplikasi yang terhubung secara online ke seluruh petugas stasiun.

Berbagai upaya terus dilakukan untuk mewujudkan berita positif, seperti di stasiun sudah terdapat mushola, toilet yang bersih, setiap peron pun sudah lebih rapi. Hal ini ditujukan untuk menciptakan kenyamanan ketika penumpang menunggu kereta. Yang tidak kalah penting ialah memberikan informasi kepada masyarakat, informasi mengenai pelayanan, kebijakan baru serta yang paling dibutuhkan masyarakat mengenai jadwal kereta untuk memudahkan mereka mengetahui posisi KRL.

Tujuan dari meningkatkan pelayanan ini adalah agar para pengguna merasa nyaman, aman karena pelayanan di stasiun sudah baik, di dalam KRL pun sudah

baik. Para petugas PPK lebih peduli kepada para penumpang seperti membantu penumpang mendapatkan kursi disabilitas. Petugas *announcer* di dalam kereta maupun stasiun juga tidak berhenti memberikan informasi mengenai keberadaan KRL. Selain itu fasilitas-fasilitas yang ada di stasiun juga memudahkan para penumpang untuk mengetahui informasi-informasi yang ada.

Media-media yang digunakan dalam meningkatkan pelayanan ini juga bermacam-macam. Mulai dari penggunaan media cetak berupa banner, spanduk, dan lain-lain. Dan juga media lain seperti media online. Berkaitan dengan strategi humas dalam meningkatkan pelayanan ini sudah baik dalam pengaplikasiannya.

Berdasarkan data yang didapatkan penulis menyimpulkan bahwa hingga saat ini setelah berbagai peningkatan pelayanan telah banyak dilakukan dan terus dilakukan, PT KAI *Commuter* Jabodetabek mendapat rata-rata 75 persen berita positif setiap bulan apabila tidak banyak terjadi insiden kereta mogok atau terlambat, dan dibawah 70 persen berita positif apabila sedang banyak terjadi insiden tersebut.

## V.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis yang berkaitan dalam meningkatkan pelayanan transportasi *commuter line*. Penulis berharap Humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek memiliki wawasan baru dalam membina hubungan yang baik dengan masyarakat. karena dalam meningkatkan pelayanan ini tidak lepas dari dukungan stakeholder seperti pemerintah, masyarakat, komunitas-komunitas pecinta KRL, sehingga PT KAI *Commuter* Jabodetabek melalui divisi humas dapat terjalin hubungan kemitraan yang baik.

Agar seluruh anggota dari PT KAI *Commuter* Jabodetabek berperan aktif dalam membantu humas untuk mensukseskan peningkatan pelayanan transportasi *commuter line* dan juga kegiatan-kegiatan yang dapat menumbuhkan *image* positif di mata masyarakat. Hal yang terpenting untuk saat ini ialah humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek terus memberikan informasi ke banyak saluran yang dimiliki PT KAI *Commuter* Jabodetabek masyarakat tidak kehilangan atau tertinggal informasi-informasi terbaru mengenai pelayanan terkait produk-produk yang baru akan diluncurkan.

Keberlanjutan kegiatan ini juga diharapkan oleh banyak pihak terutama para pengguna setia *commuter line* yang mulai menggunakan KRL dari belum adanya peningkatan pelayanan seperti belum di hilangkannya KRL ekonomi, masih menggunakan tiket kertas, dan setiap stasiun masih terlihat kumuh. Pihak eksternal perusahaan juga sangat berperan penting untuk mencapai keberhasilan dari tujuan meningkatkan pelayanan transportasi *commuter line* seperti Instansi Pemerintah, tokoh masyarakat, dan komunitas-komunitas pecinta KRL untuk sama-sama membantu Humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek.

Dalam penggunaan media untuk menyebarluaskan informasi diharapkan Humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek lebih memperbanyak saluran informasi seperti Instagram dan saluran informasi yang sudah ada lebih diperkuat lagi dalam penyampaian pesannya. Informasi yang disampaikan diharapkan mampu menjangkau lebih jauh ke masyarakat khususnya para pengguna KRL Jabodetabek.

Evaluasi dalam meningkatkan pelayanan *commuter line* yang dilakukan Humas PT KAI *Commuter* Jabodetabek diharapkan mampu menjadi acuan dalam mengawali setiap peningkatan pelayanan yang dilakukan setiap tahun nya.

