

**HUBUNGAN FUNGSI HUMAS TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DI PT KERETA API INDONESIA DIVRE III
KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi**

OLEH :

Edo Widian Dwi Karsa

1537010027

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

RADEN FATAH PALEMBANG

1441 H / 2019 M

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fak. Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik, UIN Raden Fatah

di

PALEMBANG

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Setelah mengadakan bimbingan dan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama **Edo Widian Dwi Karsa (1537010027)** yang berjudul **Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikianlah terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, 8 November 2019

Pembimbing I



Dr. Andi Candra Jaya, S.Ag., M.Hum.
NIP. 197201192007011011

Pembimbing II



M. Mifta Farid, M.I.Kom
NIDN. 0202108402

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Edo Widian Dwi Karsa
NIM : 1537010027
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 02 Mei 1998
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, pembahasan, dan kesimpulan yang telah disajikan di dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, November
2019



Edo Widian Dwi Karsa

1537010027

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Edo Widian Dwi Karsa

NIM : 1537010027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan Di
PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang

Telah di Munaqasyah dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Raden Fatah Palembang, pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 20 November 2019

Tempat : Ruang Sidang Munaqaysah FISIP UIN Raden Fatah

Dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Palembang, 21 November 2019
Dekan,



Prof. Dr. Izomiddin, MA.
NIP. 196206201988031001

TIM PENGUJI

KETUA



Dr. Andi Candra Jaya, M.Hum
NIP. 197201192007011011

SEKRETARIS



Erik Darmawan, M.Hum
NIP. 197405172017011024

PENGUJI I



Taufik Akhyar, M.Si.
NIP. 197109132000032000

PENGUJI II



Badarudin Azarkasyi, MM.
NIDN.2026068402

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa tercurahkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena atas segala limpahan rahmat-Nya dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dari Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul **“Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang”** Shalawat beriring selalu tercurahkan kepada Suri tauladan yang terbaik dimuka bumi ini, Rasullullah SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Selama dalam penyusunan Skripsi ini, penulis tidak terlepas dari segala bentuk hambatan, kendala serta kekurangan disana-sini. Namun berkat pertolongan-Nya serta bantuan dari berbagai pihak, segala kendala dan hambatan itu dapat teratasi. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Izomiddin, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
2. Dr. Yenrizal, M.Si. , Ainur Rofik, S.Sos.I., M.Si ., Dr. Kun Budianto, S.Ag., S.H., M.Si., selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Reza Aprianti, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Ibu Gita Astrid, S.H.I., M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Bpk Andi Chandra Jaya, S.Ag., M.Hum selaku pembimbing I dan Bpk M. Miftah Farid, S.Sos.I., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia membagi waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan masukan dan arahnya dalam penyelesaian materi skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Muhaimin, M.Si selaku penasehat Akademik yang telah banyak memberikan motivasi, nasihat, kritik dan sarannya dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang, yang telah memberikan pengetahuan serta ilmunya selama perkuliahan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Staff Pegawai Administrasi dan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang, yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan.
8. Kepada Pimpinan PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang dan Manager Sumber Daya Manusia dan Umum yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kepada Ibu Aida Suryani selaku Manager Humas, Bapak Imanuel Setya Budi selaku Asistant Manager Humas, dan seluruh Pegawai Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian.
10. Kepada kedua Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan yang terbaik untuk anaknya.
11. Kepada kakak dan adik-adik saya tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama ini.
12. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi A yang telah menjadi teman kelas terbaik semasa perkuliahan, serta semua teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2015.

Penulis mengakui bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan pasti ada. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga usaha yang kita lakukan bernilai ibadah dimata Allah SWT.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Pembimbing	ii
Surat Pernyataan	iii
Lembar Pengesahan Skripsi Mahasiswa	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Abstrak.....	xii
<i>Abstract</i>	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	17
a. Hubungan Masyarakat	17
1. Menjalin Hubungan Baik	18
2. Membentuk Citra Perusahaan	19
3. Fasilitator Komunikasi	19
4. Teknisi Komunikasi Perusahaan	20
b. Kualitas Pelayanan	21
1. Keandalan.....	23
2. Responsivitas	24
3. Jaminan	24
4. Empati	25
5. Bukti Langsung	26
c. Hubungan Humas terhadap Kualitas Pelayanan	27
d. Teori Behaviorisme	28
e. Teori Pertukaran Sosial	31
G. Hipotesis Penelitian.....	33
H. Metodologi Penelitian	34
1. Korelasi	34
2. Jenis dan Sumber Data	35
3. Teknik Pengumpulan Data	35
a. Kuesioner	35
b. Wawancara	36
4. Lokasi Penelitian	36
5. Variabel Penelitian	36

a. Variabel X	37
b. Variabel Y	39
6. Populasi dan Sampel	39
7. Uji Instrumen Data	41
a. Uji Validitas	41
b. Uji Reliabilitas	42
8. Teknik Analisis Data	43
A. Teknik Pengolahan Data	43
a. Teknik Analisis Deskriptif	43
b. Teknik Analisis Statistik Inferensial	44
c. Uji Koefisien Korelasi	46
d. Uji Normalitas Data	47
e. Uji Linearitas Data	47
f. Analisis Regresi Linear Sederhana	48
B. Uji Hipotesis	49
a. Analisis Koefisien Determinasi	49
b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial	50
c. Pengujian Hipotesis Secara Simultan	51
I. Sistematika Penulisan	49

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan	53
B. Logo Perusahaan	56
C. Visi dan Misi Perusahaan	56
D. Struktur Organisasi Perusahaan	57
E. Budaya Perusahaan	57
F. Pembagian Wilayah dan Layanan Kerja	58

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden	61
1. Usia Responden	61
2. Pekerjaan Responden	63
3. Jenis Kelamin Responden	64
B. Analisis Hubungan Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang Terhadap Kualitas Pelayanan	65
C. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	68
D. Analisis Deskriptif Data Penelitian	68
E. Analisis Variabel X (Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang) dan Y (Kualitas Pelayanan)	70
1. Variabel X (Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang)	71
2. Variabel Y (Kualitas Pelayanan)	78
F. Analisis Statistik Inferensial	79
1. Analisis Hipotesis X dan Y	81

2. Uji Normalitas Data	82
3. Uji Linearitas Data	83
4. Analisis Regresi Linear Sederhana	85
G. Analisis Hipotesis Mayor	83
H. Analisis Hipotesis Minor	86

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rekap Volume Angkutan Penumpang Divre III Sum-Sel Thn 2014-2018	5
Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3 Sejarah Per-Kereta Apian Indonesia	52
Tabel 4 Presentase responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 5 Presentase responden berdasarkan pekerjaan	60
Tabel 6 Presentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	64
Tabel 7 Hasil uji validitas	67
Tabel 8 Hasil uji reliabilitas	68
Tabel 9 Dimensi menjalin hubungan baik	71
Tabel 10 Dimensi membentuk citra perusahaan	73
Tabel 11 Dimensi fasilitator komunikasi perusahaan	75
Tabel 12 Dimensi teknisi komunikasi perusahaan.....	77
Tabel 13 Variabel Y Kualitas Pelayanan	78
Tabel 14 <i>Guilford Emperical Rule</i>	80
Tabel 15 Korelasi variabel X dan Y.....	81
Tabel 16 Uji normalitas data	83
Tabel 17 Uji linearitas data	84
Tabel 18 Uji regresi linear sederhana.....	86
Tabel 19 Uji regresi linear sederhana <i>Analysis of Variance</i>	88
Tabel 20 Uji regresi linear sederhana.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Langkah-langkah perubahan sikap/perilaku.....	27
Gambar 2 Kerangka teori penelitian	31
Gambar 3 Logo Perusahaan	53
Gambar 4 Struktur Kehumasan.....	54

ABSTRAK

PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yang bergerak dalam bidang jasa angkutan perkereta apian, dalam struktur organisasi perusahaan nya PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang juga memiliki bidang humas yang juga mempunyai tugas dan fungsi nya sendiri dalam perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa tentu nya perusahaan harus lah memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi setiap penumpang yang menggunakan jasa perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian yang dilakukan ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang terhadap Kualitas Pelayanan. Untuk lebih menguatkan lagi penelitian yang dilakukan peneliti akan mengambil data kuesioner yang nanti nya akan diisi oleh 52 responden yang juga telah merasakan pelayanan dari perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa humas tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang ada dalam perusahaan.

Kata kunci: Humas, Kualitas Pelayanan, dan PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang.

ABSTRACT

PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang city is one of the BUMN companies in Indonesia which is engaged in railroad transportation services, in its organizational structure PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang city also has a public relations field that also has its own duties and functions in the company. As a company engaged in the field of service providers, of course the company must provide good and satisfying services for every passenger who uses the company's services. Good service quality will give a good impact for the company. The method used in this research is quantitative method. This research is intended to find out the relationship between PT Kereta Api Indonesia Divre III Public Relations and Service Quality. To further strengthen the research conducted by researchers will take questionnaire data which will be filled later by fifty-two respondents who have also felt service from the company. Based on the results of research that has been done shows that public relations does not have a significant relationship to the quality of existing services in the company.

Keywords: Public Relations, Service Quality, and PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang City.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan Masyarakat (Humas) pertama kali dipelopori pada tahun 1906 oleh seorang pria bernama Ivy Lee, pada saat itu ia bersama rekannya yaitu George Parker mendirikan sebuah kantor publisitas dimana sebagian besar kliennya adalah perusahaan-perusahaan. Sampai pada suatu waktu ia berhasil mengatasi konflik antara buruh tambang batubara dan pengusaha. Dari kejadian itu lah Ivy Lee kemudian menggagas suatu konsep yang dikenal dengan "*Declaration of Principle*" (Deklarasi Azas-Azas Dasar) yang merupakan konsep bahwa ia dan perusahaan akan bersikap terbuka dengan para khalayak untuk menjalin hubungan yang baik kedepannya.

Di Indonesia sendiri profesi kehumasan mulai diakui sejak berdirinya Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (Bakohumas) pada 13 Maret 1971. Bakohumas ini juga menghimpun beberapa pejabat dan staf humas di lingkungan kerja perusahaan, departemen, lembaga pemerintah, dan BUMN. Perkembangan kehumasan di Indonesia juga berkembang dengan pesat, salah satu faktor yang melatarbelakanginya ialah karena cepatnya kemajuan masyarakat akan informasi yang tepat dan akurat akurat.¹ Humas di Indonesia sendiri telah digunakan oleh beberapa perusahaan, departemen, dan usaha swasta lainnya. Humas juga dapat dikatakan sebagai suatu komunikasi yang

¹ M. Linggar Anggoro, Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h.57

terencana baik itu kedalam maupun keluar dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²

Oleh karena itu dengan adanya humas dalam suatu perusahaan akan lebih memudahkan perusahaan tersebut saat harus berkaitan dengan khalayak atau masyarakat luas dalam menjalankan perusahaannya. Karena seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa humas lah yang menjadi perantara komunikasi antara perusahaan dan masyarakat terlebih lagi apabila perusahaan tersebut mengalami hal yang kurang baik tentu humas lah yang akan berperan dalam memperbaiki hal yang tidak baik tersebut.

Humas (Hubungan Masyarakat) adalah kajian yang berkaitan dengan lembaga/organisasi dalam masyarakat yang bergerak melakukan pelayanannya kepada masyarakat. Pelayanan disini mengandung maksud untuk mempererat hubungan dengan masyarakat secara timbal balik, agar masyarakat diuntungkan dengan produk-produk yang dihasilkan organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dirinya. Dipihak lainnya, lembaga akan mendapatkan support dari masyarakat karena eksistensinya bisa diterima oleh masyarakat yang pada akhirnya akan mendapat profit ekonomi maupun sosial.³Sedangkan Rosady Ruslan mengatakan dalam bukunya berjudul *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Humas adalah mediator dalam perusahaan dimana posisinya ada diantara seorang pimpinan organisasi dengan masyarakat sekitar

² Frank Jefkins, *Public Relation* Edisi Kelima Direvisi oleh Daniel Yadin, (Jakarta: Erlangga, 2002), h.9

³ Drs. Syahir Badruddin, M.Si., *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*, (Palembang: NoerFikri, 2017), h. 1.

dengan upaya untuk membuat hubungan yang baik dalam sector internal serta eksternal.⁴

Jadi, hubungan masyarakat adalah usaha yang dilakukan untuk membangun dan menjaga hubungan baik antara perusahaan atau lembaga dengan relasi dan masyarakat. Peran humas dalam perusahaan atau lembaga sangatlah penting, sulit bagi mereka bila tidak mempunyai kehumasan dalam menajemen nya. Mengingat humas lah yang akan menjadi jembatan atau perantara perusahaan atau lembaga dengan para relasi dan masyarakat yang pada akhirnya akan menguntungkan dua belah pihak secara ekonomi.

Maka dari itu dapat dikatakan bahwa humas merupakan salah satu posisi yang penting dalam perusahaan baik itu perusahaan berskala besar atau kecil, karena dengan adanya humas akan lebih memudahkan dan mempercepat arus informasi dari perusahaan kepada masyarakat atau relasi. Dengan adanya humas dalam perusahaan juga dapat membantu perusahaan memiliki citra atau pandangan yang baik dari masyarakat serta menjadikan perusahaan dinilai baik oleh khalayak luas.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah perusahaan penyedia jasa angkutan perkereta apian penumpang dan barang yang ada di Indonesia dibawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam menjalankan usahanya PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki Daop (Daerah Operasional) dan Divre (Divisi Regional) yang tersebar di setiap daerah di Jawa dan Sumatera.

⁴ Rosady Ruslan. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h.14

Budaya organisasi perusahaan dalam PT Kereta Api Indonesia (Persero) terdapat lima pilar utama yaitu integritas, profesional, keselamatan, inovasi, dan pelayanan prima.⁵

1. Integritas yang ditunjukkan oleh perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu dengan melakukan tindakan secara konsisten sesuai dengan kebijakan dan peraturan yang ada pada perusahaan. Mempunyai rasa pemahaman dan rasa ingin guna menyesuaikan diri dengan kebijakan dan bertindak dengan konsisten.
2. Profesionalitas perusahaan dalam mempunyai kemampuan serta penguasaan pada bidang pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan dan mampu mengembangkan serta membagikan pengetahuan seputar pekerjaan pada orang lain.
3. Keselamatan adalah salah satu kunci utama dalam penyediaan jasa transportasi. Keselamatan meliputi saat keberangkatan hingga sampai nya penumpang di stasiun tujuan.
4. Inovasi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan, dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan.

⁵ Skripsi Amaliana Zelvitasanny, Strategi Komunikasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta Dalam Sosialisasi Keselamatan Perjalanan Kereta Api Tahun 2016, FISIP UMY, 2017

5. Pelayanan Prima diperlihatkan oleh perusahaan saat memberikan pelayanan yang sesuai dengan standarisasi perusahaan dan memberikan pelayanan yang baik sehingga memberikan kepuasan sesuai harapan..⁶

Tabel 1
Rekap Vulome Angkutan Penumpang Divre III Sum-Sel
Tahun 2014-2018

Tahun	Eksekutif	Bisnis	Ekonomi	Total
2014	106.992	146.583	522.428	776.003
2015	105.858	134.924	587.672	828.454
2016	111.772	134.843	623.498	870.113
2017	165.155	154.639	657.853	977.647
2018	190.536	184.535	689.868	1.064.939
Total	680.313	755.524	3.081.319	4.517.156

Sumber: Data peneliti, diolah 2019.

Berdasarkan tabel rekap volume angkutan penumpang diatas dalam rentan waktu tahun 2014-2018 menunjukkan kenaikan jumlah penumpang setiap tahun nya dari setiap kelas gerbong. Seperti hal nya kelas gerbong eksekutif yang mengalami peningkatan jumlah penumpang cukup signifikan dari tahun ke tahun, sampai pada tahun 2018 kelas eksekutif mengalami peningkatan volume penumpang yang tinggi sebanyak tiga puluh lima ribu lebih terbesar dari kelas lainnya dan peningkatan yang tinggi dari tahun-tahun sebelumnya.

Hal itu tentu menunjukkan bahwa tingkat keinginan dan kemauan masyarakat akan kereta api masih cukup tinggi dan kepercayaan masyarakat akan moda transportasi kereta pun masih baik, tentu hal itu baik untuk PT. Kereta

⁶<http://bumn.go.id/keretaapi/halaman/41> Diakses pada Rabu, 27/03/2019

Api Indonesia yang masih tetap dipercaya masyarakat dalam arus persaingan moda transportasi yang semakin ketat setiap tahun nya.

Peningkatan jumlah penumpang juga harus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada penumpang agar tetap baik dan memuaskan sehingga masyarakat akan terus menggunakan kereta api sebagai moda transportasi mereka kedepannya. Pelayanan yang baik juga akan membawa nama baik perusahaan itu sendiri sehingga masyarakat akan bisa menilai moda transportasi mana yang mereka anggap layak dan baik untuk digunakan dalam kegiatan mereka sehari-hari.

Sebagai salah satu BUMN di Indonesia, PT Kereta Api Indonesia mempunyai peranan ganda yaitu *agent of development* dan perusahaan yang profitable. Sebagai perusahaan transportasi Kereta Api membuat PT Karet Api Indonesia memiliki tanggung jawab untuk menyediakan sarana transportasi yang baik dan tentunya nyaman bagi masyarakat. Hal itu lah yang membuat PT Kereta Api Indonesia harus mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan mekanisme pasar yang sewaktu-waktu dapat berubah. Perusahaan juga harus bisa menyesuaikan budaya organisasi perusahaan dengan lingkungan untuk mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi.

Oleh sebab itu, PT Kereta Api Indonesia dapat mulai meningkatkan lagi kinerja perusahaan untuk lebih baik lagi kedepannya dan perusahaan harus bisa menyesuaikan dengan lingkungan sekitar, dengan harapan nanti nya kinerja perusahaan dapat lebih baik lagi dari sebelumnya. Maka dari itu PT Kereta Api Indonesia membutuhkan kinerja humas untuk membantu perusahaan

memperbaiki apa yang kurang dan salah dari kualitas pelayanan perusahaan selama ini agar nantinya apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat terwujud dengan baik.

Kualitas pelayanan seringkali diartikan sebagai suatu apresiasi dari perusahaan yang diberikan kepada konsumen melalui rasa peduli dan pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan juga dapat bersifat dinamis yang berarti bersifat berubah-ubah sesuai dengan tuntutan dan keinginan dari konsumen itu sendiri. Seringkali kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kurang memuaskan dan tidak sesuai yang diinginkan oleh konsumen sehingga terjadinya *complain* terhadap pelayanan dari perusahaan. Maka dari itu perusahaan sebagai penyedia jasa harus tanggap dengan apa yang dikeluhkan oleh penumpang untuk menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan.

PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi tentu ingin memiliki kualitas pelayanan yang baik setiap kali jasa yang mereka tawarkan digunakan oleh masyarakat pada setiap harinya dan masyarakat pun sebagai pengguna jasa berhak mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Pelayanan yang diberikan pada konsumen juga harus dilakukan sebaik mungkin sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan masyarakat.

Kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada perusahaan selaku penyedia jasa. Namun untuk mempunyai kualitas pelayanan yang baik sebagai penyedia jasa tentu harus dibantu oleh humas sebagai perantara antara perusahaan dan masyarakat, dengan mengetahui

apa yang diinginkan masyarakat akan lebih memudahkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam jasa nya.

Seperti hal nya berkaitan dengan penelitian ini yang meneliti hubungan humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang terhadap kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pengguna nya secara baik dan terus menerus akan menimbulkan respons dari pengguna kepada perusahaan, baik itu respons yang baik maupun kurang baik sekalipun.

Setelah melalui penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa setiap perusahaan tentu harus mempunyai kualitas pelayanan yang baik sebagai penyedia jasa, agar masyarakat merasa puas saat menggunakan jasa yang diberikan. Karena sepertinya yang banyak perusahaan katakana bahwa kepuasan pelanggan adalah tujuan perusahaan. Dalam hal ini humas sebagai mediator perusahaan juga seharusnya turut andil dalam upaya meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan. Maka, dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai *“Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang”*.

B. Rumusan Masalah

Setelah melakukan pembahasan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan saya jadikan pembahasan dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut ***“Bagaimana Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang?”***.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam lagi Apakah Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa memberikan ilmu atau pengetahuan secara akademis bagi mahasiswa lain tentang Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang. Serta diharapkan juga dapat memberikan sumbangpikiran untuk penelitian selanjutnya ataupun dapat menjadireferensi untuk penelitian sejenisnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, sumbangan pengetahuan dan juga informasi untuk Bidang Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota PalembangterhadapKualitas Pelayanan.

E. Tinjauan Pustaka

Berkaitan dengan judul penelitian yang akan diteliti oleh penulis, yang berjudul ***“Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang”***. Maka dalam tinjauan

pustaka ini penulis akan mengambil beberapa referensi yang akan menjadi bahan perbandingan dalam penulisan skripsi ini baik itu dari buku dan jurnal yang ditulis oleh para ahli dalam bidang kehumasan serta referensi skripsi yang telah ditulis oleh mahasiswa sebelumnya. Dan beberapa tulisan tersebut sebagai berikut.

Pertama, penelitian yang berjudul “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan RS Islam Siti Khadijah Palembang*”. Disusun oleh Intan Muharni Fak Dakwah dan Komunikasi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang tahun 2016. Pada penelitian yang sudah dilakukan oleh intan bertujuan mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh humas guna meningkatkan pelayanan pada RS Islam Siti Khadijah dan untuk mengetahui apa saja tantangan dan juga hambatan yang didapat oleh humas dalam upaya meningkatkan pelayanan.

Kedua, penelitian yang berjudul “*Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia Stasiun Tanjung Karang Kota Bandar Lampung*”. Disusun oleh Farrah Annisya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Negara Universitas Lampung tahun 2017. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Kereta Api Indonesia di Stasiun Tanjung karang termasuk dalam kategori pelayanan yang belum cukup memuaskan. Hal ini dilihat dari tingkat harapan penumpang akan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. KAI di Stasiun Tanjung karang termasuk dalam kategori penting dengan persentase sebesar

74%, sedangkan untuk tingkat pelayanannya sendiri termasuk dalam kategori baik yang hanya mencapai persentase sebesar 60,5%.

Ketiga, penelitian yang berjudul “*Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat.*”. Disusun oleh Anastasia Anita Wulandari. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sanata Darma Yogyakarta tahun 2017. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu peningkatan kualitas pelayanan berguna untuk membuat konsumen semakin nyaman saat menggunakan kereta api.

Keempat, penelitian yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api*”. Disusun oleh Tia Indriani. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pasundan tahun 2015. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket juga menentukan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pt kereta api Indonesia, pelayanan yang baik serta harga tiket yang terjangkau dan cenderung stabil tentu akan membuat masyarakat secara terus menerus menggunakan kereta api sebagai moda transportasi mereka.

Kelima, penelitian yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Argo Mulia*”. Skripsi yang disusun Adinta Noorani. Fak Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro pada tahun 2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan, persepsi harga, dan

promosi berpengaruh terhadap pembelian dan penggunaan jasa kereta api di masyarakat, hal itu merupakan bukti bahwa pentingnya pelayanan yang baik, harga tiket yang stabil, dan promosi yang efektif demi kelangsungan penjualan jasa kereta api yang mulia.

Dari lima penelitian di atas yang menjadi panduan penulis dalam melakukan penelitian tentu memiliki persamaan dan perbedaan, dimana persamaannya yaitu lima penelitian di atas dan penelitian yang akan dilakukan penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian yang akan dilakukan nantinya, dan perbedaannya pun dapat terlihat pada objek yang diteliti karena dari kelima penelitian di atas dan penelitian yang akan dilakukan penulis mempunyai objek penelitian berbeda-beda yang juga tentu mempunyai hasil berbeda meskipun masih dalam konteks kualitas pelayanan.

Tabel 2
Hasil Penelitian Terdahulu

N o	Nama & Tahun	Judul Skripsi	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Intan Muharni (UIN Raden Fatah, 2016)	Strategi Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan RS Islam Siti Khadijah Palembang	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini untuk mengetahui apa strategi humas dalam	Pada penelitian ini membahas mengenai strategi humas RS

				melakukan peningkatan mutu pelayanan RS Islam Siti Khadijah Palembang, serta untuk mengetahui tantangan serta hambatan yang didapat oleh humas dalam melakukan upaya meningkatkan mutu pelayanan.	Islam Siti Khadijah dalam meningkatkan mutu pelayanan sedangkan penelitian yang akan dibuat adalah mengenai hubungan humas terhadap kualitas pelayanan.
2	Farrah Annisya	Kualitas Pelayanan PT	Penelitian ini	Hasil penelitian	Pada penelitian

	(Universitas Lampung, 2017)	Kereta Api Indonesia Stasiun Tanjung Karang Kota Bandar Lampung	menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif	yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia di Stasiun Tanjung Karang termasuk dalam kategori pelayanan yang belum memuaskan.	ini membahas mengenai kualitas pelayanan yang ada pada stasiun kereta api tanjung karang kota Bandar Lampung.
3	Anastasia Anita Wulandari (Univ	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap	Penelitian ini menggunakan Metode	Hasil penelitian yang telah dilakukan	Penelitian ini membahas mengenai

	Sanata Darma Yogyakarta, (2017)	Kepuasan Konsumen Transportasi Darat	Penelitian Kuantitatif	menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen alat transportasi darat.
4	Tia Indriani (Universitas Pasundan, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket juga menentukan loyalitas	Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas

				pelanggan dalam menggunakan jasa PT Kereta Api Indonesia.	pelanggan jasa kereta api.
5	Adinta Noorani (Universitas Diponegoro, 2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Argo Mulia	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan, persepsi harga, dan promosi berpengaruh terhadap pembelian dan penggunaan jasa kereta api di masyarakat.	Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada jasa kereta api argo mulia.

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019.

F. Kerangka Teori

a. Hubungan Masyarakat (Humas)

Dalam lingkup perusahaan yang bergerak dalam bisnis yang tentu nya harus mempunyai pihak yang dapat diandalkan dan diharapkan guna memberikan sumbangsih dalam pengelolaan keorganisasian dalam perusahaan sehingga pada akhirnya akan membuat perusahaan tersebut mencapai visi dan misi utamanya. Eksistensi perusahaan juga ditentukan dengan bagaimana perusahaan itu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan dan masyarakat. Dalam hal ini humas atau hubungan masyarakat berperan dalam membangun hubungan yang baik, karena humas sendiri merupakan jembatan atau perantara komunikasi antara perusahaan dengan publiknya, baik itu internal maupun eksternal.

Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987, “humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Sedangkan menurut kamus *Fund and Wagnal, American Standart Desk Dictionary* terbitan 1994, istilah humas juga diartikan sebagai kegiatan yang digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk menciptakan dan memelihara suatu sikap atau tanggapan yang baik

dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepakterjangnya.⁷Jadi dapat disimpulkan bahwa humas adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu perusahaan atau organisasi secara terencana dan terstruktur dalam upaya nya untuk menjaga hubungan yang baik dengan khalayaknya secara luas.

Humas dalam suatu perusahaan tentu mempunyai tugas pokok dan fungsi yang menjadi pedoman bagi humas dalam menjalankan tugas-tugas nya. Berikut ini beberapa fungsi humas itu sendiri:

1. Menjalin hubungan baik

Menjalin hubungan yang baik bagi perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa tentu merupakan hal yang wajib, terlebih lagi jasa yang ditawarkan merupakan jasa yang digunakan oleh masyarakat sehari-hari. Hubungan yang baik juga tidak hanya dijalin dengan para konsumen tetapi juga dengan para rekan bisnis ataupun pihak internal maupun eksternal perusahaan itu sendiri.

Hubungan yang baik juga akan membuat perusahaan dapat lebih dikenal oleh khalayak banyak, jika perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan konsumennya maka konsumen itu bisa menjadi jalan perusahaan untuk dikenal lebih luas lagi begitu juga apabila hubungan baik terjalin dengan para rekan bisnis yang nantinya akan menguntungkan perusahaan dalam segi finansial.

⁷ M. Linggar Anggoro, Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia. (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h.2

2. Membentuk citra perusahaan

Citra dalam perusahaan merupakan cara perusahaan untuk dikenal dengan baik oleh masyarakat atau konsumennya, semakin baik citra perusahaan itu maka semakin baik juga penilaian konsumen pada perusahaan tersebut. Apalagi bagi perusahaan yang menjual jasa yang digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, tentu citra yang baik akan membantu perusahaan untuk terus dipercaya dan digunakan oleh konsumennya.

Maka dari itu citra yang baik bagi perusahaan itu penting adanya dan tidak dapat dibiarkan begitu saja, perusahaan harus memiliki citra yang baik agar dapat terus dipercaya dan dianggap baik bagi konsumennya, citra yang baik juga dapat berpengaruh pada nilai komersial perusahaan itu sendiri.

3. Fasilitator komunikasi

Fasilitator komunikasi disini dapat berarti sebagai penengah dalam menanggapi permasalahan atau problem yang ada dalam perusahaan. Permasalahan dalam perusahaan dapat terjadi sewaktu-waktu tanpa bisa dihindari oleh perusahaan, disini lah fungsi humas bekerja yaitu dengan memfasilitasi komunikasi bagi perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Perusahaan yang sehari-hari nya berhubungan dengan masyarakat tentu bisa saja memiliki permasalahan dalam menjalankan bisnis nya, apabila terjadi suatu permasalahan maka humas akan membantu menyelesaikannya agar permasalahan yang terjadi tidak semakin melebar dan mengganggu kenyamanan dan ketertiban dalam perusahaan.

4. Teknisi komunikasi perusahaan

Teknisi komunikasi perusahaan memiliki arti bahwa humas merupakan 'mulut' dari perusahaan yang berarti informasi yang ada dalam perusahaan dapat disampaikan melalui humas dan informasi yang masuk dari luar ke dalam perusahaan juga dapat melalui humas terlebih dahulu.

Humas sebagai teknisi komunikasi juga dapat berarti bahwa humas memiliki tugas sebagai penyampai dan pemberi informasi atau pesan dari dalam unit perusahaan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Begitu juga dengan PT. Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang mempunyai tugas pokok dan fungsi dalam kehumasannya, yaitu:

- a. Menyelenggarakan program kegiatan kehumasan dalam perusahaan yang meliputi kegiatan humas, penyuluhan, dan pembentukan citra perusahaan.
- b. Penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan kantor pusat, di wilayah divre III Palembang.

- c. Melakukan pengelolaan informasi dan komunikasi dalam lingkup perusahaan (internal) serta menjalin hubungan yang baik dengan media-media massa diluar perusahaan (eksternal).
- d. Memberikan bantuan sumbangsuh dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* di wilayah kerja divre III Palembang.⁸

Selain memiliki tugas pokok dan fungsi, seorang humas juga mempunyai peranan yang penting dalam menangani persoalan-persoalan yang berkaitan dengan keinginan dan harapan *stakeholder*, baik itu *stakeholders* internal (pihak internal perusahaan) maupun *stakeholders* eksternal (pendengar dan media massa cetak seperti koran dan majalah ataupun elektronik dalam konteks ini adalah stasiun televisi) demi perkembangan untuk kearah yang lebih baik serta dapat membangun kepercayaan public. Adanya kepercayaan dari public (*public trust*) akan memberikan image yang positif terhadap keberadaan.⁹

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2011:59).

⁸ Humas PT. Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang

⁹ Skripsi Tutik Kumariyah, Peran *Public Relation* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, IAIN Purwokerto, 2016

Parasuraman (2001:165) menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu pengertian mengenai mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.¹⁰

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang berkaitan dengan mutu atau kualitas yang diberikan dengan maksud untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dan memberikan keunggulan tersendiri bagi penyedia mutu atau kualitas tersebut. Kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan tentu akan memberikan efek baik pula bagi usaha tersebut dan begitupun sebaliknya. Maka dari itu setiap usaha akan selalu memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat selalu dinilai baik oleh pelanggan.

Adapun atribut-atribut dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono (1996:56) :

1. Keakuratan waktu yang meliputi ketepatan waktu proses dan waktu tunggu.
2. Akurasi dalam pelayanan yang berarti tidak adanya kesalahan dalam memberikan pelayanan.
3. Rasa ramah dan sikap yang sopan saat memberikan pelayanan.
4. Kemudahan konsumen dalam mendapatkan hak pelayanannya, seperti halnya perusahaan menyediakan petugas yang cukup dan peralatan penunjang yang lengkap.

¹⁰Skripsi Anastasia Anita Wulandari, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat, Fak. Ekonomi, Univ. Sanata Dharma, 2017.

5. Kenyamanan konsumen saat memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan lain-lain.
6. Atribut pendukung pelayanan yang baik, seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan, dan lain-lain.¹¹

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan :

1. Keandalan

Keandalan sendiri adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan jasa yang telah dijanjikan secara akurat dan juga baik kepada para konsumen. Dimensi keandalan ini merupakan salah satu dimensi yang dianggap paling penting oleh para konsumen dalam bidang jasa, karena dimensi ini adalah tolak ukur dari konsumen sendiri dalam menilai seberapa baik dan akurat pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan pada konsumennya.

Dalam dimensi keandalan juga terdapat dua aspek yang harus dipahami oleh penyedia pelayanan jasa, aspek yang pertama adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa seperti yang telah perusahaan janjikan dan aspek yang kedua adalah ketepatan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan jelas.

Pelayanan pada PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang berdasarkan dimensi keandalan sendiri dapat terlihat dari kemampuan

¹¹Skripsi Anastasia Anita Wulandari, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat, Fak. Ekonomi, Univ. Sanata Dharma, 2017.

perusahaan dalam memberikan informasi yang tepat dan jelas kepada konsumen saat terjadinya kesalahan informasi. Selain itu juga perusahaan telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan mereka janjikan dan memberikan informasi dengan jelas kepada para konsumen.

2. Responsivitas

Responsivitas adalah dimensi yang berpusat pada kecepatan pelayanan dan daya tanggap yang cepat dalam segi layanan membantu konsumen, atau juga dapat berarti kesigapan dari karyawan atau penyedia jasa dalam melayani dan menanggapi keluhan konsumen. Karena, pada zaman saat ini konsumen akan lebih cenderung memilih perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang sigap dan cepat sehingga membuat konsumen tidak perlu membuang banyak waktu untuk satu hal yang seharusnya bisa diselesaikan dengan cepat.

Pelayanan pada PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang dalam segi responsivitas juga dapat terlihat dari cepatnya pelayanan yang diberikan pada konsumen, dan kesigapan perusahaan dalam menangani keluhan-keluhan yang masuk untuk diselesaikan serta kecepatan dalam menangani gangguan atau *error* dalam segi layanan.

3. Jaminan

Jaminan dalam dimensi ini berhubungan langsung dengan kemampuan karyawan dan penyedia jasa dalam menanamkan rasa percaya dan yakin kepada para konsumen dalam menggunakan jasa

perusahaan. Kemampuan dan pengetahuan yang baik dari karyawan dalam memahami jasa yang ditawarkan akan membuat konsumen merasa yakin dan percaya untuk menggunakan jasa yang ditawarkan, dan sikap sopan serta ramah juga dapat menunjang rasa percaya dan yakin konsumen pada perusahaan.

Dimensi ini juga diterapkan dalam PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang, dimana pelayanan yang ramah dan sopan serta kemampuan karyawan dalam memahami jasa yang ditawarkan membuat konsumen merasa yakin dan percaya dengan jasa yang mereka tawarkan.

4. Empati

Empati merupakan usaha yang dilakukan untuk memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen dengan maksud agar dapat memahami keinginan konsumen itu sendiri. Dapat berarti juga perusahaan bersangkutan dapat atau mudah dihubungi dengan adanya layanan *customer care*.

Perusahaan juga dapat menunjukkan sifat empati nya pada konsumen dengan cara menerima saran, kritik, dan masukan baik itu bersifat negatif maupun positif yang diberikan oleh konsumen untuk kemudian menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk mengetahui keinginan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa tentu akan menerima keluhan-keluhan dari para konsumen nya, keluhan dari konsumen ini

sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan yang menjual jasa. Keluhan yang masuk ke perusahaan haruslah dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk memahami keinginan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

PT Kereta Api Indonesia Divisi III kota Palembang selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa juga menerapkan hal ini kepada para konsumennya dengan memberikan perhatian khusus pada penumpangnya saat para penumpang mengalami kesulitan dalam pelayanan yang diberikan, dan perusahaan juga dengan senang hati menerima kritik, saran, dan masukan dari penumpang untuk menjadi pembelajaran perusahaan agar dapat lebih baik lagi kedepannya.

5. Bukti Langsung

Bukti langsung yang dimaksud dalam dimensi ini yang berarti penampakan atau wujud fisik dari fasilitas dalam suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa. Karena, dalam suatu pelayanan tentu ada yang bersifat fisik dan non-fisik, dalam hal ini bukti fisik merupakan suatu pelayanan yang berbentuk atau berupa fisik seperti halnya fasilitas, peralatan, atribut karyawan dan gedung kantor sebagai alat penyalur pelayanan dalam jasa.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa tentunya membutuhkan bukti fisik ini untuk membuat konsumen semakin yakin dan percaya bahwa perusahaan benar-benar serius dalam memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya.

Bukti fisik ini juga dapat dilihat pada PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang yang mempunyai pelayanan pengaduan penumpang sebagai bukti fisik pelayanannya dan dari segi peralatan serta gedung yang benar-benar ada keberadaannya, serta dari segi penampilan karyawan pun dapat memperkuat bahwa bukti fisik pelayanan yang diberikan benar-benar terbaik.

c. Hubungan Humas terhadap kualitas pelayanan

Perusahaan yang bersifat profit tentu mempunyai humas dalam struktur organisasi perusahaannya, baik itu perusahaan yang berskala kecil atau pun skala besar sekali pun. Karena dengan adanya humas di dalam perusahaan tentu akan mempermudah dalam menjalin hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat sekitar dalam hal ini sebagai pengguna jasa atau barang yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Hubungan yang baik antara masyarakat dengan perusahaan tentu akan mudah dilakukan dengan adanya peranan humas di dalamnya, peranan humas inilah yang dapat dimaksimalkan oleh perusahaan untuk dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat sehingga perusahaan juga akan lebih mudah memahami dan mengetahui apa yang diinginkan oleh penikmat jasa atau barang mereka.

Selain humas suatu perusahaan juga harus mempunyai dan memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi para pelanggan dan pengguna jasa serta barang mereka, kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang

porsitif bagi pengguna nya dan serta akan meningkatkan ketertarikan orang lain untuk menggunakan jasa atau barang yang disediakan oleh perusahaan.

Dua hal tersebut tentu seharusnya memiliki keterkaitan satu sama lain, karena kualitas pelayanan yang baik juga diperoleh dari hasil *review* atau komentar serta masukan para pengguna jasa atau barang yang juga didapatkan dari seorang humas dari hubungan yang baik dengan pengguna jasa nya. Masukan yang ada dari para pengguna jasa akan digunakan humas untuk membantu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga nantinya pengguna akan lebih puas lagi kedepannya apabila kembali menggunakan barang atau jasa dari perusahaan.

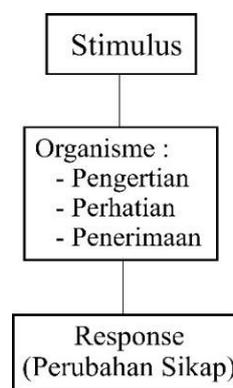
d. Teori Behaviorisme

Asal kata dari Behaviorisme berasal dari katas dasar *behavior* yang memiliki arti tingkah laku atau perilaku individu. Pada perkembangan modern, behaviorisme ini lebih dikenal sebagai teori belajar, karena menurut pemahaman behaviorisme semua perilaku manusia adalah proses belajar terkecuali insting manusia yang tidak termasuk dalam belajar. Belajar dalam hal ini bermaksud bahwa perubahan perilaku manusia atau individu terjadi karena pengaruh lingkungan.

Teori behaviorisme yang memandang bahwa manusia dilahirkan tanpa sifat sosial dan psikologis tertentu. Teori ini juga mengatakan bahwa perilaku adalah hasil pengalaman dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi

penderitaan. Teori ini pun memfokuskan pada respon terhadap stimulus *eksternal* dan *internal* atau berupaya mencari pola yang jelas antara stimulus dan respon.¹²

Berikut adalah gambaran dalam perubahan sikap atau perilaku individu menurut Ucjana Effendy :



Gambar 1 Langkah-langkah perubahan sikap/perilaku

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa dari stimulus menuju ke organisme dan berakhir di response. Dalam proses ini organisme sangat berpengaruh terhadap reaksi yang diinginkan oleh pemberi rangsangan (stimulus), maka dari itu dalam proses pemberian rangsangan (stimulus) organisme akan bekerja untuk mendapatkan response yang diinginkan.

Komponen pengertian, perhatian, dan penerimaan yang ada pada organisme merupakan proses yang terjadi di dalam organisme itu sendiri. Agar dapat mengetahui apakah proses itu terjadi dengan baik atau tidak dapat dilihat dari rangsangan atau stimulus yang diberikan apakah positif atau negative, dan dapat juga dilihat dari perilaku atau sikap yang

¹² Millind M. Lele, Customer is Key, (1995), h.126

ditunjukkan dalam hubungan dengan stimulus, walaupun sikap maupun perilaku tidak selamanya konsisten.

Proses yang menggambarkan hingga sampai pada response atau perubahan sikap yang terjadi pada seseorang atau individu, yaitu :

1. Stimulus yang diberikan pada organisme dapat ditolak atau diterima. Maka apabila ditolak maka akan terhenti, yang berarti stimulus tidak dapat mempengaruhi organisme dengan efektif. Sehingga tidak ada nya perhatian dari organisme.
2. Apabila stimulus telah diterima dengan baik oleh organisme, maka proses selanjutnya dapat terjadi yaitu mengerti akan keinginan stimulus tersebut. Pengertian yang terjadi ini lah yang dapat melanjutkan proses berikutnya.
3. Pada langkah selanjutnya adalah organisme yang telah menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk dapat berubah, hanya jika rangsangan yang diberikan lebih dari rangsangan awal nya.

Stimulus awal < stimulus kedua, perubahan berarti bahwa stimulus yang diberikan dapat meyakinkan organisme dan akhirnya dapat secara efektif merubah sikap individu.¹³

Teori SOR (*Stimulus-Organisme-Response*) ini mengarahkan tujuannya pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya dan tergantung pada

¹³ Mar'at, Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1984), h.27-28

rangsangan yang diterima oleh organisme tersebut. Komunikator dalam hal ini mempunyai peranan yang penting untuk menentukan keberhasilan dalam perubahan dan pembentukan sikap atau perilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal.

e. Teori Pertukaran Sosial

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti membahas mengenai “Peran Humas Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Korelasional Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang)”, penelitian ini akan menggunakan teori pertukaran sosial sebagai landasan teori dalam penelitian yang dilakukan. Teori ini sendiri sering digunakan dalam kajian psikologi komunikasi untuk mengetahui hubungan intrapersonal, dimana orang akan saling memiliki hubungan karena mengharapkan dan menginginkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan nya.

Asumsi dari teori pertukaran sosial ini adalah mengenai interaksi antar anggota dalam suatu hubungan sosial yang dapat diketahui ganjaran dan biaya nya. Dimana sebuah anggota kelompok akan terus berada dalam hubungan sosial tersebut apabila dapat memeberikan kepuasan kepadanya, dilihat dari ganjaran yang akan diterimanya dan biaya yang akan dikeluarkannya.¹⁴

Berikut adalah beberapa pokok yang dibahas dalam buku psikologi komunikasi mengenai pertukaran sosial, yaitu:

¹⁴ Rakhmat Jalalludin, Psikologi Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h.121

1. Ganjaran

Ganjaran adalah resiko atau akibat yang diterima oleh seseorang atau individu baik itu positif atau negative dari suatu hubungan sosial yang lakukan. Ganjaran juga dapat berupa nilai dari segi uang atau penerimaan sosial. Nilai dalam suatu ganjaran juga berbeda-beda untuk setiap individu, karena tidak setiap individu berharap menerima ganjaran dalam bentuk uang atau penerimaan sosial. Mungkin bagi orang yang lebih kaya, penerimaan sosial mungkin adalah ganjaran yang lebih ia inginkan dibanding uang. Sedangkan untuk orang yang diawal memang menginginkan ganjaran uang tentu mendapatkan ganjaran uang akan lebih disukai dibandingkan ganjaran dalam bentuk penerimaan sosial.

2. Biaya

Biaya dalam hal ini dapat berupa uang tentu nya dan juga dapat berupa waktu, tenaga dan usaha yang dilakukan oleh individu untuk mencapai tujuan nya dalam hubungan sosial. Biaya pun dapat berubah sewaktu-waktu tanpa bisa diperkirakan dengan pasti.

3. Hasil

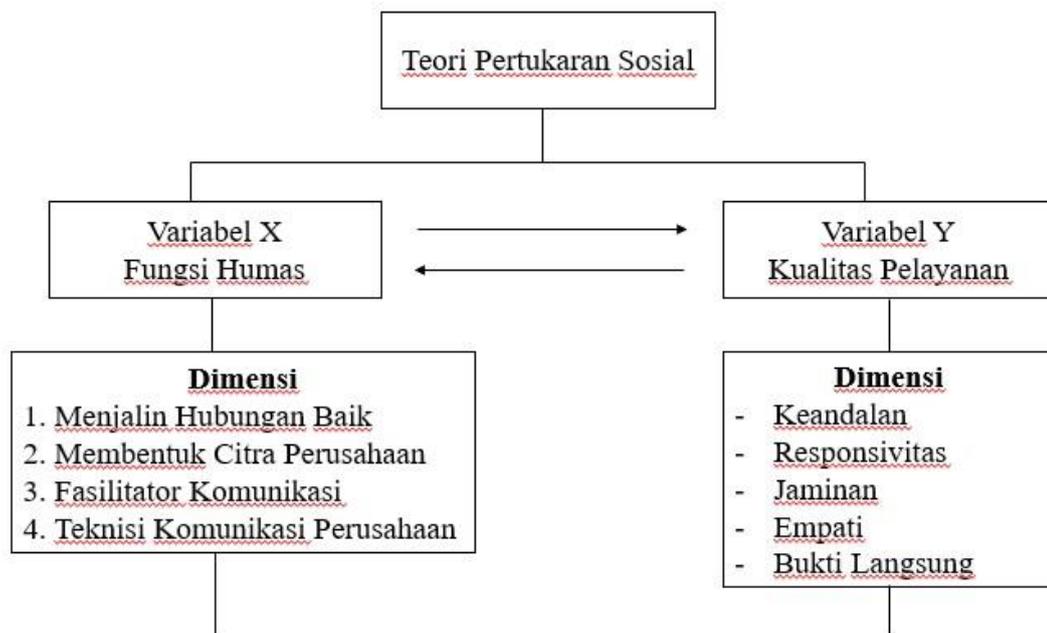
Hasil merupakan hal yang ditunggu oleh individu untuk mengetahui apakah telah mendapatkan keuntungan atau tidak dalam hubungan sosial yang terjadi. Apabila individu itu merasa tidak mendapatkan keuntungan sesuai yang diinginkan maka individu tersebut akan

mencara hubungan lain yang dianggap lebih bisa memberikan keuntungan bagi nya.

