BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah mengubah cara organisasi berinteraksi dengan masyarakat, terutama dalam hal penyampaian informasi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat membuat akses terhadap informasi menjadi semakin penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kecepatan dan keakuratan. Salah satu sektor yang ikut terdampak oleh perubahan ini adalah transportasi. Dalam sektor ini, kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna guna mendukung kelancaran mobilitas sehari-hari.

KAI Commuter, sebagai salah satu penyedia layanan transportasi berbasis Kereta Rel Listrik (KRL) di Indonesia yang telah berupaya untuk melakukan perubahan budaya dan komunikasi dengan transformasi digital guna meningkatkan layanan informasi kepada pengguna. Layanan tersebut menjadi pilihan banyak masyarakat, khususnya di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) karena mampu menawarkan perjalanan jarak jauh dalam waktu yang relatif singkat dibandingkan moda transportasi lain. Selain itu, harga tiket yang terjangkau juga semakin memperkuat pilihan utamanya sebagai transportasi publik yang diandalkan oleh berbagai kalangan masyarakat.

Seiring dengan adanya perubahan budaya dan komunikasi yang telah dibangun melalui strategi public relations KAI Commuter, banyak pengguna yang mulai merasakan peningkatan kenyamanan dalam menggunakan moda transportasi ini. Namun, salah satu dampaknya adalah sering terjadi peningkatan jumlah penumpang KRL Commuter Line, terutama pada jam-jam sibuk, yang menyebabkan kepadatan signifikan. Kondisi ini terjadi karena jumlah penumpang yang naik KRL sering kali melebihi kapasitas maksimal. Berdasarkan data KAI Commuter, per 31 Desember 2023, jumlah pengguna Commuter Line telah mencapai 290,9 juta penumpang dengan rata-rata

796.961 penumpang per hari (KAI Commuter, 2023). Saat ini, jumlah penumpang harian terus meningkat, bahkan mencapai 950.000 orang per hari.

Sebagai penyedia layanan transportasi yang melayani ribuan penumpang setiap hari, KAI Commuter menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna yang beragam. Informasi terkait operasional seperti, jadwal perjalanan, rute kereta, hingga informasi publik, menjadi kebutuhan penting, terutama bagi pengguna KRL di kawasan Jabodetabek yang memiliki mobilitas tinggi. Untuk itu, KAI Comuter harus memastikan layanan informasinya tetap berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Kelompok pengguna KRL di Jabodetabek meliputi berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021 di Universitas Nasional merupakan salah satu kelompok pengguna KRL untuk mobilitas sehari-hari. Berdasarkan data internal, jumlah mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas nasional mengalami peningkatan sebanyak 0,82%, yaitu 537 mahasiswa pada tahun akademik 2021/2022 menjadi 619 mahasiswa dalam satu tahun akademik yang sama di semester ganjil maupun genap. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan minat tinggi terhadap program studi Ilmu Komunikasi, tetapi juga berkontribusi pada penambahan jumlah pengguna KRL, yang menjadi salah satu penyebab kepadatan transportasi tersebut.

Sebagian besar dari mereka mengandalkan layanan KRL untuk menunjang aktivitas harian, mulai dari menghadiri perkuliahan hingga kegiatan organisasi internal maupun eksternal. Meskipun tidak semua mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 di Universitas Nasional menggunakan KRL sebagai moda transportasi utama, sebagian besar dari mereka tetap memanfaatkan layanan informasi yang disediakan KAI Commuter melalui platform media sosial. Seluruh cakupan informasi yang disediakan dianggap penting untuk mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan mereka guna mendukung mobilitas mereka.

Media sosial menjadi solusi efektif bagi KAI Commuter untuk menyediakan informasi secara cepat dan langsung kepada para pengguna, termasuk mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 di

Universitas Nasiona. Informasi KAI Commuter yang disampaikan melalui media sosial merupakan bentuk salah satu bentuk layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini, kualitas pelayanan informasi yang disampaikan melalui media sosial memainkan peran penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Tidak hanya itu, media sosial juga menjadi hal yang sangat penting bagi public relations, karena dapat berfungsi sebagai penyampaian informasi pada pihak atau publik eksternal di luar korporasi.