4. Tingkat Perbandingan

Tingkat perbandingan dalam hal ini adalah ukuran yang dilakukan oleh individu untuk mengetahui keadaan yang sekarang apakah lebih baik dari keadaan yang lalu dalam suatu hubungan sosial.

Supaya lebih memperjelas kerangka teori yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti telah merangkumnya dalam bentuk bagan dibawah ini :



Gambar 2 Kerangka Teori Penelitian

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sesuatu yang sifat nya suatu dugaan mengenai hubungan atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Tidak adanya hubungan antara hubungan fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang.

H₁ : Terdapat hubungan antara hubungan fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang.

H. Metodologi Penelitian

1. Korelasi

Metode dalam penelitian diartikan sebagai suatu acara oleh peneliti untuk memahami suatu objek yang akan diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti akan menggunakan metode penelitian korelasional, yaitu suatu metode yang digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel-variabel dan meneliti sejauh mana variasi pada suatu factor berkaitan dengan dengan variasi pada factor lain. Jika hanya dua variabel yang kita hubungkan, korelasinya bersifat sederhana (*simple correlation*), namun apabila terdapat lebih dari dua variabel, maka kita menggunakan korelasi ganda (*multi correlation*). Pada umumnya metode korelasional digunakan untuk :

1. Mengukur hubungan antara variabel
2. Meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas
3. Meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental¹⁵

¹⁵ Rakhmat Jalalludin, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), h.03

Pada penelitian yang akan dilakukan peneliti akan menggunakan metode *Simple Correlation*, karena penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu peran humas dan kualitas pelayanan PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian adalah data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka atau statistik dari hasil survei lapangan.

b. Sumber Data

Penelitian yang akan dilakukan nantinya terdiri dari dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer sendiri adalah data yang didapatkan peneliti dari responden melalui kuesioner dan wawancara dari narasumber. Sedangkan sumber data sekunder sendiri merupakan sumber data pelengkap yang diambil penulis dari literature yang berkaitan erat dengan subjek penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa metode digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian sehingga didapatkan data yang dibutuhkan, adapun metode yang digunakan sebagai berikut.

a. Angket atau Kuesioner)

Teknik pengumpulan data melalui angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang telah ditentukan dan ditujukan pada responden terpilih yang telah ditetapkan sebagai sampel guna mendapatkan data jawaban responden.

b. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data-data informasi secara lisan melalui wawancara secara langsung atau tatap muka dengan yang diwawancarai. Dalam melakukan wawancara, peneliti akan mewawancarai bagian Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang dan juga melakukan wawancara dengan beberapa responden secara acak.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang. Alasan mengapa peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan itu merupakan salah satu perusahaan transportasi terlama dan terbesar di kota Palembang. Pemilihan lokasi penelitian ini juga memperhatikan aspek seperti daya jangkau wilayah, waktu yang tersedia, kemudahan memperoleh data di lokasi penelitian, dan aspek efisiensi biaya.

5. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti sebelumnya untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian akan mendapatkan kesimpulannya. Pada penelitian yang akan dilakukan ini setidaknya ada 2 (dua) variabel yang menjadi fokus perhatian pada penelitian ini. Variabel humas (X) dan kualitas pelayanan (Y).

a. Variabel X = Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang

PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang penyedia jasa angkutan perkereta apian di kota Palembang. Apabila dilihat dari teori pertukaran sosial, peran humas pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang disini turunan dari sebuah ganjaran.

Dalam variabel X ini akan diturunkan lagi ke dalam subvariabel X yang akan dijelaskan dibawah ini:

1. Sub Variabel X₁ : Menjalin hubungan baik

Bagi seorang menjalin hubungan yang baik dengan klien, masyarakat, ataupun perusahaan lain merupakan suatu kewajiban dan tugas nya. Karena, setiap perusahaan tentu harus mempunyai hubungan yang baik dengan sekitar nya untuk lebih memudahkan perusahaan dikenal dan dipercaya oleh banyak

orang. Dalam penelitian ini menjalin hubungan baik diturunkan lagi menjadi beberapa indikator sebagai berikut:

2. Sub Variabel X_2 : Membentuk citra perusahaan

Citra yang baik bagi perusahaan merupakan suatu keharusan untuk membuat masyarakat percaya dan yakin pada perusahaan, terlebih lagi apabila perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa yang biasa digunakan oleh orang-orang setiap hari nya. Citra yang baik juga dapat membuat perusahaan lebih bernilai dan terpercaya di mata para masyarakat dan pengguna nya.

3. Sub Variabel X_3 : Fasilitator komunikasi

Perusahaan yang sejati nya bergerak dalam bidang penyedia jasa tentu akan mempunyai kendala dan permasalahan dalam menjalankan bisnis nya, dalam hal ini permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan bantuan humas itu sendiri sebagai fasilitator dalam penyelesaian masalah. Humas juga dapat menjadi salah satu bagian bagi perusahaan untuk mengembalikan kembali kepercayaan masyarakat setelah perusahaan mengalami permasalahan.

4. Sub Variabel X_4 : Teknisi komunikasi perusahaan

Pentingnya teknisi komunikasi dalam perusahaan cukup penting, mengingat perusahaan membutuhkan orang yang bisa berkomunikasi dengan baik dan dapat menjadi penyambung komunikasi antara perusahaan dengan perusahaan lainnya atau

dengan klien nya. Sulit dibayangkan apabila perusahaan tidak mempunyai orang atau sub bagian yang mempunyai kemampuan baik dalam hal komunikasi.

b. Variabeli Y = Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan hak yang sudah seharusnya diterima oleh konsumen dalam menggunakan jasa yang dijual oleh perusahaan, sedangkan perusahaan sendiri tentu mempunyai kewajiban dalam memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya. Pelayanan yang baik tentu akan memberi kesan yang baik bagi konsumen kepada perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan dalam variabel ini dapat dibagi menjadi 5 indikator yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti langsung.

6. Populasi dan Sampel

1. Populasi Sampel

Populasi penelitian adalah wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik nya tersendiri yang kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah penumpang kereta api dari stasiun kertapati Palembang yang menggunakan kelas gerbong bisnis.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi yang begitu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi yang ada, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling.¹⁶

Diketahui jumlah penumpang kereta api sriwijaya pada bulan September 2019 keberangkatan melalui stasiun kertapati Palembang tujuan stasiun tanjung karang bandar lampung melalui kelas gerbong bisnis sebanyak 110 penumpang, maka akan diperoleh jumlah sampel nya sebanyak :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{110}{(1 + 110 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{110}{2,1}$$

$$n = 52$$

n : jumlah sampel

N : Populasi

e² : persentase ketidakteelitian peneliti karena kesalahan sampel yang masih bisa ditoleransi sebesar 10%

¹⁶Skripsi Farrah Annisya, Kualitas Pelayanan PT Kereta Api Indonesia Stasiun Tanjung Karang Kota Bandar Lampung, Universitas Lampung, 2017

Berdasarkan hitungan diatas maka akan diambil sampel sebanyak 52 orang responden untuk penelitian ini.

7. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Pengujian nilai validitas dalam penelitian kali ini digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang dipakai valid atau tidak. Perhitungan yang akan dilakukan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai validitas nya lebih dari atau sama dengan r tabel, dalam penelitian kali ini peneliti telah menetapkan r tabel sebesar 0,268 sesuai dengan r tabel yang ada pada tabel distribusi dengan taraf signifikansi 5%. Rumus yang akan digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini, yaitu:

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r : Koefisien Korelasi

X : Skor butir

Y : Skor total butir

N : Jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai hasil dari r hitung $>$ r tabel, maka dapat dipastikan item pernyataan valid
- b. Jika nilai hasil r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan hasilnya, karena setiap alat ukur harus mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini diukur berdasarkan koefisien reliabilitas *Alpha Cornbach*. Sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel dikatakan reliabel atau berhasil apabila koefisien reliabilitasnya lebih dari satu sama dengan 0,600.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini akan digunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cornbach* yaitu :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S_1^2} \right] \right]$$

Keterangan:

k : Jumlah instrument pertanyaan

$\sum S_1^2$: jumlah varian dalam setiap instrument

S_1^2 : Varian dalam seluruh instrument

8. Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan yang ada dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan perhitungan program komputer SPSS versi 23 (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya.

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif tentu berbeda dengan penelitian kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif data yang di analisis nantinya akan dihasilkan dalam bentuk statistik atau angka, sedangkan penelitian kualitatif hasil dari analisis data nya akan berbentuk kata-kata, kalimat, dan gambar-gambar.

A. Teknik Pengolahan Data

1) Teknik Analisis Deskriptif

Menurut Azwar teknik analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai obyek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti, dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Teknik ini memaparkan data yang merupakan jawaban

responden atas sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.¹⁷

Perhitungan persentase dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$f = \frac{x}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

f : presentase

x : jumlah yang didapat

n : jumlah sample

2) Teknik Analisis Statistik Inferensial

Menurut Azwar analisis statistik inferensial dilakukan untuk mengambil kesimpulan dengan melakukan pengujian hipotesis. Data dari kuesioner yang berupa data dalam skala ordinal terlebih dahulu diolah. Skor-skor yang diperoleh dari setiap indikator ditransformasikan ke dalam skala likert. Dalam hal ini, makin tinggi skor suatu indikator maka akan dekat indikator tersebut dengan realitas yang ada. Teknik perhitungan data, dilihat dari perhitungan bobot dalam kuesioner yang diberikan kepada responden. Bobot yang diberikan adalah 5 4 3 2 1 dan 1 2 3 4 5 untuk pertanyaan tertutup berskala ordinal.¹⁸

$$r_1 = 1 - \frac{6 \sum_{t=1}^y d_1^2}{N^3 - N}$$

¹⁷Azwar Saifuddin, Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h.126.

¹⁸Azwar Saifuddin, Metode Penelitian Jilid I. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h.32.

Keterangan :

d_i adalah perbedaan antara kedua ranking

N adalah banyaknya observasi

Apabila tidak ada nilai pengamatan yang sama.

$$r_1 = \frac{2\frac{N^3-N}{12} - \sum T_1 - \sum T_2 - \sum d_1^2}{\sqrt{\frac{N^3-N}{12} \sum T_1 \frac{N^3-N}{12} \sum T_2}} \text{ dimana } T = \frac{t^3-t}{12}$$

t adalah banyaknya observasi yang berangkat sama pada suatu

ranking tertentu

Apabila ada nilai pengamatan yang sama dimana :

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum T_x = \frac{t_x^3 - t_x}{12}$$

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_x$$

$$\sum y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum T_y$$

Keterangan :

r_s = Koefisien korelasi rank spearman

b_1 = selisih rank variabel pertama dan kedua $R(X_1 - Y_1)$

n = jumlah sampel

Selanjutnya, dilakukan pengujian signifikan dari koefisien

korelasi menggunakan statistic uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : $db = n-2$

Hipotesis pengujian :

$H_0 : \rho = 0$ (tidak ada hubungan)

$H_1 : \rho \neq 0$ (ada hubungan)

Untuk penelitian ini tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05 pada tes dua sisi :

Kriteria Pengujian :

- a. Jika $|t_{hitung}| \geq t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, H_1 diterima yang berarti terdapat hubungan antar variabel yang diteliti.
- b. Jika $t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada hubungan antara variabel yang diteliti.

3) Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih¹⁹. Dalam uji ini menggunakan koefisien *product-moment pearson* (r), yang digunakan untuk menentukan kekuatan hubungan antara dua variabel yang telah diukur pada skala interval dan skala rasio.

Berikut rumus korelasi yaitu:

¹⁹ Fahri Ismail, (2018). *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmi- Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group. h 334

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

4) Uji Normalitas Data

Uji Normalitas digunakan untuk menguji distribusi normal atau tidak. Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametrik, antara lain dengan menggunakan t-test untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis variabel dan t-test untuk dua sampel, penggunaan statistik parametrik masyarakat mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus didistribusi normal.²⁰

Penelitian ini menggunakan SPSS 23.0, dasar dari pengambilan pada uji ini adalah sebagai berikut:

- Jika hasil uji memiliki nilai $> 0,05$ maka data dinyatakan terdistribusi normal.
- Jika hasil uji memiliki nilai $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal

5) Uji Linearitas Data

Uji Linearitas digunakan sebagai syarat dalam analisis regresi linear sederhana. Pada uji linearitas, dua variabel dikatakan

²⁰ Sugiyono, (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet: Bandung, h. 271.

mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai sig *devination from linearily* > 0,05 , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel.
- Jika nilai sig *devination from linearily* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel.

6) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana menjelaskan mengenai hubungan antar dua variabel yang biasanya dapat dinyatakan dalam suatu garis regresi, serta merupakan teknik dalam statistik parametrik yang digunakan secara umum untuk menganalisis rata-rata respon dari variabel Y yang berubah sehubungan dengan besarnya intervensi dari variabel X.²¹ Persamaan umum regresi sederhana adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Subjek variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0 (harga Konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan

²¹ Robert Kurniawan, 2006. *Analisis Regresi: Dasar Dan Penerapan R*. Jakarta: Kencana. h 43.

angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen bila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk mendapatkan persamaan regresi, maka harga a dan b harus lebih dahulu dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Keterangan :

Y = Sumbu X pengaruh komunikasi pemasaran terpadu

X = Sumbu Y terhadap tingkat kunjungan wisatawan lokal

a = konstanta

b = koefisien regresi

n = Banyaknya responden

B. Uji Hipotesis

1) Analisis Koefisien Dertiminasi (R^2)

Analisis koefisien dertiminasi (R^2) yaitu untuk mengetahui seberapa jauh untuk mengukur variabel independen. Nilai koefisien dertiminasi (R^2) 0 maka presentase sedikit

berpengaruh yang diberikan variabel independen sedangkan R^2 sama dengan 1 maka presentase sempurna yang memberikan pengaruh ke variabel independen. Dapat dikemukakan dengan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD= Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Bilangan Tetap

Dengan batas koefisien determinan $0 < KD < 1$

2) Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono, uji t yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.²² Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t_{hitung} . Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : r = 0 \text{ atau } H_a : r \neq 0$$

²² Ibid, h. 231.

Keterangan:

Ho = Format hipotesis awal

Ha = Format hipotesis alternatif

Kriteria yang digunakan sebagai berikut:

- Ho ditolak : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 5\%$.
- Ha diterima : jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha > 5\%$.

3) Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono, yaitu pada uji F akan di uji variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.²³ Uji statistik yang digunakan dalam pengujian simultan adalah uji F yang biasa disebut dengan *Analysis Of Varian* (ANOVA). Pengujian hipotesis dapat digunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

²³ Ibid, h. 192.

N = Jumlah anggota sampel

Dk = $(n-k-1)$ derajat kebebasan

Pengujian membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak (berpengaruh)
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

I. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami skripsi ini dengan baik, maka peneliti telah menulis skripsi ini secara sistematis untuk lebih dipahami dengan cara menjelaskan beberapa hal yang akan dibahas dalam skripsi ini yang terdiri dari empat bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini peneliti membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan dalam skripsi.

Bab II Gambaran Umum Lokasi Penelitian, dalam bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan kondisi lapangan berupa sejarah, visi dan misi, tugas, fungsi, dan struktur organisasi Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang.

Bab III Hasil dan Pembahasan, pada bab ini peneliti akan menjelaskan bagaimana hubungan fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang.

Bab IV Penutup, pada bab ini yang merupakan bab terakhir dalam penelitian yang akan berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

Pada abad ke 20 (1911), pihak hindia belanda mendatangkan langsung para transmigran dari jawa menuju lampung yang berhasil mendirikan beberapa perkebunan seperti tembakau, kelapa, karet, kelapa sawit, dan kopi. Saat itu pihak hindia belanda melalui gubernur menganggap bahwa sarana yang digunakan untuk mengangkut hasil bumi mereka terlalu banyak menelam biaya serta waktu yang lama. Maka diputuskan untuk mencari alternative lain, sehingga dibangun lah rel kereta yang nanti nya akan digunakan untuk mengangkut hasil bumi mereka.

Silsilah sejarah menyebutkan bahwa rel pertama yang dibangun yaitu pada 1874 tepatnya di Aceh, kemudian berlanjut di Sumatera Utara tahun 1886, selanjutnya Sumatera Barat pada tahun 1891, dan yang terakhir yaitu di Sumatera Selatan tepatnya pada kurun waktu 1911. Pembangunan rel ini dilakukan oleh pihak Hindia Belanda dengan bantuan ribuan masyarakat dari Palembang serta dari Tanjung Karang untuk mempercepat penyelesaian pengerjaannya. Berbeda dengan rel kereta yang ada di Jawa, rel yang dibangun antara Palembang dan Tanjung Karang ini lebih banyak melewati perkebunan dan hutan sehingga hanya digunakan untuk mengangkut hasil perkebunan dan bumi. Sedangkan di Jawa rel kereta juga digunakan sebagai angkutan manusia dikarenakan rel yang melintasi banyak pemukiman warga.

Pembangunan lintasan rel pada saat itu dibangun sepanjang 12 KM dan mulai beroperasi pada tahun 1914. Pada tahun yang sama juga dibangun lintasan rel menuju Prabumulih sepanjang 78 KM, hingga akhirnya rel kereta semakin dikembangkan untuk digunakan dalam pengangkutan batu bara dari Tanjung Enim sampai akhirnya dikembangkan pula ke Lahat sebagai tempat untuk perbaikan kereta apabila mengalami permasalahan.

PT KAI atau disebut juga PT Kereta Api Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak BUMN atau Badan Usaha Milik Negara di Indonesia yang bergerak di bidang jasa transportasi perkeretaapian penumpang di Indonesia. Dalam keorganisasiannya PT KAI memiliki Daop (Daerah Operasional) dan Divre (Divisi Regional) untuk menjalankan usahanya yang tersebar di seluruh Jawa dan Sumatra. Sebagai salah satu BUMN di Indonesia, PT KAI mempunyai

peranan ganda yaitu *Agent of Development* dan perusahaan yang *profitable*, serta sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi PT KAI tentu memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan pelayanan yang baik bagi para penumpang.

Sampai sekarang PT Kereta Api Indonesia telah mempunyai 7 anak perusahaan yang masih aktif beroperasi, seperti PT Reska Multi Usaha (PT RMU, didirikan tahun 2003), PT Railink (yang ada sejak 2006), PT Kereta Api Commuter Jabodetabek (PT KACJ yang sudah ada pada 2008), semetara itu PT Kereta Api Pariwisata (PT KAP), PT Kereta Api Logistik (PT KAL), dan PT Kereta Api Properti Manajemen (PT KAPM) yang berdiri sejak tahun 2009, dan yang terakhir yaitu PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia yang berdiri pada tahun 2015. Dalam menunjang kinerja nya juga PT Kereta Api Indonesia dibantu oleh ketujuh anak perusahaan diatas.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah mengoperasikan kereta api di beberapa provinsi pulau Sumatea dan Jawa, seperti di Sumatra terdapat pada provinsi Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Sumatra Selatan, dan Lampung, sedangkan di Jawa terdapat di provinsi Jakarta, Bandung, Cirebon, Semarang, Purwokerto, Yogyakarta, Madiun, Surabaya, dan Jember.

Ada hal yang cukup unik pada PT Kereta Api Indonesia Divre III ini adalah stasiun kereta nya yang berada di tepian sungai musi dan jembatan musi II yang menjadi stasiun ujung dan tidak terhubung dengan pusat kota atau pun melewati pusat kota Palembang, dimana biasa nya stasiun kereta berada pada

pusat kota atau tengah kota sehingga sering kali terlihat kereta melewati tengah kota. Hal itu terjadi karena pada masa lalu Belanda kesulitan untuk membangun jembatan Kereta Api melewati sungai musi apabila ingin kereta melewati pusat kota.

Tabel 3
Sejarah Per-Kereta Apian di Negara Republik Indonesia

PeriodeTahun	Nama Perusahaan	Landasan Hukum
1846- 1942	<i>Probolinggo StoomtramMaatschappij (PbSM)</i>	<i>Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM)</i>
	<i>Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM)</i>	<i>Staatsspoorwegen (SS)</i>
	<i>Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS)</i>	<i>Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS)</i>
	<i>Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS)</i>	<i>Malang Stoomtram Maatschappij (MS)</i>
	<i>Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS)</i>	<i>Pasoeroen Stoomtram Maatschappij (PsSM)</i>
	<i>Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM)</i>	<i>Deli Spoorweg Maatschappij (DSM)</i>
	<i>Madoera Stoomtram Maatschappij (MadSM)</i>	
1942-1945	<i>Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api)</i>	
1945-1950	Djawatan Kereta Republik Indonesia (DKARD)	Maklumat Kementerian Perhubungan No. 1/KA Tahun 1946
1950-1963	Djawatan Kereta Api (DKA)	Keputusan Menteri Perhubungan Tenaga dan Pekerjaan Umum RI No. 2 Tahun 1950
1963-1971	Perusahaan Nasional Kereta Api (PNKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 22 Tahun 1963
1971-1991	Perusahaan Jawatan Kereta Api (PIKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 61 Tahun 1971
1991-1998	Perusahaan Umum Kereta Api (PERUMKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 57 Tahun 1990
1998-sekarang	PT Kereta Api Indonesia (Persero)	Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1998

B. Logo Perusahaan



Gambar 3. Logo Perusahaan

Makna Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero) :

- Ketiga strip garis berbentuk melengkung pada logo melambangkan dinamis nya pergerakan perusahaan untuk mencapai visi serta misi yang diinginkan.

- Garis dua berwarna orange mewakili proses pelayanan yang prima dan maksimal dari perusahaan kepada pelanggan, dan anak panah putih mencirikan integritas perusahaan dalam pelayanan.
- Garis melengkung berwarna biru memberi gambaran semangat inovasi yang dilakukan perusahaan dari hal terkecil menuju hal yang besar.

C. Visi serta Misi Perusahaan

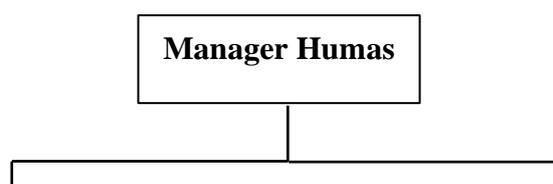
a. Visi Perusahaan

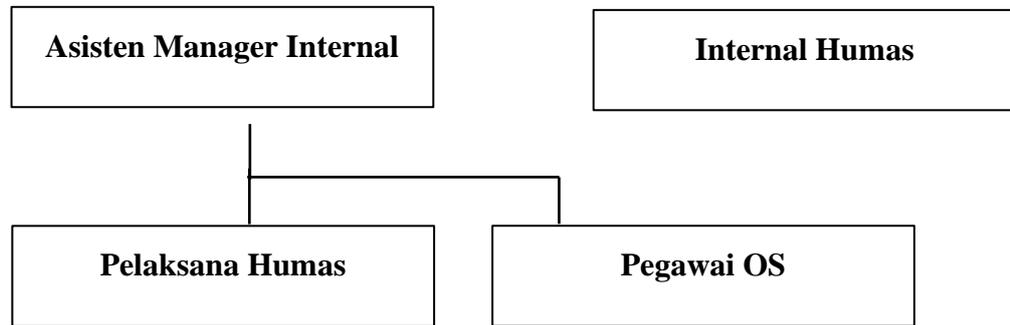
Menjadi perusahaan penyedia jasa angkutan kereta api terbaik yang ada, dan fokus memberikan pelayanan prima pada pelanggan.

b. Misi Perusahaan

Menjalankan bisnis perusahaan dalam bidang kereta api dan bisnis penunjangnya lewat praktik bisnis serta tipe organisasi yang terbaik demi memberikan nilai lebih pada *stakeholders* dan juga kelestarian lingkungan melalui 4 pilar perusahaan yang ada, pilar keselamatan, pilar ketepatan waktu, pilar pelayanan, dan pilar kenyamanan.

D. Struktur Kehumasan dalam Perusahaan





Gambar 4. Struktur Kehumasan.

E. Budaya Perusahaan

a. Integritas

Sebagai penyedia jasa tentu melakukan pelayanan yang konsisten sesuai dengan kebijakan perusahaan. Mempunyai pemahaman serta rasa ingin yang baik untuk melakukan penyesuaian dengan kebijakan serta etika yang ada dalam perusahaan dengan konsisten walaupun sulit untuk dilakukan.

b. Profesional

Sebagai insan bagian dari perusahaan yang memiliki kemampuan dan juga penguasaan pada bidang pengetahuan mengenai pekerjaan, serta mampu melakukan penguasaan untuk menggunakan dan juga mengembangkan pengetahuan tentang pekerjaan untuk orang lain.

c. Keselamatan

Kami sebagai internal perusahaan mempunyai sifat yang konsisten dalam menciptakan system kerja yang memiliki resiko rendah terhadap kecelakaan dalam bekerja, serta menjaga agar tetap aman segala aset yang berhubungan dengan perusahaan untuk mencegah adanya kerugian.

d. Inovasi

Perusahaan yang selalu mengembangkan gagasan dan pemikiran baru, melakukan perbaikan yang menyeluruh serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dalam berkreasi.

e. Pelayanan Prima

Sebagai pemberi pelayanan yang terbaik sesuai standar pelayanan perusahaan yang memberikan kepuasan pada pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan harapan yang baik pula bagi perusahaan dan kepuasan bagi penumpang.

F. Pembagian Wilayah Kerja dan Layanan Kereta Api

a. Turunan Wilayah dalam Kerja

PJKA

Pada saat masa kerja PJKA, wilayah kerja Divre III kota Palembang adalah wilayah inspeksi 13 stasiun kertapati yang masuk dalam eksploitasi sumsel bersamaan dengan wilayah inspeksi 14 di tanjung karang.

Masa PERUMKA, PT. KA, dan PT. KAI.

Sejak era PERUMKA, Eksploitasi Sumatra Selatan (ESS) berubah nama menjadi Divre III Sumatra Selatan dan Lampung yang dulu cakupannya cukup luas dibandingkan kedua divre lain di Sumatra dan meliputi dua provinsi yaitu Sumatra Selatan dan Lampung, maka dibagilah dua wilayah (subdivre) dengan fungsi operasional yang serupa dengan Daop KAI di pulau Jawa, namun dengan tingkatan administratif

dalam lingkup KAI yang lebih rendah daripada Divre maupun Daop.

Divre III pernah memiliki dua subdivre sebagai berikut:

Sub Divre III.1 Kertapati (KPT), yang merupakan pusat Divre III Sumatra Selatan dan Lampung naik tingkat dan berubah nama menjadi Divre III Palembang (PG) per 1 Mei 2016.

Sub Divre III.2 Tanjungkarang (TNK), dimekarkan menjadi Divre IV Tanjung Karang (TNK) per 1 Mei 2016.

b. Pelayanan angkutan Kereta

Kereta Api Penumpang

Kereta Api Sindang Marga. Kereta Api Kelas Eksekutif dan Bisnis milik Divre III yang melayani rute Kertapati-Lubuklinggau PP pada malam hari.

Kereta Api Selero. Kereta api kelas Ekonomi PSO milik Divre 3 yang melayani rute Kertapati-Lubuklinggau PP pada siang hari.

Kereta api Prabu Jaya. Kereta api lokal kelas Eksekutif dan Bisnis yang melayani rute Kertapati-Prabumulih PP menggunakan idle KA Sindang Marga pada siang hari.

Bus Rel Kertalaya. *Railbus* yang melayani rute Kertapati-Indralaya.

LRT Palembang.

Kereta Api Barang

Kereta Api Minyak Bumi (KA BBM) Pertamina (Palembang Kertapati – Lubuklinggau/Lahat/Tigagajah.

Kereta Api Semen Klingker PT Semen Baturaja (Tigagajah – Palembang Kertapati).

Kereta Api Batu Bara Sukacinta (KA SCT) PT Bara Alam Utama / PT Bara Multi Sugih Sentosa (Sukacinta – Palembang Kertapati).

Kereta Api Batu Bara Kertapati (KA KPT) PT Bukit Asam Kertapati (Tanjungenim Baru – Kertapati).

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Penelitian yang dilakukan tentu tidak terlepas dari peran responden yang membantu jalannya penelitian dengan mengisi kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Analisis identitas responden ini digunakan untuk mengetahui gambaran singkat mengenai responden yang telah menggunakan jasa dan merasakan pelayanan yang ada pada PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang.

Jumlah sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 52 responden. Berdasarkan informasi yang telah didapatkan melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dapat dikelompokkan berdasarkan usia dan jenis kelamin.

1. Usia Responden

Berdasarkan jawaban responden melalui kuesioner yang sudah diberikan oleh peneliti dan dijawab oleh responden memberikan hasil, yaitu:

Tabel 4
Presentase Responden Berdasarkan Rentan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
19 Thn	3	5,8 %
21 Thn	6	11,5 %
22 Thn	11	21,2 %
23 Thn	7	13,5 %
24 Thn	6	11,5 %
25 Thn	5	9,6 %
26 Thn	3	5,8 %
27 Thn	3	5,8 %
28 Thn	4	7,7 %
29 Thn	1	1,9 %
31 Thn	1	1,9 %
32 Thn	1	1,9 %
34 Thn	1	1,9 %
Jumlah	52	100%

Sumber: Data Primer Peneliti, 2019.

Melalui gambaran pada tabel III.1 diatas dapat terlihat rentan usia responden yang sudah pernah merasakan dan menggunakan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan paling banyak berusia 22 tahun dengan total 11 orang (21,2 %) dan paling sedikit berusia 29, 31, 32, dan 34 tahun dengan 1 orang (1,9 %).

Pada tabel diatas juga dapat terlihat bahwa rataaan umur di dominasi dengan umur 20an tahun, yang terbanyak tentu pada umur 22 tahun. Dominasi umur yang masih muda menjadi hal baik juga bahwa kereta api

masih menjadi transportasi masyarakat yang digemari oleh kalangan muda, baik untuk mereka pergi mudik atau untuk kegiatan lainnya.

Berdasarkan sedikit wawancara peneliti saat melakukan penyebaran kuesioner pada responden yang berumur 21 tahun dan 32 tahun, mereka rata-rata telah menggunakan kereta api cukup lama dan sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Melalui wawancara pada responden berumur 21 tahun juga mengatakan bahwa ia telah lama menggunakan kereta lebih tepatnya semenjak ia kecil, dan selama menggunakan kereta ia juga puas dan juga ia menggunakan kereta saat akan pergi mudik atau ada urusan keluarga.

2. Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil data yang didapatkan melalui kuesioner penelitian yang telah diisi responden, dapat peneliti rangkum mengenai pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 5
Presentas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Presentase
Driver	1	1,9 %
Guru	4	7,7 %
IRT (Ibu Rumah Tangga)	2	3,8 %
Karyawan	2	3,8 %
Kasir	1	1,9 %
Mahasiswa/i	19	36,5 %
Mekanik	1	1,9 %
Pegawai	5	9,6 %
Perawat/Suster	4	7,7 %
Sales	1	1,9 %
Security	1	1,9 %

Teknisi	2	3,8 %
Wiraswasta	7	13,5 %
Wirausaha	2	3,8%
Jumlah	52	100%

Sumber: Data Peneliti, diolah 2019.

Dari hasil rangkuman yang telah peneliti lakukan pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa penumpang kereta api berasal dari banyak kalangan baik itu mahasiswa ataupun pekerja. Pada tabel itu juga dapat kita lihat presentase terbanyak dari kalangan mahasiswa sebanyak 19 orang (36,5%), terlihat bahwa kalangan mahasiswa pun masih menggunakan moda transportasi kereta api dalam kegiatannya baik itu saat mereka ingin mudik atau lainnya. Selain itu juga kereta api juga digunakan oleh beberapa kalangan pekerja seperti wirausaha, wiraswasta, teknisi, security, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu responden yang merupakan ibu rumah tangga dan security, pada ibu rumah tangga ia mengatakan bahwa telah menggunakan kereta api sudah semenjak lama dan bahkan ia telah menggunakannya saat ia masih sekolah. Dia juga mengatakan bahwa selama menggunakan kereta api cukup puas terlebih saat ia harus membawa anaknya naik kereta yang menurutnya sudah cukup nyaman jika harus membawa anak kecil. Salam halnya dengan ibu rumah tangga tadi, wawancara sedikit dengan security juga sama bahwa ia puas dengan pelayanan kereta api terlebih saat ia yang sering menggunakan kereta untuk pulang mudik yang ia rasakan bahwa merasa nyaman sehingga dia selalu menggunakan kereta ketimbang moda transportasi yang lain.

3. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil data yang didapatkan peneliti dari kuesioner mengenai jenis kelamin responde, yaitu:

Tabel 6
Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah Responden	Presentase
Pria	16	30,8 %
Wanita	36	69,2 %
Jumlah	52	100%

Sumber: Data Primer Peneliti, 2019.

Melalui penjabaran pada tabel 3.2, dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah yang berjenis kelamin perempuan yaitu 36 orang (69,2%) dan laki-laki sebanyak 16 orang (30,8%). Dikarenakan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti bersifat acak sehingga memungkinkan responden yang didapat kali ini lebih banyak perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

Dari hasil informasi yang didapat oleh peneliti dari salah satu responden saat melakukan penyebaran kuesioner bahwa selama ia menggunakan kereta api baik itu perjalanan pagi atau malam, memang kebanyakan yang ia lihat saat berada di kereta api adalah penumpang yang di dominasi perempuan walaupun juga terkadang banyak juga penumpang laki-laki.

B. Analisis Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui hubungan humas dalam perusahaan terhadap kualitas pelayanan, untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang ada selama ini di dalam perusahaan ada hubungannya dengan kehumasan yang ada di perusahaan. Agar tujuan yang diinginkan tercapai tentu dibutuhkan data-data penunjang seperti halnya data primer.

Data primer yang ada dalam penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan untuk dijawab oleh para responden, untuk mendapatkan data primer yang akurat tentunya pernyataan yang ada harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitasnya akan menggunakan rumus *Total Item Correlations* dan pengujian reliabilitasnya akan menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*.

Data yang didapatkan dari hasil kuesioner yang diisi oleh 52 responden akan dianalisis dengan teknik analisis deskriptif dan teknik inferensial. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan data responden dan data penelitian, sedangkan teknik inferensial digunakan untuk menguji hubungan yang terjadi antara variabel X dan Y, sehingga nantinya pertanyaan penelitian pun akan terjawab.

C. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh relevansi pernyataan terhadap apa yang ditanyakan dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas

indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Alat ukur haruslah dapat memberikan hasil pengukuran yang bersifat konsisten. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi program komputer SPSS versi 23 dan dengan taraf signifikansi (α) = 5% sehingga nilai r tabel yang akan digunakan adalah 0,268 sesuai dengan nilai r tabel pada tabel distribusi. Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Pengujian Nilai Validitas

Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Pernyataan
X1 Menjalin Hubungan Baik			
X1	0,453	0,268	VALID
X2	0,683	0,268	VALID
X3	0,526	0,268	VALID
X4	0,479	0,268	VALID
X2 Membentuk Citra Perusahaan			
X1	0,428	0,268	VALID
X2	0,810	0,268	VALID
X3	0,693	0,268	VALID
X4	0,276	0,268	VALID
X3 Fasilitator Komunikasi Perusahaan			
X1	0,561	0,268	VALID
X2	0,459	0,268	VALID
X3	0,508	0,268	VALID
X4	0,698	0,268	VALID
X4 Teknisi Komunikasi Perusahaan			
X1	0,622	0,268	VALID
X2	0,623	0,268	VALID
X3	0,700	0,268	VALID
Y Kualitas Pelayanan			
Y1	0,476	0,268	VALID
Y2	0,737	0,268	VALID

Y3	0,650	0,268	VALID
Y4	0,754	0,268	VALID
Y5	0,289	0,268	VALID

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019.

Setelah penjelasan melalui tabel uji validitas diatas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari setiap variabel yang ada berada lebih besar dari pada nilai r tabel yang telah ditentukan sebelumnya. Seperti halnya nilai r hitung pada variabel X dan Y diatas menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai r tabel (0,268). Maka, dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji validitas yang telah dilakukan pada semua butir pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan digunakan. Alat pengukuran yang digunakan harus dapat memberikan hasil yang konsisten. Pada pengujian nilai reliabilitas akan memakai teknik analisis *cronbach's alpha*. Dalam pengujian reliabilitas dapat dikatakan nilai itu reliabel jika nilai *cronbach's alpha* nya melebihi nilai 0,600. Berdasarkan dari uji reliabilitas variabel X dan Y yang telah dilakukan menghasilkan nilai, berikut ini:

Tabel 8
Hasil Pengujian Nilai Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Pernyataan
X dan Y	0,673	RELIABILITAS

Sumber: Data primer peneliti, 2019

Pada data hasil pengujian nilai reliabilitas diatas diatas terlihat nilai *cronbach's alpha* hasil uji reliabilitas seniilai 0,673 lebih besar dari 0,600, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel reliabel.

D. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Pada analisis deskriptif data penelitian ini, data yang didapatkan dari responden dikelompokkan ke dalam tabel tunggal sehingga dapat memudahkan penggambaran dari data-data yang diperoleh. Hasil dari pengolahan data responden didapat dari variabel X dan variabel Y. Variabel X merupakan fungsi humas yang meliputi menjalin hubungan baik, membentuk citra perusahaan, fasilitator komunikasi, dan teknisi komunikasi perusahaan. Sedangkan variabel Y yaitu kualitas pelayanan.

Setelah dilakukan pengelompokan data ke dalam tabel tunggal, kemudian dilakukan penilaian pada jawaban masing-masing responden kuesioner tersebut. Penilaian tersebut dilakukan dengan menggunakan skala ukur *Likert* yang mempunyai skor 1 hingga 5. Sub variabel penelitian ditafsirkan dalam kategori-kategori tertentu dengan menggunakan teknik interval nilai total responden (total skor maksimum dan minimum).

Adapun rincian batas-batas kategori dengan menggunakan teknik ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan batas bawah skor, jumlah item untuk masing-masing variabel/ sub variabel akan dikalikan dengan skor item minimum (1). Batas atas skor diperoleh dari perkalian jumlah item untuk masing-masing sub variabel dengan skor item maksimum (5).

- Batas bawah skor = jumlah item x1
 - Batas atas skor = jumlah item x5
2. Mencari rentang dengan mengurangkan batas atas skor terhadap batas skor bawah skor.
- Rentang = Batas atas skor – batas bawah skor
3. Mencari panjang kriteria kategori (ρ), dengan membagi nilai rentang dengan banyaknya kelas yang ditentukan yakni sebanyak 3 kelas kategori.

$$\rho = \frac{\text{rentang}}{3}$$

3

4. Penerimaan pada interval kelas kategori yang manakah tanggapan responden terhadap variabel/sub variabel penelitian dilihat dari total skor responden. Kategori tanggapan keseluruhan responden untuk masing-masing variabel/sub variabel penelitian dengan memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- Terhadap variabel/sub variabel komunikasi pemasaran terpadu :
 - **Tinggi**, jika: total skor responden \geq (Batas atas skor - ρ)
 - **Sedang**, jika: (Batas atas skor + ρ) \leq total skor responden $<$ (Batas atas skor - ρ)
 - **Rendah**, Jika : Total skor responden $<$ (Batas bawah skor + ρ)
 - Terhadap variabel/sub variabel kunjungan wisatawan lokal :
 - **Positif**, Jika: Total skor responden \geq (Batas atas skor - ρ)

- **Netral**, Jika: $(\text{Batas bawah skor} + \rho) \leq \text{Total Koresponden} < (\text{Batas atas skor} - \rho)$
- **Negatif**, Jika: $\text{Total skor responden} < (\text{Batas bawah skor} + \rho)$

E. Analisis Variabel X (Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang) dan Y (Kualitas Pelayanan)

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditentukan peneliti sebelumnya untuk kemudian dipelajari dan dipahami sehingga nantinya akan diperoleh data informasi dan selanjutnya akan menghasilkan kesimpulan. Penelitian yang dilakukan ini setidaknya ada 2 variabel X serta Y yang menjadi fokus perhatian pada penelitian ini.

1. Variabel X Fungsi Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang

Dalam variabel X ini diturunkan lagi ke dalam beberapa subvariabel X, sebagai berikut :

a. Dimensi Menjalin Hubungan Baik

Menjalin hubungan baik bagi suatu perusahaan dapat dikatakan suatu kewajiban, karena dengan adanya hubungan yang baik akan membuat perusahaan lebih dipercaya dan memiliki banyak relasi. Hubungan yang baik juga dapat terjadi pada pihak internal dan eksternal perusahaan.

Berikut ini deskripsi dari hasil data penelitian melalui kuesioner:

Tabel 9
Dimensi Menjalin Hubungan Baik

Pernyataan	Presentase (%)					Total
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
Humas tidak memiliki hubungan yang baik dengan penumpang atau awak media.	26,9 % (14)	28,8 % (15)	28,8 % (15)	15,4 % (8)	0	100 % (52)
Humas perusahaan tidak mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan penumpang dan awak media	17,3 % (9)	28,8 % (15)	34,6 % (18)	17,3 % (9)	1,9 % (1)	100 % (52)
Humas memiliki hubungan yang baik dengan konsumen/penumpang dan awak media.	15,4 % (8)	34,6 % (18)	36,5 % (19)	11,5 % (6)	1,9 % (1)	100 % (52)
Humas perusahaan mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan penumpang dan awak media.	19,2 % (10)	46,2 % (24)	21,2 % (11)	11,5 % (6)	1,9 % (1)	100 % (52)

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari tabel 9 diatas, terlihat bahwa 46,2% responden setuju dengan pernyataan humas perusahaan mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan penumpang dan awak media. Seperti halnya salah satu responden yang mengatakan bahwa humas memang sudah seharusnya bisa menjalin hubungan yang baik dengan konsumen atau penumpang sebagai penikmat jasa yang dijual oleh perusahaan.

Berbeda dengan item pernyataan yang kedua dimana humas perusahaan tidak mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan baik dengan penumpang yang menghasilkan 34,6% responden kurang setuju, salah satu responden mengatakan bahwa akan aneh jika humas tidak mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen atau penumpangnya, mengingat memiliki hubungan yang baik akan membuat penumpang merasa nyaman dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

b. Dimensi Membentuk citra perusahaan

Citra yang baik tentu harus dimiliki oleh perusahaan, baik itu perusahaan yang menjual jasa ataupun barang. Mempunyai citra yang baik juga akan membuat perusahaan lebih dipercaya oleh konsumennya, sehingga konsumen akan lebih sering menggunakan jasa atau barang yang disediakan oleh perusahaan.

Berikut ini hasil dari data kuesioner penelitian melalui jawaban responden :

Tabel 10
Dimensi Membentuk citra perusahaan

Pernyataan	Presentase (%)					Total
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
Perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat.	1,9 % (1)	75 % (39)	19,2 % (10)	3,8 % (2)	0	100 % (52)

Humas berhasil membentuk citra yang baik bagi perusahaan dimata penumpang.	7,7 % (4)	63,5 % (33)	26,9 % (14)	1,9 % (1)	0	100 % (52)
Perusahaan tidak mempunyai citra yang baik dimata masyarakat.	5,8 % (3)	30,8 % (16)	36,5 % (19)	26,9 % (14)	0	100 % (52)
Humas gagal membentuk citra yang baik bagi perusahaan.	1,9 % (1)	23,1 % (12)	50 % (26)	25 % (13)	0	100 % (52)

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil data tabel 10 diatas terlihat bahwa responden memilih setuju pada item pernyataan pertama yaitu perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat dengan peroleh 75%, dimana salah satu responden mengatakan perusahaan mempunyai citra yang baik dimata masyarakat sehingga masyarakat masih mempercayai perusahaan hingga saat ini.

Pada item pernyataan yang lainnya yaitu pernyataan ketiga, perusahaan tidak mempunyai citra yang baik dimata masyarakat mendapatkan penilaian 36,5% responden tidak setuju akan hal itu, karena menurut salah satu responden mustahil perusahaan tidak mempunyai citra yang baik tetapi masih dapat dipercaya dan masih banyak masyarakat yang mau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

c. Dimensi Fasilitator komunikasi perusahaan

Perusahaan yang setiap hari nya berhadapan dengan masyarakat dalam menjalankan bisnis nya tentu rawan akan terjadinya suatu permasalahan, baik itu permasalahan yang besar atau kecil. Apabila terjadinya suatu permasalahan dalam perusahaan baik itu dalam pihak internal atau eksternal perusahaan harus lah dapat diselesaikan dengan secepat mungkin supaya tidak semakin melebar dan mengganggu jalan nya bisnis perusahaan.

Menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam perusahaan akan ada fasilitator komunikasi yang dapat menjadi penengah dalam permasalahan tersebut yang bertujuan untuk mencari solusi permasalahan dan jalan damai agar masalah dapat terselesaikan dengan baik dan tidak ada pihak yang dirugikan. Berikut ini hasil data penelitian melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden :

Tabel 11
Dimensi komunikasi perusahaan

Pernyataan	Presentase (%)					Total
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
Humas dapat menjadi fasilitator komunikasi yang baik bagi perusahaan.	17,3 % (9)	34,6 % (18)	32,7 % (17)	15,4 % (8)	0	100 % (52)
Permasalahan perusahaan dapat diatasi berkat peran humas yang menjadi fasilitator perusahaan.	13,5 % (7)	36,5 % (19)	38,5 % (20)	11,5 % (6)	0	100 % (52)

Humas bukan lah fasilitator komunikasi yang baik bagi perusahaan.	7,7 % (4)	28,8 % (15)	36,5 % (19)	26,9 % (14)	0	100 % (52)
Gagal nya humas menjadi fasilitator komunikasi bagi perusahaan dalam mengatasi masalah.	3,8 % (2)	23,1 % (12)	48,1 % (25)	23,1 % (12)	1,9 % (1)	100 % (52)

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 11 diatas menunjukkan bahwa 48,1% responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa gagal nya humas menjadi fasilitator komunikasi bagi perusahaan dalam mengatasi masalah. Hasil ini sejalan dengan pernyataan dari salah satu responden yang mengatakan bahwa humas sebenarnya sudah cukup baik menjadi fasilitator dalam menangani masalah yang ada dalam perusahaan.

Pada item pernyataan pertama yang menyebutkan bahwa humas dapat menjadi fasilitator komunikasi yang baik bagi perusahaan, 34,6% responden setuju dengan hal itu karena menurut salah satu responden yang diwawancarai mengatakan bahwa humas dapat menjadi fasilitator yang baik dikarenakan peran dan fungsi nya yang memang menjadi arus komunikasi bagi perusahaan.

d. Dimensi Teknisi komunikasi perusahaan

Teknisi komunikasi perusahaan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah humas yang menjadi ‘mulut’ bagi perusahaan atau dapat dikatakan humas menjadi arus informasi yang masuk dan keluar bagi

perusahaan, dan juga humas dapat menjadi pen jembatan komunikasi antara perusahaan dengan relasi atau masyarakat di sekitar perusahaan. Berikut ini hasil dari data penelitian melalui kuesioner yang telah diisi dan didapatkan nilai presentase nya yaitu:

Tabel 12
Dimensi Teknisi komunikasi perusahaan

Pernyataan	Presentase (%)					Total
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
Humas adalah teknisi komunikasi dalam suatu perusahaan.	19,2 % (10)	76,9 % (40)	1,9 % (1)	0	1,9 % (1)	100 % (52)
Humas dapat menjadi teknisi komunikasi yang baik dalam perusahaan.	21,2 % (11)	75 % (39)	1,9 % (1)	1,9 % (1)	0	100 % (52)
Humas bukan lah teknisi komunikasi yang baik dalam suatu perusahaan.	15,4 % (8)	32,7 % (17)	38,5 % (20)	13,5 % (7)	0	100 % (52)

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 12 diatas yang menunjukkan bahwa 76,9% responden setuju dengan pernyataan pada item pertama yang menyebutkan humas adalah teknisi komunikasi dalam suatu perusahaan. Karena menurut salah satu responden, humas lah yang berperan dalam

hal komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan pada public atau relasi nya begitu juga saat perusahaan akan melakukan penyampaian informasi pada masyarakat yang dilakukan melalui humas perusahaan.

2. Variabel Y (Kualitas Pelayanan)

Kualitas pelayanan merupakan suatu pemberian atau apresiasi dari perusahaan pada konsumennya dengan niat untuk membuat konsumen merasa puas dan nyaman selama menggunakan jasa yang dijual oleh perusahaan. Kualitas pelayanan juga dapat berubah-ubah sesuai dengan keinginan dan masukan dari konsumen itu sendiri. Berikut ini hasil dari data penelitian yang didapatkan melalui kuesioner:

Tabel 13
Variabel Y (Kualitas Pelayanan)

Pernyataan	Presentase (%)					Total
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
Sebagai penyedia jasa, perusahaan dapat diandalkan dengan baik oleh penumpang.	17,3 % (9)	34,6 % (18)	40,4 % (21)	7,7 % (4)	0	100 % (52)

Perusahaan memiliki kesadaran dan inisiatif untuk membantu penumpang.	26,9 % (14)	34,6 % (18)	25 % (13)	9,6 % (5)	3,8 % (2)	100 % (52)
Karyawan perusahaan mempunyai rasa sopan dan ramah terhadap penumpang.	19,2 % (10)	44,2 % (23)	28,8 % (15)	7,7 % (4)	0	100 % (52)
Perusahaan bersedia menerima saran, kritik, dan masukan dari penumpang.	1,9 % (1)	23,1 % (12)	38,5 % (20)	32,7 % (17)	3,8 % (2)	100 % (52)
Perusahaan menyediakan fasilitas fisik yang mumpuni di dalam stasiun kereta api.	5,8 % (3)	21,2 % (11)	48,1 % (25)	23,1 % (12)	1,9 % (1)	100 % (52)

Sumber: Data Primer Peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 13 diatas yang menunjukkan 44,2% responden setuju dengan pernyataan bahwa karyawan perusahaan mempunyai ras sopan dan ramah terhadap penumpang. Menurut salah satu responden mengatakan bahwa selama menggunakan jasa kereta api dia merasa bahwa karyawan perusahaan telah menunjukkan sikap yang sopan dan ramah pada penumpang tanpa terkecuali.

Berbeda hal dengan item pada pernyataan kelima yang menyebutkan perusahaan menyediakan fasilitas fisik yang mumpuni pada stasiun kereta api yang mendapatkan presentase 48,1%, karena menurut salah satu responden fasilitas fisik yang ada pada perusahaan masih kurang dan ada beberapa fasilitas yang mestinya diperbaiki dan ditingkatkan lagi begitu juga dengan aspek pendukung lainnya yang harus ditingkatkan lagi.

F. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel dalam penelitian yang dilakukan, guna dilakukannya analisis ini untuk menguji hipotesis, baik itu hipotesis mayor dan minor. Data dan informasi yang diperoleh selama penelitian melalui proses pengumpulan seluruh data dan pengolahan awal merupakan dasar pengujian dalam hipotesis dan selanjutnya penarikan kesimpulan. Dalam pengujian yang dimaksudkan penulis menggunakan korelasi *Rank Spearman* dengan beralasan bahwa jenis korelasi inilah yang tepat digunakan pada data yang berskala ukur ordinal. Tingkat signifikan yang dipilih peneliti dalam pengujian ini yaitu 0.05.

Kriteria pengujian:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak, H_1 diterima yang berarti terdapat hubungan antara variabel yang diteliti.
- b. Jika $t_{\alpha/2, n-2}$ atau nilai signifikansi (Sig.) $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada hubungan antara variabel yang diteliti.

Perhitungan uji statistik inferensial dilakukan dengan bantuan aplikasi program komputer SPSS versi 23. Untuk menentukan keeratan hubungan antara kedua variabel adalah jika nilai korelasi *Rank Spearman* menunjukkan hubungan yang signifikan. Atas dasar dari pemikiran ini dapat dilakukan pendekatan nilai r_s menjadi sebanding dengan nilai r . Selanjutnya nilai r yang diperoleh dapat

dilakukan dengan penentuan keeratan tingkat hubungan yang ditunjukkan oleh korelasi r , berdasarkan *Guilford's Emperical Rule* yang merupakan ukuran penentuan keeratan hubungan korelasi (r).

Tabel 14
Guilford's Emperical Rule

Besar Nilai R	Kategori Hubungan
< 0,20	Rendah sekali
0,20 - 0,40	Rendah tapi pasti
> 0,40 – 0,70	Cukup tinggi
> 0,70 – 0,90	Tinggi, kuat
> 0,90	Sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Sumber: Rakhmat, 1993:29

Melalui analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 23, menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Analisis Hipotesis (X-Y) Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang

Analisis ini dilakukan untuk mengukur dan mengetahui apakah antara variabel X dan Y memiliki korelasi yang signifikan, pengukuran yang dilakukan menggunakan SPSS versi 23. Berikut ini adalah hasil dari pengukuran korelasi anantara variabel X dan Y :

Tabel 15

Korelasi Variabel X dan Y

Correlations

			Fungsi Humas	Kualitas Pelayanan
Spearman's rho	Fungsi Humas	Correlation Coefficient	1.000	.440**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	52	52
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.440**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berkorelasi

Uji hipotesis yang dilakukan dengan menganalisis korelasi antara variabel X dan variabel Y menghasilkan nilai yang cukup signifikan. Variabel X sebesar 0,001 dan nilai signifikan variabel Y sebesar 0,001. Maka nilai signifikan ini lebih kecil dari pada 0,05, dapat disimpulkan bahwa signifikan X $0,001 < 0,05$ dan Y $0,001 < 0,05$ maka berkorelasi dan dapat diandalkan. Mengetahui derajat hubungan variabel X terhadap variabel Y berkorelasi dengan derajat hubungan cukup tinggi dengan nilai 0,440.

2. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas Data yang dilakukan untuk mengukur sekaligus mengetahui apakah data variabel telah berdistribusi dengan normal atau

tidak. Selain itu berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal diambil dari populasi normal.

Berdasarkan hasil data skor yang telah diperoleh dari 52 responden, dengan bantuan menggunakan program aplikasi computer SPSS versi 23 didapatkan hasil yang menunjukkan koefisien normalitas dari instrument penelitian. Peneliti menggunakan Metode Kolmogorov-Smirnov dalam uji normalitas. Signifikansi metode Kolmogorov-Smirnov menggunakan tabel pembandingan Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 16

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29766566
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.050
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil dari uji normalitas yang terdapat pada tabel 16 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3. Uji Linearitas Data

Uji Linearitas Data dalam penelitian ini dilakukan sebagai syarat dalam analisis regresi linear sederhana. Pada uji linearitas, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai sig *devination from linearily* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel.
- Jika nilai sig *devination from linearily* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel.

Tabel 17

Uji Linearitas Data

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Pelayanan * Fungsi Humas	Between Groups	(Combined) Linearity	195.878	14	13.991	4.007	.000
		Deviation from Linearity	55.834	1	55.834	15.990	.000
			140.044	13	10.773	3.085	.004
	Within Groups		129.199	37	3.492		
Total			325.077	51			

Sumber: Pengolahan data SPSS 23.0

Berdasarkan hasil pengujian linearitas pada tabel 17 diatas menunjukkan bahwa, nilai *sig devioation from linearity* sebesar 0,04 < 0,05. Maka dapat disumplkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan Y.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau dependent. Pada analisis regresi sederhana ada beberapa asumsi dan persyaratan yang perlu diperiksa dan diuji, beberapa diantaranya adalah :

- a. Valid dan Reliabel
- b. Normal dan Linear²⁴

²⁴ Dayakisni, Tri & Hudainah. Dalam Hafidz. (2009) *Psikologi Sosial*. Malang, UMM Press. Hlm. 130.

Menguji hubungan dari variabel X fungsi humas terhadap variabel Y kualitas pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang. Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05
 - Jika nilai signifikansi $< 0,05$, artinya variabel X berhubungan terhadap variabel Y.
 - Jika nilai signifikan $> 0,05$ artinya variabel X tidak berhubungan terhadap variabel Y.
- b. Membandingkan dengan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel X berhubungan terhadap variabel Y.
 - Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel X tidak berhubungan terhadap variabel Y.

a. Membandingkan Nilai Signifikan (0,05)

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bX$. Berikut cara mengetahui nilai koefisiensi regresi dapat dilihat pada tabel 18 *coefficients* :

Tabel 18

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.646	4.255		.622	.537
	Fungsi Humas	.258	.080	.414	3.220	.002

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan
Sumber: Pengolahan data SPSS 23.0

Berdasarkan pada hasil uji regresi linear sederhana *coefficients* pada tabel 18 menunjukkan bahwa nilai *constant* (a) dari *unstandardized coefficients* sebesar 0,264 sedangkan nilai fungsi humas (b) adalah 0,258 sehingga persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Kualitas Pelayanan

a = Angka *unstandardized coefficients*, angka konstan yang mempunyai arti tidak ada fungsi humas (X) maka nilai konsisten kualitas pelayanan (Y) adalah sebesar 0,264.

b = Angka koefisien regresi, angka yang mengandung arti setiap pertumbuhan 1 % fungsi humas (X), maka kualitas pelayanan (Y) akan meningkat sebesar 0,258

X = Fungsi Humas

$$Y = 2,664 + 0,258 X$$

Berdasarkan persamaan regresi, maka dapat disimpulkan koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan arah variabel X teradap Y adalah positif. Pengambilan keputusan hasil uji regresi sederhana yaitu berdasarkan hasil uji regresi sederhana *coefficients* dari tabel 18 menghasilkan bahwa :

- Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel *coefficients* nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa fungsi humas (X) berhubungan dengan kualitas pelayanan (Y).

b. Uji t membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}

Uji hipotesis dalam penelitian ini untuk membuktikan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Uji hipotesis ini menggunakan uji t (uji parsial) yang berguna untuk mengetahui apakah terdapat hubungan fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III kota Palembang.

Untuk mengetahui nilai dari t_{tabel} , maka peneliti akan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = n - k$$

$$k = \text{jumlah variabel (2 = X dan Y)}$$

$$n = \text{jumlah responden (52)}$$

$$df = 52 - 2$$

$$df = 50$$

$$\begin{aligned} \text{Signifikansi} &= \alpha/2 \\ &= 0,01/2 \\ &= 0,005 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai pada t tabel, maka diketahui bahwa distribusi t_{tabel} dari df sejumlah 50, dan signifikansi 0,005, nilai t_{tabel} 2,677. Berdasarkan tabel 18 diatas, diketahui nilai fungsi humas (X) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,220. Dapat disimpulkan bahwa : nilai t_{hitung} sebesar $3,220 > t_{tabel}$ 2,629

maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota palembang.

c. Uji F

Tabel 19

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *Analysis of Variance*

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.834	1	55.834	10.369	.002 ^b
	Residual	269.243	50	5.385		
	Total	325.077	51			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Fungsi Humas

Sumber: Pengelolaan data SPSS 23.0

Berdasarkan hasil dari uji regresi sederhana ANOVA didapat nilai f_{hitung} sebesar 10,369 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,02 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat hubungan antara fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota palembang.

d. Uji Koefisien Determinan

Tabel 20

Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414 ^a	.172	.155	2.321

- a. Predictors: (Constant), Fungsi Humas
- b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: Pengolahan data SPSS 23.0

Berdasarkan tabel 20 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0,172. Hal ini menunjukkan terdapat pengertian bahwa fungsi humas (X) terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang (Y) sebesar 17,2%. Dapat disimpulkan persentase fungsi humas terhadap kualitas pelayanan di pt kereta api Indonesia divre iii kota Palembang sebesar 17,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 17,2\% = 82,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

BAB IV

PENUTUP

Pada bab iv yang merupakan bab terakhir dalam penelitian yang telah dibuat ini, dan juga pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari data dan analisis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan juga saran-saran yang diharapkan dapat menjadi tambahan masukan bagi perusahaan.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menjalin hubungan baik

Menjalin hubungan yang baik bagi perusahaan merupakan suatu yang harus dilakukan untuk lebih mengenalkan dan menambah nilai positif perusahaan dimata public. Hubungan yang baik juga dapat terjadi baik itu dilingkup internal dan eksternal perusahaan. Dalam segi hubungan dengan kualitas pelayanan yaitu hubungan yang baik antara perusahaan atau karyawan perusahaan dengan para konsumen juga merupakan suatu pelayanan yang baik bagi konsumen, karena suatu pelayanan yang baik terjadi karena adanya rasa hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen.

2. Membentuk citra perusahaan

Membentuk citra bagi perusahaan adalah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk lebih dipercaya dan dinilai baik oleh konsumennya. Karena dengan adanya citra yang baik akan membuat konsumen percaya dan yakin dalam menggunakan dan menikmati pelayanan dari perusahaan. Pelayanan yang baik tentu berbanding lurus dengan citra yang baik pula dari perusahaan tersebut. Maka, dari itu citra yang baik akan mencerminkan kualitas pelayanan yang baik pula.

3. Fasilitator komunikasi

Fasilitator komunikasi dalam hal ini yaitu sebagai penengah dalam mencari dan memecahkan masalah yang terjadi dalam lingkup perusahaan, terlebih lagi perusahaan yang sehari-hari nya berurusan dengan masyarakat tentu akan ada saja masalah yang terjadi baik itu masalah skala besar atau kecil. Humas dapat menjadi fasilitator komunikasi yang baik guna menyelesaikan masalah yang ada sehingga tidak sampai membesar masalah yang ada.

4. Teknisi komunikasi perusahaan

Teknisi komunikasi perusahaan yang berarti humas sebagai mulut dari perusahaan yang dapat juga berarti humas sebagai penyampai informasi dan pesan dari internal perusahaan yang akan disampaikan kepada eksternal atau public nya. Humas juga dapat menerima saran dan kritik dari konsumen untuk menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan kedepannya.

B. Saran

Karena keterbatasan penelitian ini diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat diperluas dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar dari yang telah disusun pada penelitian ini sebagai sebuah penelitian yang lebih spesifik dan dalam lingkup yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggoro, M. Linggar. 2000. Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badruddin, M.Si. Drs. Syahir. 2017. Dasar-dasar Hubungan Masyarakat. Palembang: NoerFikri.
- Ruslan, Rosady. 2003. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Lele, M. Millind. 1995. Customer Is Key.
- Mar'at. 1984. Sikap Manusia, Perubahan, dan Serta Pengukurannya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ardianto *et.al.* 2004. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jalalludin, Rakhmat. 1999. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jalalludin, Rakhmat. 2003. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, Imam. 2001. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 2002. Public Relation Edisi Kelima direvisi oleh Daniel Yadin, Jakarta: Erlangga.
- Saifuddin, Azwar. 1997. Metode Penelitian Jilid I., Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saifuddin, Azwar. 1998. Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya., Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahri, Ismail. 2018. Statistik Untuk Penelitian dan Ilmu-Ilmu Sosial., Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D., Bandung: Alfabet.
- Robert, Kurniawan. 2006. Analisis Regresi: Dasar dan Penerapan R., Jakarta: Kencana.

Dayakisni, Tri & Hudainah Dalam Hafidz. 2009. Psikologi Sosial., Malang: UMM Press.

Masri, Singarimbun. Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.

Humas PT. Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang.

SKRIPSI

Skripsi Tutik Kumariyah, Peran *Public Relation* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, IAIN Purwokerto, 2016

Skripsi Anastasia Anita Wulandari, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat, Fak.Ekonomi, Univ. Sanata Dharma, 2017.

Skripsi Farrah Annisya, Kualitas Pelayanan PT Kereta Api Indonesia Stasiun Tanjung Karang Kota Bandar Lampung, Universitas Lampung, 2017.

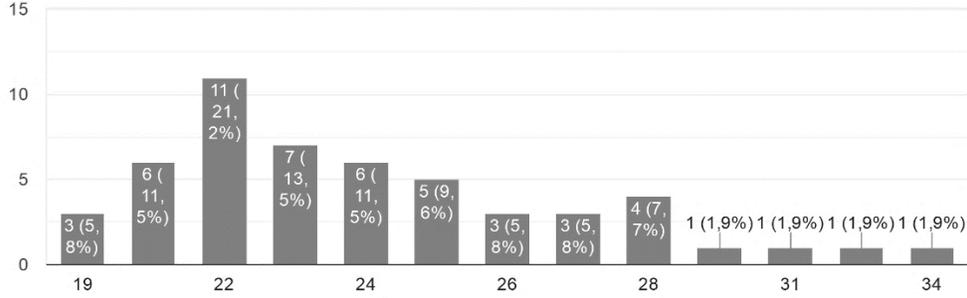
WEBSITE

<http://bumn.go.id/keretaapi/halaman/41> Diakses pada Rabu, 27/03/2019.

LAMPIRAN

Usia Responden

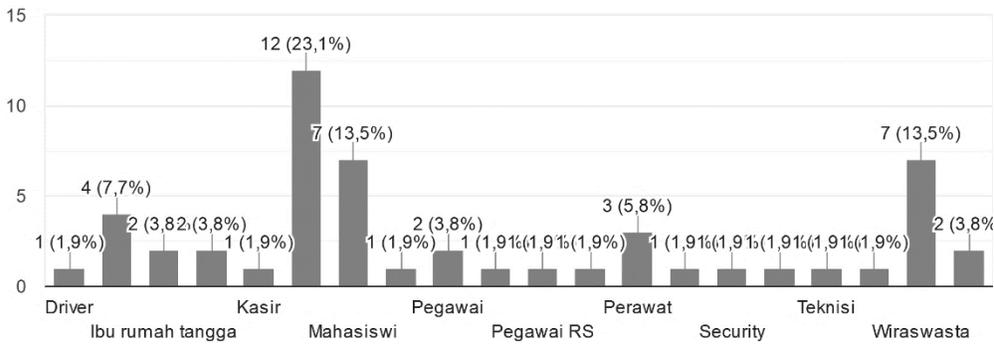
52 tanggapan



Sumber: Google Form

Pekerjaan Responden

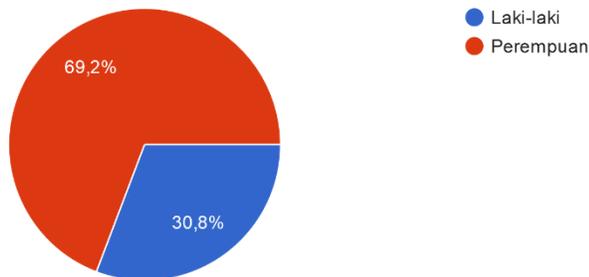
52 tanggapan



Sumber: Google Form

Jenis Kelamin Responden

52 tanggapan



Sumber: Google Form

HASIL UJI VALIDITAS

VARIABEL X

Dimensi Menjalin Hubungan Baik

		Correlations				
		X1	X2	X3	X4	JUMLAH
X1	Pearson Correlation	1	.058	-.049	-.081	.453**
	Sig. (2-tailed)		.683	.730	.568	.001
	N	52	52	52	52	52
X2	Pearson Correlation	.058	1	.237	.150	.683**
	Sig. (2-tailed)	.683		.091	.289	.000
	N	52	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	-.049	.237	1	-.021	.526**
	Sig. (2-tailed)	.730	.091		.884	.000
	N	52	52	52	52	52
X4	Pearson Correlation	-.081	.150	-.021	1	.479**
	Sig. (2-tailed)	.568	.289	.884		.000
	N	52	52	52	52	52
JUMLAH	Pearson Correlation	.453**	.683**	.526**	.479**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dimensi Membentuk citra perusahaan

		Correlations				
		X1	X2	X3	X4	JUMLAH
X1	Pearson Correlation	1	.102	-.160	.230	.428**
	Sig. (2-tailed)		.473	.258	.101	.002
	N	52	52	52	52	52
X2	Pearson Correlation	.102	1	.636**	-.158	.810**
	Sig. (2-tailed)	.473		.000	.264	.000
	N	52	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	-.160	.636**	1	-.129	.693**
	Sig. (2-tailed)	.258	.000		.363	.000

	N	52	52	52	52	52
X4	Pearson Correlation	.230	-.158	-.129	1	.276*
	Sig. (2-tailed)	.101	.264	.363		.048
	N	52	52	52	52	52
JUMLAH	Pearson Correlation	.428**	.810**	.693**	.276*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.048	
	N	52	52	52	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dimensi Fasilitator komunikasi

Correlations

		X1	X2	X3	X4	JUMLAH
X1	Pearson Correlation	1	-.211	-.041	.498**	.561**
	Sig. (2-tailed)		.134	.773	.000	.000
	N	52	52	52	52	52
X2	Pearson Correlation	-.211	1	.128	.133	.459**
	Sig. (2-tailed)	.134		.367	.349	.001
	N	52	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	-.041	.128	1	-.026	.508**
	Sig. (2-tailed)	.773	.367		.854	.000
	N	52	52	52	52	52
X4	Pearson Correlation	.498**	.133	-.026	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.349	.854		.000
	N	52	52	52	52	52
JUMLAH	Pearson Correlation	.561**	.459**	.508**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dimensi Teknisi komunikasi perusahaan

Correlations

		X1	X2	X3	jumkah
X1	Pearson Correlation	1	-.119	.656**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.401	.000	.000
	N	52	52	52	52

X2	Pearson Correlation	-.119	1	-.035	.623**
	Sig. (2-tailed)	.401		.807	.000
	N	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	.656**	-.035	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.807		.000
	N	52	52	52	52
jumlah	Pearson Correlation	.622**	.623**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

VARIABEL Y

Dimensi Kualitas Pelayanan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	JUMLAH
Y1	Pearson Correlation	1	.314*	.004	.143	-.079	.476**
	Sig. (2-tailed)		.023	.978	.312	.578	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y2	Pearson Correlation	.314*	1	.365**	.523**	-.071	.737**
	Sig. (2-tailed)	.023		.008	.000	.618	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y3	Pearson Correlation	.004	.365**	1	.526**	-.007	.650**
	Sig. (2-tailed)	.978	.008		.000	.963	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y4	Pearson Correlation	.143	.523**	.526**	1	.007	.754**
	Sig. (2-tailed)	.312	.000	.000		.962	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y5	Pearson Correlation	-.079	-.071	-.007	.007	1	.289*
	Sig. (2-tailed)	.578	.618	.963	.962		.038
	N	52	52	52	52	52	52
JUMLAH	Pearson Correlation	.476**	.737**	.650**	.754**	.289*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.038	
	N	52	52	52	52	52	52

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

VARIABEL X DAN Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	6

HASIL UJI HIPOTESIS

VARIABEL X-Y

Correlations

			Fungsi Humas	Kualitas Pelayanan
Spearman's rho	Fungsi Humas	Correlation Coefficient	1.000	.440**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	52	52
		Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.440**
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI NORMALITAS DATA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29766566
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.050
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

HASIL UJI LINEARITAS DATA

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Pelayanan * Fungsi Humas	Between	(Combined)	195.878	14	13.991	4.007	.000
	Groups	Linearity	55.834	1	55.834	15.99 0	.000
		Deviation from Linearity	140.044	13	10.773	3.085	.004
	Within Groups			129.199	37	3.492	
Total			325.077	51			

HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.646	4.255		.622	.537
	Fungsi Humas	.258	.080	.414	3.220	.002

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA ANALYSIS OF VARIANCE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.834	1	55.834	10.369	.002 ^b
	Residual	269.243	50	5.385		
	Total	325.077	51			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Fungsi Humas

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414 ^a	.172	.155	2.321

a. Predictors: (Constant), Fungsi Humas

b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

KUESIONER PENELITIAN

HUBUNGAN FUNGSI HUMAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI PT KERETA API INDONESIA DIVRE III KOTA PALEMBANG

Cara pengisian kuesioner :

1. Kuesioner ini akan diberikan oleh peneliti dan langsung diisi oleh responden terpilih.
2. Jawaban dipilih dengan cara memberi tanda centang (√)

Bagian I Data Responden

1. Nama Responden :.....
2. Usia Responden :.....
3. Pekerjaan Responden :.....
4. Jenis Kelamin Responden
 - Laki-laki
 - Perempuan

Bagian II Data Penelitian

No	Kualitas Pelayanan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Total
1	Humas tidak memiliki hubungan yang baik dengan penumpang atau awak media.						
2	Humas perusahaan tidak mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan penumpang dan awak media						

3	Humas memiliki hubungan yang baik dengan konsumen/penumpang dan awak media.						
4	Humas perusahaan mempunyai keinginan untuk menjalin hubungan yang baik dengan penumpang dan awak media.						
5	Perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat.						
6	Humas berhasil membentuk citra yang baik bagi perusahaan dimata penumpang.						
7	Perusahaan tidak mempunyai citra yang baik dimata masyarakat.						
8	Humas gagal membentuk citra yang baik bagi perusahaan.						
9	Humas dapat menjadi fasilitator komunikasi yang baik bagi perusahaan.						
10	Permasalahan perusahaan dapat						

	diatasi berkat peran humas yang menjadi fasilitator perusahaan.						
11	Humas bukan lah fasilitator komunikasi yang baik bagi perusahaan.						
12	Gagal nya humas menjadi fasilitator komunikasi bagi perusahaan dalam mengatasi masalah.						
13	Humas adalah teknisi komunikasi dalam suatu perusahaan.						
14	Humas dapat menjadi teknisi komunikasi yang baik dalam perusahaan.						
15	Humas bukan lah teknisi komunikasi yang baik dalam suatu perusahaan.						
16	Sebagai penyedia jasa, perusahaan dapat diandalkan dengan baik oleh penumpang.						
17	Perusahaan memiliki kesadaran dan inisiatif untuk membantu penumpang.						

18	Karyawan perusahaan mempunyai rasa sopan dan ramah terhadap penumpang.						
19	Perusahaan bersedia menerima saran, kritik, dan masukan dari penumpang.						
20	Perusahaan menyediakan fasilitas fisik yang mumpuni di dalam stasiun kereta api.						



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)**

Nomor : B.1308/Un.09/VIII./TL.01/09/2019
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Mohon Izin Penelitian/Observasi

19 September 2019

Kepada Yth
Pimpinan PT. Kereta Api Indonesia Divre III
Kota Palembang
di
Tempat

Assalammu'alaikum, Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah berupa Skripsi/makalah mahasiswa kami :

Nama : Edo Widian Dwi Karsa
NIM : 1537010027
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Raden Fatah Palembang
Judul Skripsi : Peran Humas terhadap kualitas pelayanan (Studi Korelasional Humas PT. Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang terhadap kualitas pelayanan)

Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan Penelitian tersebut

Demikianlah, harapan kami dan atas segala bantuan serta perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb

Dekan

Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP.196206201988031001

Tembusan
1. Ka.Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

Nama : Edo Widyan Dwi Herza

N I M : 1537010027

Jurusan : Ilmu komunikasi

Judul Skripsi : Peran humor thd keafiter Paskaman (leksi korosional
humor PT. KAI Diur III kwh Palembang)

Telah dimunaqasahkan pada hari..... tanggal 20..... bulan..... tahun 2019.....
dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,63.....

Palembang, 20 November 2019

Ketua,


Dr. Andi Candra Sabra, M.Pd.
NIP. 197201192007011011

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. Arsip.

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari Rabu tanggal 20 bulan November tahun 2019 Skripsi Mahasiswa :

Nama : Edo Widan Dwi Karra
 Nomor Induk Mahasiswa : 1537010017
 Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Peran humor terhadap kualitas pelayanan (Studi korelasional humor PT. KAI Di era WJ kok Revisi)

MEMUTUSKAN

- Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini Rabu maka saudara dinyatakan : LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~,
 Indeks Prestasi Kumulatif : 3,63, oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (S1) ~~Sarjana Sosial (S.Sos)~~ Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).
- Perbaikan dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaffaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
- Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
- Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	<u>Dr. Andi Candra Daga, M.Hum</u>	Ketua Penguji	
2	<u>Erik Darmawan, M.H.I</u>	Sekretaris Penguji	
3	<u>Taufik Akhbar, M.Si</u>	Penguji Utama	
4	<u>Badarudin Aferkatesi, M.Pd</u>	Penguji Kedua	
5	<u>Dr. Andi Candra Daga, M.Hum</u>	Pembimbing I	
6	<u>M. Mifta Farid, M.Kom</u>	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
 PADA TANGGAL : 20 November 19

KETUA

Dr. Andi Candra Daga, M.Hum
 NIP. 1972 01192007 011 0 11

SEKRETARIS,

Erik Darmawan, M.H.I
 NIP.



KEMENTERIAN AGAMA RI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : B.1238 /Un.09/VIII/PP.01/09/2019
Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG**

- MENIMBANG :**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi.
 2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan.
 3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan Pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Politik **a.n: Edo Widian Dwi Karsa, 9 September 2019**
- MENINGAT :**

1. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000;
3. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/1985 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
4. Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
5. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. 585 tahun 2016;
6. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN:
Pertama

: Menunjuk Saudara:

N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
Andi Chandra Jaya, S.Ag., M.Hum	197201192007011011	Pembimbing I
M. Mifta Farid, S.Sos.I., M.I.Kom	0202108402	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing

sebagai

Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Saudara:

N a m a : Edo Widian Dwi Karsa
N I M : 1537010027
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Humas Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Korelasional Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang Terhadap Kualitas Pelayanan)

- Kedua : Masa bimbingan : Satu Tahun TMT. 10 September 2019 s/d 10 September 2020
: Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Palembang, 10 September 2019
Dekan

Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP. 196206201988031001

Tembusan:

1. Rektor;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2)
4. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
5. Mahasiswa yang bersangkutan
6. Arsip