Sebelum media sosial hadir sebagai salah satu alat komunikasi utama, akses untuk mendapatkan informasi dari KAI Commuter sangat terbatas. Pengguna KRL hanya dapat memperoleh informasi melalui media konvensional, seperti papan pengumuman di stasiun atau berbagai media massa. Metode ini sering kali kurang efektif, karena informasi tidak tersebar dengan cepat dan menyeluruh, sehingga meningkatkan risiko miskomunikasi di lapangan. Seperti hal nya dengan kondisi penumpang KRL yang jauh berbeda jika dibandingkan sekarang. Kapasitas kereta yang sering kali melebihi batas menyebabkan banyak penumpang naik di atap kereta atau bergelantungan di badan kereta. Meskipun pihak berwenang telah menyampaikan himbauan secara langsung maupun melalui media massa mengenai bahaya dari tindakan tersebut, kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat membuat banyak orang tetap melakukannya.

Namun, dengan kemajuan teknologi digital, KAI Commuter kini telah memanfaatkan media sosial untuk menyediakan forum komunikasi dan publikasi informasi yang lebih efektif kepada penggunanya. Salah satu platform media sosial yang digunakan adalah X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter. Melalui akun resmi @Commuterline, KAI Commuter berupaya memberikan layanan informasi yang lebih luas, mudah diakses, dan relevan guna memenuhi kebutuhan para pengikut maupun pengguna KRL. Meskipun tidak semua pengguna KRL *Commuter Line* mengikuti akun tersebut, per 13 November 2024, akun @Commuterline telah memiliki 1.011.969 pengikut.

Gambar 1. 1 Akun X @CommuterLine

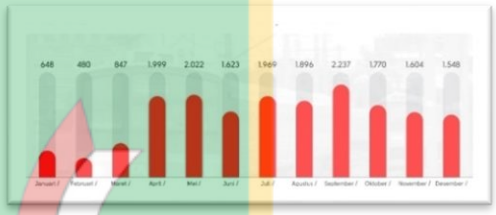
Sumber: https://x.com/CommuterLine

Dengan adanya media sosial seperti X, kini penyebaran informasi yang dibutuhkan para pengguna menjadi lebih cepat, tepat, dan transparan. Informasi penting seputar operasional KAI Commuter hingga kondisi kepadatan dapat langsung disampaikan melalui akun X. Untuk itu, pengguna KRL, terutama pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2021 bisa mendapatkan pembaruan informasi perjalanan dan publik secara *real time*. Hal tersebut memungkinkan mereka untuk menyesuaikan rencana perjalanan dan mengurangi potensi ketidaknyamanan. Ini tidak hanya menguntungkan bagi pengguna tetapi juga bagi KAI Commuter, yang dapat menjaga alur komunikasi secara efisien dan merespons perubahan informasi perjalanan dengan cepat. Dalam hal ini, layanan informasi yang diberikan KAI Commuter secara tepat waktu dan responsif melalui akun X dapat membantu memenuhi kebutuhan pengguna terhadap pelayanan informasi yang diberikan.

Tidak hanya itu, di akun X @Commuter Line tersebut pengguna KRL juga dapat menggunakannya untuk menyampaikan keluhan, pertanyaan, saran atau masukan terkait pelayanan yang diberikan KAI Commuter. Kritik, saran, dan keluhan dari pengguna menjadi hal penting bagi KAI Commuter sebagai solusi ekosistem transportasi urban terbaik untuk Indonesia. Oleh karena itu, *public relations* dari KAI Commuter harus berupaya menindaklanjuti setiap pertanyaan, keluhan, kritik, dan saran dari pengguna sebagai bagian dari upaya

meningkatkan kualitas pelayanan informasi. Langkah ini bertujuan untuk menghadirkan pengalaman yang lebih nyaman dan memuaskan bagi para pengguna, sekaligus menciptakan komunikasi yang lebih baik dan responsif terhadap kebutuhan mereka. *Public relations* KAI Commuter harus terus melakukan perbaikan serta melakukan identifikasi untuk dapat diteruskan kepada unit-unit terkait dengan keluhan tersebut. Menurut data KAI Commuter, sepanjang 2022 terdapat pelayanan informasi sebanyak 78.926 interaksi pelayanan informasi setiap bulan dan interaksi keluhan sebanyak 18.643. Namun, seluruhnya telah selesai ditindaklanjuti atau 100% berstatus "Close" (KAI, 2022).

Gambar 1. 2 Grafik Interaksi Informasi



Gambar 1. 3 Grafik Interaksi Keluhan

Sumber: Annual Report KAI Commuter (2022)

Hal ini terbukti berdasarkan fenomena yang pernah terjadi oleh KAI Commuter dalam media sosial X pada Juni 2021 lalu. KAI Commuter sempat mengalami hambatan dalam memberikan pelayanan informasi di akun X melalui tanggapan atas pengaduan kasus pelecehan akibat padatnya penumpang pada gerbong yang di naikinya. Tanggapan tersebut dinilai tidak beretika dan tidak berempati dalam menanggapi twittan yang dibuat dari rekan korban di akun X nya (Suryani & Adawiyah, 2023). Respon tersebut mencerminkan kegagapan seorang *public relations* dalam menangani krisis, di mana seharusnya mereka bertindak dengan pertimbangan yang matang, rasional, objektif, penuh integritas, dan tanggung jawab yang tinggi. Dalam peranannya, *public relations* seharusnya dapat menciptakan pola komunikasi yang memungkinkan arus bebas informasi sehingga publik merasa bahwa mereka selalu mendapatkan informasi yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Selain itu, *public relations* juga harus membangun kesadaran publik akan keterlibatan mereka, sehingga tercipta hubungan yang solid dan harmonis antara perusahaan dan pengguna.

Menanggapi kasus tersebut, KAI Commuter kemudian melakukan langkah perbaikan dan memberikan pelayanan informasi dengan merilis tweet di akun X @CommuterLine berupa foto yang memuat tulisan bahwa pihaknya telah melakukan pertemuan langsung dengan korban pelecehan seksual di KA 1452 pada 4 Juni 2021 untuk menyampaikan permohonan maaf kepada korban dan rekannya atas kesalahannya dalam memberikan pelayanan. Selain itu, KAI Commuter juga melakukan pertemuan lanjutan dengan korban yang berlangsung di Stasiun Jatinegara pada 5 Juni 2021 untuk memberikan dukungan berupa data yang dibutuhkan korban guna meneruskan laporan ke pihak kepolisian. Mereka berjanji untuk terus mendampingi korban selama proses laporan ke polisi dan selalu menjalin komunikasi dengan korban.

Oleh karena itu, meskipun KAI Commuter telah memberikan pelayanan informasi melalui akun X dan menindaklanjuti keluhan pengguna, peneliti ingin memahami apakah kualitas pelayanan informasi yang diberikan melalui akun X @CommuterLine benar-benar mempengaruhi pemenuhan kebutuhan pengguna KRL, terutama pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2021. Dengan demikian, saya tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan informasi KAI Commuter melalui akun X @CommuterLine terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna KRL pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2021.

1.2 Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh kualitas layanan informasi KAI Commuter di X terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna KRL pada mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 di Universitas Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu menganalisis seberapa besar pengaruh

kualitas layanan informasi KAI Commuter di X terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna KRL pada mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 di Universitas Nasional.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai efektifitas media sosial sebagai alat komunikasi dalam konteks transportasi publik, serta dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pembelajaran yang lebih baik.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis dapat mengembangkan kemampuan analitis dan kritis dalam mengukur bagaimana pengaruh kualitas layanan informasi KAI Commuter yang disampaikan di X terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna KRL pada mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 di Universitas Nasional.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi topik serupa, serta dapat memberikan data empiris yang bisa dijadikan bahan perbandingan atau dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas layanan informasi KAI Commuter di X terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna KRL pada mahasiswa Ilmu Komunikasi 2021 di Universitas Nasional.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang telah disusun sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**

   Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai struktur penelitian ini.

2. **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

   Pada bab ini berisi tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, landasan teori, kerangka konsep, kerangka pemikiran, dan hipotesisi pada penelitian.

3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

   Bab ini berisi pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan dan analisis data, populasi dan sampel penelitian, teknik sampling, serta uji validitas dan reliabilitas. Selain itu, dibahas pula teknik keabsahan data, teknik pegolahan data, lokasi serta jadwal penelitian.

4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

   Bagian ini menyajikan hasil dan pembahasan penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh.

5. **BAB V PENUTUP**

   Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian.