BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan. Citra dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien perusahaan dengan demikian, citra perusahaan dapat dipersepsikan sebagai gambaran mental secara selektif, karena keseluruhan kesan tentang karakteristik suatu perusahaan-lah yang nantinya akan membentuk citra perusahaan dibenak masyarakat.

Setiap perusahaan dapat memiliki lebih dari satu citra tergantung dari kondisi interaksi yang dilakukan perusahaan dengan kelompok-kelompok yang berbeda, seperti: nasabah, karyawan, pemegang saham, supplier dimana setiap kelompok tersebut mempunyai pengalaman dan hubungan yang berbeda dengan perusahaan, Karena itu citra yang dimiliki perusahaan dapat berperingkat positif atau negatif.

Perusahaan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang perusahaan yang diharapkan, sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif.

Lebih lanjut, citra merupakan hasil dari penilaian atas sejumlah atribut, tetapi citra bukanlah penilaian itu sendiri, karena citra adalah kesan konsumen yang paling

menonjol dari perusahaan, yang dievaluasi dan dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Sarana transportasi adalah sarana yang menjadi pokok penting dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan sarana transportasi adalah salah satu sarana penggerak laju roda pembangunan perekonomian suatu negara. Hal ini dibuktikan dengan terus berkembang pesatnya sarana transportasi di dunia seiring dengan berkembangan sistem perekonomian suatu di negeri ini.

Sistem transportasi merupakan salah satu alat terpenting untuk mencapai standar kehidupan yang tinggi. Ini membawa konsekuensi penggunaan teknologi baru dan lebih canggih, seperti interchanges, jalan-jalan layang (*fly overs*), jalan bebas hambatan (*freeways*), jalur kereta layang (*elevated railways track*), tanda-tanda lalu lintas yang terkoordinasi, dan sebagainya untuk menampung kecepatan yang lebih tinggi dan aliran (jumlah) lalu lintas yang lebih besar, terutama di daerah perkotaan.

Meningkatnya jumlah lalu lintas kendaraan bermotor meningkatkan pula kemacetan lalu lintas dan pencemaran udara, serta kebisingan. Perlu ada usaha-usaha untukmengatasi masalah tersebut, yang harus dilakukan secara terpadu, seperti penataan ruang kota, pengaturan lalu lintas, pemanfaatan energi alternatif untuk kendaraan bermotor, penggunaan angkutan cepat masal.

Transportasi sebagai salah satu pendorong laju perekonomian bangsa ini terus menerus di tingkatkan, mulai dari sarana transportasi darat, laut, dan udara. Sama halnya sepeti Indonesia, sarana transportasi di indonesia sangat beragam mulai dari bus, bajaj, taxi, kapal laut dan juga peasawat terbang.

Banyak sarara transportasi yang ada, terdapat sarana transportasi yang banyak dipilih pengguna jasa transportasi. Sarana transportasi itu adalah kereta api.

> "Kereta api adalah sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel. Kereta api merupakan alat transportasi masal yang umumnya terdiri dari lokomotif (kendaraan dengan tenaga gerak yang berjalan sendiri) dan rangkaian kereta atau gerbong (dirangkaikan dengan kendaraan lainnya). Rangkaian kereta atau gerbong tersebut berukuran relatif luas sehingga mampu memuat penumpang maupun barang dalam skala besar."[1]

Sebagai angkutan massal efektif, beberapa negara berusaha memanfaatkannya secara maksimal sebagai alat transportasi utama angkutan darat baik di dalam kota, antarkota, maupun antarnegara. Transportasi massal seperti Kereta Listrik (KRL) dan Kereta Diesel (KRD) merupakan transportasi yang banyak digunakan bagi sebagian besar warga Ibukota.

Saat ini pengguna kereta api setiap tahun terus meningkat, akan tetapi peningkatan jumlah pengguna jasa kereta api tidak dibarengi oleh bertambahnya jumlah armada yang tersedia, sehingga yang terjadi saat ini adalah tidak sanggupnya sarana transportasi ini menampung banyaknya pengguna jasa kereta api, hal ini berakibat pada ketidak nyamanan pengguna kereta api.

Akibat dari kekurangan armada ini, pengguna kereta api harus rela berdesakan berada di dalam kereta. Selain sumpeknya keadaan di dalam kereta, masalah lain pun muncul, salah satunya adalah masalah pelecehan seksual pada kaum wanita. "Pelecehan seksual adalah setiap tindakan seksual (secara terang-terangan atau

---

[1]. http:[1]//duniagus.blogspot.com/2008/04/mid-semester-kelas-vii.html

sembunyi-sembunyi) yang dipaksakan atas seorang, Pelecehan seksual dapat meliputi setiap tindakan kekerasan seksual dari persetubuhan sampai penyimpangan seks *voyeurism* (dilirik secara seksual)".[2]

Pelecehan di dalam kereta api sering kali terjadi, pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 sudah ada 242 kasus pelecehan di dalam kereta api. Kebanyakan korbannya adalah mahasiswa dan pelajar SMA".[3] Banyak penumpang kereta khususnya wanita yang menjadi korban mengeluh dengan mempertanyakan leluasanya pelaku pelecehan seksual tersebut. Adanya kasus pelecehan yang terjadi di dalam kereta api, memberi dampak buruk bagi perusahaan. Selain jumlah pengguna jasa kereta api yang menurun, konsumen juga mulai memberikan respon negatif tentang perusahaan. Jika hal ini terus diabaikan oleh perusahaan, maka efek yang terjadi adalah penurunan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang mengakibatkan penurunan citra baik perusahaan di mata konsumen.

Image atau Citra didefinisikan sebagai *a picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang (Rakhmat 2003:221). Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Dalam hal ini peranan citra bagi perusahaan adalah sangat penting, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi),

---

[2] http://www.pancarananugerah.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76:mengerti-akan-pelecehan-seksual&catid=43:pelecehan-seksual&Itemid=26 22:02

[3] http://www.detiknews.com/index.php/news= 20:07

dengan kata lain, perusahan dalam hal ini PT Kereta Api Indonesia (persero) dapat kehilangan Citra positifnya dimata konsumen pengguna kereta api.

Oleh karena itu, diperlukan suatu terobosan dan ide baru yang efektif dan efisien dalam mengatasi masalah pelecehan seksual di kereta api. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek", menjelaskan bahwa Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna, berasal dari kata efektif yang merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Sesuatu baru bisa dikatakan efektif dan berhasil bila hal tersebut tepat dan memberi solusi dalam penggunaanya.

PT Kereta Api Indonesia (persero) sebagai penyedia jasa membuat kereta khusus wanita sebagai solusi untuk mengurangi angka pelecehan seksual di dalam kereta api. Gerbong khusus yang disediakan untuk perempuan masih terbatas, yaitu hanya 2 gerbong (gerbong 1 dan gerbong 8), dengan kapasitas gerbong untuk 150 orang. Kereta wanita ini memiliki rute mulai dari jakarta kota-bogor, jakarta kota - tanggerang, jakarta kota - depok, jakarta kota – bekasi, dan rute dalam kota yang meliputi stasiun Serpong, dan melewati beberapa stasiun seperti Sudirman, Palmerah, Kebayoran, Pondokranji, Sudimara, dan Rawabuntu. (Sumber : data PT Kereta Api Indonesia (persero)), dengan telah diluncurkannya kereta khusus wanita (KKW) diharapkan jumlah pelecehan di dalam kereta api dapat berkurang. Peluncuran Kereta tersebut diresmikan langsung oleh Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Linda Amalia Sari Gumelar.

Tujuan diluncurkannya kereta yang hanya diisi kaum hawa tersebut adalah merupakan tindakan pencegahan agar tidak terjadi kekerasan terhadap perempuan.

Selain itu, untuk mengurangi angka pelecehan seksual di dalam transportasi umum khususnya kereta.

Tidak semua kereta ada gerbong khusus wanita, Tidak seperti kereta lainnya, di dalam kereta khusus wanita ini terasa jelas nuansa wanitanya. Kereta yang diresmikan 19 Agustus tahun 2010 di stasiun Depok Jawa Barat lalu ini berjumlah 2 gerbong disetiap 9 gerbong rangkaian kereta. Gerbong itu terdapat pada gerbong paling depan dan yang paling belakang. Kereta ini sudah berjalan selama hampir lima bulan.

Betapa tidak, kereta yang disejukan *air conditioner* tersebut dijaga oleh beberapa petugas. Jika dilihat dari fisiknya, gerbong kereta khusus wanita tersebut tidak berbeda dengan gerbong lainnya, karena pada awalnya gerbong tersebut merupakan satu kesatuan dari kereta tersebut. Hanya saja fungsinya yang diubah.

Setelah melihat hasil pemaparan dan pemahaman dari permasalahan diatas maka munculah pertanyaan yang menarik peneliti untuk diteliti. Berdasarkan pada permasalahan yang ada maka peneliti merumusan masalah penelitian "**Sejauhmana Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya?**"

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam merumuskan sebuah masalah, hal-hal yang bersifat umum akan lebih diperinci dan lebih jelas dalam Identifikasi Masalah. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan peneliti lebih terarah dan mempunyai alur penelitian yang jelas. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauhmana **Tujuan Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya?
2. Sejauhmana **Biaya Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya?
3. Sejauhmana **Waktu Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya?
4. Sejauhmana **Jumlah Personil Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya?
5. Sejauhmana Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Persepsi Konsumen** Perusahaannya?

6. Sejauhmana Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Kognisi Konsumen** Perusahaannya?
7. Sejauhmana Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Motivasi Konsumen** Perusahaannya?
8. Sejauhmana Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Sikap Konsumen** Perusahaannya?
9. Sejauhmana Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Peningkatan **Citra** Perusahaannya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian maksud dan tujuan penelitian haruslah jelas, karena hal ini dapat menunjukan keseriusan dan kesungguhan peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun maksud dan tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Sejauhmana Efektifitas pelayanan Kereta Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) di Daerah Operasional (DAOP) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra perusahaannya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam sebuah penelitian sangatlah diperlukan, hal ini menunjukan keseriusan dalam melakukan penelitian, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **Tujuan Pelayananan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.
2. Untuk mengetahui **Biaya Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.
3. Untuk mengetahui **Waktu Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.
4. Untuk mengetahui **Jumlah Personil Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.
5. Untuk mengetahui Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Persepsi Konsumen** Perusahaannya.
6. Untuk mengetahui Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Kognisi Konsumen** Perusahaannya.

7. Untuk mengetahui Efektifitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Motivasi Konsumen** Perusahaannya.
8. Untuk Mengetahui Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Sikap Konsumen** Perusahaannya.
9. Untuk Mengetahui Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Citra** Perusahaannya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan dalam membantu mengembangkan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan ilmu kehumasan secara khusus.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dalam melakukan penelitian ini peneliti berharap bahwa hasil penelitiannya dapat berguna dalam menambah pengalaman, dan pengetahuan dalam kehumasan, dimana hal tersebut nantinya akan sangat berguna untuk penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini dilakukan sebagai dasar menambah pengetahuan dan pemahan yang lebih baik di bidang komunikasi secara umum dan bidang kehumasan secara khusus, Selain itu juga menjadi landasan dasar penerapan materi kuliah yang telah dipelajari penulis semasa kuliah, sehingga penulis mendapat gambaran jelas tentang sejauhmana keserasian antara teori yang dipelajari dengan praktek yang telah dilakukan.

2. Bagi Universitas

   Peneliti berharap penelitian yang ditulis ini berguna untuk mahasiswa Unikom secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus. Peneliti juga berharap tulisan ini juga berguna sebagai bahan yang dapat menbantu mahasiswa ilmu komunikasi dalam melakukan/melanjutkan penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama.

3. Bagi PT Kereta Api Indonesia (persero)

   Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat berguna bagi PT Kereta Api Indonesia (persero) sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan tentang kereta khusus wanita di DAOP I Jakarta yang terus berkembang. Tak lupa penelitian ini juga memberikan masukan tentang perkereta apian yang harus dilakukan PT Kereta Api Indonesia (persero) dalam meningkatkan pelayanan dan fasilitas dalam perkereta apian Khususnya pada kereta khusus wanita.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Mengacu pada sumber yang diperoleh, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek", menjelaskan bahwa Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna, berasal dari kata efektif yang merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Secara jelas Onong Uchjana Effendy mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan, sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan" (Effendi, 1989:14).

Menurut pengertian diatas ada beberapa poin yang harus dilakukan dalam mencapai efektifitas:

1. Tujuan

   Adalah hasil akhir dari sebuah rencana. Dalam mencapai sebuah tujuan perlu sebuah rencana yang tersusun atas sebuah orientasi, sasaran dan target yang jelas agar tujuan yang dimaksud mempunyai kepastian.

2. Biaya

   Adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Biaya terbagi menjadi dua, yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya yang terlihat secara fisik, misalnya berupa uang.

Sementara itu, yang dimaksud dengan biaya implisit adalah biaya yang tidak terlihat secara langsung, misalnya biaya kesempatan dan penyusutan barang modal. (Sumber: Wikipedia.com/biaya)

3. Waktu

   Adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan atau keadaan berada atau berlangsung. Dalam hal ini, skala waktu merupakan interval antara dua buah keadaan/kejadian, atau bisa merupakan lama berlangsungnya suatu kejadian. (Sumber: Kamus besar Bahasa Indonesia)

4. Personil

   Adalah keseluruhan anggota/panitia yang ikut berperan serta dalam mengatur jalannya rencana kegiatan.

Dalam mencapai komunikasi yang efektif, hasil yang sangat diharapkan oleh komunikator adalah perubahan sikap, pendapat, dan prilaku komunikannya. Oleh karena itu pesan yang disampaikan kepada komunikan harus mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi.

Keefektifan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi komunikatornya, kemampuan menelaah atau mencerna isi pesan juga sangat dibutuhkan pada diri komunikan. Fungsi komunikator adalah untuk mengatur pikiran dan perasaannya menjadi bentuk pesan, sehingga jika pesan itu tersampaikan, komunikan mengerti dan tau apa yang di inginkan komunikator, dan sikap apa yang harus dilakukannya sebagai komunikan.

Menurut Onong Uchjana Effendy, ditinjau dari komponen komunikator. Untuk melaksanankan komunikasi yang efektif terdapat dua faktor penting yang harus diperhatikan oleh komunikator. Pertama adalah kepercayaan diri komunikator (*Source Credibility*), dan kedua adalah daya tarik komunikator *(Source Attrakctiveness).* (Effendy, 2003:42).

Komunikan yang dijadikan sebagai sasaran komunikasi akan mengkaji dan menilai siapa komunikator yang membuat dan menyampaikan pesan tersebut. Sehingga komunikan dapat menentukan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan diri komuniakator. Sebesar apapun teknik komunikasi yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan pesan, jika komunikan menilai hal tersebut tidak sesuai maka hal tersebut tidak akan sesuai dengan yang diharapkan

Berdasarkan pada penjelasan diatas, sebagai komunikator dalam mencapai tujuannya telah membuat sebuah solusi sebagai obat penawar permasalahan yang timbul di masyarakat. Solusi yang dibuatnya ini akan membuat pelanggannya merasa lebih nyaman dalam menggunakan jasa kereta api. Hal ini dapat memunculkan kepuasan didalam diri pelanggan sehingga berdampak pada peningkatan citra perusahaan.

Untuk variable ke 2 (Y) peneliti mengambil teori dari John. S. Nimpoeno yang mengasumsikan citra sebagai proses tergambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Seperti yang dikemukakan Jalaludin Rakhmat bahwa:

> "Citra adalah Proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu sendiri diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus". (Rakhmat, 1985 : 9-10)

Berlandaskan pada teori diatas maka indikator yang diambil untuk variable ini adalah Persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen.

1. Persepsi

   Adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Prilaku individu seringkali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri.

2. Kognisi

   Yaitu suatu keyakinan dari diri individu terhadap stimulus, keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

3. Motivasi

   Adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

4. Sikap

   Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan prilaku, tetapi kecenderungan untuk berprilaku dengan cara-cara tertenru.

Citra merupakan gambaran tentang objek (misalnya produk atau perusahaan) dipikiran khalayak atau konsumen. Khalayak membentuk citra mengenai produk atau perusahaan dengan menghubungkan atau mengasosiasikan dengan sesuatu yang lain (Kriantono, 2006:350)

Cara memperoleh citra/ image yang baik adalah:

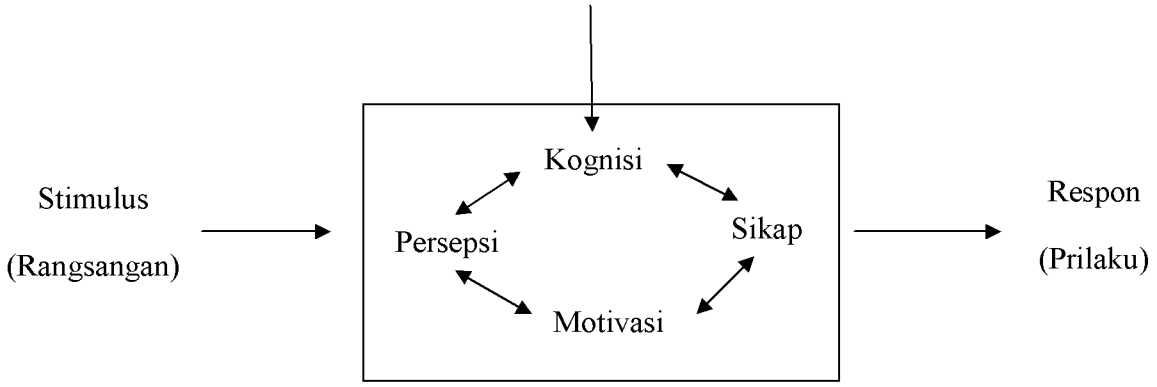
1. Menciptakan *Publik Understanding* (Pengertian Publik). Pengertian belum berarti persetujuan/penerimaan. Persetujuan belum berarti penerimaan. Dalam hal ini publik memahami organisasi/ perusahaan/ instansi apakah itu dalam hal produk/jasa, aktivitas-aktivitasnya, reputasinya, prilaku manajemennya.
2. *Publik Confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap organisasi kita). Publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan/instansi adalah benar adanya apakah itu dalam hal kualitas produk atau jasanya, aktivitas-aktivitasnya yang positif,

reputasinya yang baik, managemen yang dapat diandalkan dan sebagainya.

3. *Publik Support* (adanya unsur dukungan dari publik terhadap organisasi kita) baik dalam bentuk material (Produk/ Jasa) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/fikiran untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
4. *Publik Coorporation* (adanya kerjasama dari publik terhadap organisasi kita) jika ketiga tahapan di atas dapat dilaksanakan maka akan mempermudah adanya kerjasama dari publik yang berkepentingan terhadap organnisasi kita guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model pembentukan Citra dari John. S. Nimpoeno menjelaskan bahwa model pembentukan citra adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Model Pembentukan Citra
Pengalaman Mengenai Stimulus



(Sumber: Soemirat & Ardianto, 2002:115)

1.5.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada penjelasan teori diatas efektivitas memiliki arti tepat guna, berasal dari kata efektiv yang merupakan kata dasar Onong Uchjana Efendi mengatakan bahwa efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai:

1. Tujuan yang direncanakan,

   Untuk mencapaian sebuah tujuan memerlukan sebuah rencna yang teorientasi, mempunyai sasaran yang sesuai, dan target yang jelas agar arah dari sebuah tujuan menjadi jelas. Yang menjadi orientasi dalam penelitian ini adalah Kereta Khusus Wanita oleh PT Kereta Api Indonesia (persero), sasarannya adalah pengguna jasa kereta api, dan target yang dicapai adalah peningkatan Citra PT Kereta Api Indonesia (persero)

2. Sesuai dengan biaya yang dianggarkan

   Biaya yang dimaksud adalah biaya tiket Kereta Api Khusus Wanita dan pelayanan yang diberikan di dalam kereta.

3. Waktu yang ditetapkan,

   Waktu yang dimaksud disini adalah waktu peluncuran, tempat pelayanan dan Frekwensi waktu kedatangan Kereta api Khusus wanita.

4. Jumlah personil yang ditentukan.

   Personil adalah orang yang bertanggung jawab dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan. Personil yang dimaksud adalah

orang-orang yang bertugas memberikan pelayanan dalam kereta api khusus wanita (penjaganya, masinisnya, kondekturnya).

Menurut pengertian diatas, yang menjadi tujuan dalam pelayanan kereta khusus wanita ini adalah peningkatan citra PT Kereta Api Indonesia (persero), dan aspek biaya dalam melaksanakan tujuan tersebut juga sangat berpengaruh dalam memberi pelayanan kepada pengguna jasa kereta, waktu pelayanan Kereta Api Khusus wanita juga harus sesuai dengan timbulnya masalah, dan yang terakhir adalah jumlah personil yang di kerahkan haruslah sesuai dengan besarnya pelayanan yang diberiakan.

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, terdapat 6 aspek yang menjadi konteks Pembentukan Citra korporat dimata pulik yaitu:

1. Stimulus adalah perubahan lingkungan internal atau eksternal yang dapat diketahui. Ketika stimulis dimasukan kedalam reseptor sensoris, stimulus akan mempengaruhi refleks melalui transduksi stimulus. Dalam hal ini stimulus yang dimaksud adalah Pengadaan Kereta Api Khusus Wanita yang di keluarkan Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero)
2. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, pengguna jasa kereta Khusus Wanita akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.

3. Kognisi, Yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan informasinya. Dalam hal ini Kognisi yang di maksud adalah keyakinan konsumen terhadap respon yng di berikan oleh perusahaan yaitu Pengadaan Kereta Khusus Wanita.
4. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Dalam hal ini motivasi yang di harapkan adalah motivasi pengguna jasa kereta api dalam menggunakan Kereta Khusus Wanita.
5. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Dalam hal ini Sikap yang di maksud adalah sikap positif konsumen perusahaan terhadap pengadaaan Kereta Api Khusus Wanita.
6. Respon adalah istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indera. Respon biasanya diujudkan dalam bentuk perilaku yang dimunculkan setelah dilakukan perangsangan. Dalam hal ini Respon yang dimaksud adalah respon positif pengguna kereta api.

1.6 Hipotesis

hipotesis menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D adalah merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagi berikut:

H_1 : Ada hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

H_0 : Tidak ada hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

Untuk memperjelas arah penelitian, maka peneliti menjabarkannya menjadi beberapa subhipotesis sebagai berikut:

1. **H_1 :** Ada Hubungan antara **Tujuan Pelayananan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan **Tujuan Pelayananan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

2. **H_1 :** Ada Hubungan antara **Biaya Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan **Biaya Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

3. **H_1 :** Ada Hubungan antara **Waktu Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan **Waktu Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

4. **H_1 :** Ada Hubungan antara **Jumlah Personil Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan **Jumlah Personil Pelayanan** Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

5. **H_1 :** Ada Hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Persepsi Konsumen** Perusahaannya.

H_0 : Tidak ada hubungan Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Persepsi Konsumen** Perusahaannya.

6. **H_1 :** Ada Hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Kognisi** Konsumen Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Kognisi Konsumen** Perusahaannya.

7. **H_1 :** Ada Hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Motivasi Konsumen** Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Motivasi Konsumen** Perusahaannya.

8. **H_1 :** Ada Hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Sikap Konsumen** Perusahaannya.

   H_0 : Tidak ada hubungan Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan **Sikap Konsumen** Perusahaannya.

9. **H_1 :** Ada Hubungan antara Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

H_0 : Tidak ada hubungan Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita Oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) Di Daerah Operasional (Daop) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya.

1.7 Operasional Variabel

Dalam oprasional variable konsep abstrak dirubah menjadi besaran yang dapat diukur. Sedangkan variablenya adalah konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai. Adapun variable-variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Operasional Variabel

Variabel X				
	Variabel	**Indikator**	**Alat Ukur**	**Item Pertanyaan**
1	**Efektivitas Pengadaan Kereta Api Khusus Wanita**	**1. Tujuan Pelayanan**	1. Orientasi 2. Sasaran 3. Target	3
		2. Biaya Pelayanan	1. Biaya Eksplisit 2. Biaya Implisit	2
		3. Waktu Pelayanan	1. Frekwensi Waktu kedatangan kereta 2. Tempat Pelayanan kereta	2
		4. Jumlah Personil Pelayanan	1. Jumlah Petugas Keamanan 2. Jumlah petugas Operasional	2

Sumber : (Effendy, 2003:43) Ilmu teori dan Filsafat Komunikasi

Variabel Y				
No	**Variabel**	**Indikator**	**Alat Ukur**	**Item Pertanyaan**
1	**Peningkatan Citra PT Kereta Indonesia (persero)**	**1. Peningkatan Persepsi Konsumen**	1. Pengamatan Konsumen terhadap perusahaan 2. Kesan Konsumen terhadap perusahaan	2
		2. Peningkatan Kognisi Konsumen	1. Ingatan Konsumen terhadap Perusahaan 2. Pengetahuan Konsumen terhadap Perusahaan 3. Keyakinan Konsumen Terhadap perusahaan	3
		3. Peningkatan Kebutuhan Konsumen	1. Keinginan Konsumen 2. Harapan Konsumen	2
		4. Peningkatan Sikap Konsumen	1. Kesadaran Konsumen 2. Prilaku Konsumen 3. Penerimaan Konsumen	3

Sumber: Soemirat dan Ardianto, 2005 : 111 Dasar-dasar Public Relations

1.8 Populasi dan Sampel

1.8.1 Populasi penelitian

Menurut Sugiyono mengartikan populasi adalah sebagai berikut :

> "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."(Sugiyono. 2008:80)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi utama adalah penumpang atau pengguna jasa kereta api yang berada di DAOP 1 Jakarta. Jumlah keseluruhan populasi yang ada di dalam penelitian ini sekitar 16.356.631 orang, terhitung dalam jumlah 1 tahun. (Badan Statistik Nasional, 2009)

Data tersebut diperoleh berdasarkan hasil penjualan tiket kereta api selama satu tahun sejabodetabek. Jumlah tersebut tidak di bedakan menurut jenis kelamin, dan juga umur, mengingat dalam proses pembentukan citra perusahaan, populasi yang di ambil harus secara menyeluruh tanpa memisahkan ataupun membedakan antara jenis kelamin ataupun berdasarkan umur masing-masing poulasi.

1.8.2 Sampel penelitian

Sampel menurut Ridwan yang dikutip oleh Sugiyono adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh polasi tersebut. Bila jumlah populasi besar, dan tidak mungkin dipelajari semuanya oleh peneliti (misal, populasi yang ada sangat banyak keterbatasan dana, tenaga dan waktu), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Hasil yang dipelajari dari sampel akan diambil kesimpulannya dan akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili keseluruhan populasi (Representatif). (Sugiyono.2008:81)

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Noprobability* Sampling dengan Pendekatan insidental. Menurut Sugiono dalam bukunya statistika untuk penelitian, teknik *Noprobability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Ketidak samaan tersebut dapat dilihat dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Sedangkan sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Yamane, sebagaimana dikutip oleh Rakhmat sebagai berikut:

Rumus : $n = \frac{N}{N.(d)^2 + 1}$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

d= Presisi atau tingkat kesalahan 10%

Jumlah Populasi yang akan Di teliti di Daerah Operasional (DAOP) I Jakarta adalah 16.356.631 orang pertahun dengan rincian sebagai Berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Pengguna Kereta Api di Jakarta
Tahun 2009

No	Bulan	Jumlah Penumpang Kereta Api
1	Januari	1.177.536
2	Februari	1.318.237
3	Maret	1.505.537
4	April	1.505.537
5	Mei	1.347.268
6	Juni	1.360.452
7	Juli	1.419.668
8	Agustus	1.433.113
9	September	1.352.067
10	Oktober	1.427.535
11	November	1.296.494
12	Desember	1.431.683
JUMLAH		16.356.631

Sumber: PT Kereta Api Indonesia Cabang Jakarta

Kemudian dari Jumlah diatas dijumlahkan dan di hitung dengan rumus maka sampel yang di dapat dari perhitungan tersebut sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{N.\,(d)^2+1}$$

$$n = \frac{16.356.631}{16.356.631.\,(0,1)^2+1}$$

$$n = \frac{16.356.631}{163.567,31}$$

n = 99,9993886309

n = 100

1.9 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menhubungkan atara satu variabel dengan variabel lainnya, sehingga dapat diketahui hubungan yang terjadi antara variabel-variabel tersebut. (Sumber: Burhan Bungin 2005 : 34-35)

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode survei. Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Effendy mengatakan bahwa, "Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok". (Singarimbun dan Effendy, 1989:3).

Teknik yang digunakan adalah teknik kolerasional. Menurut Husein Umar, "korelasional adalah teknik analis yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variable-variable yang berbeda dalam suatu populasi, perbedaan utama dengan metode ini adalah adanya usaha untuk menaksir hubungan dan bukan sekedar deskripsi". (Umar. 2002:45).

Metode survei dengan teknik kolerasional adalah metode yang tepat untuk menggambarkan peristiwa yang telah dan sedang terjadi. Sehingga dalam penelitian ini, penulis bermaksud melihat seberapa besar pengaruh Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita di Daerah Operasional (DAOP) I Jakarta Terhadap Peningkatan Citra Perusahaannya dimata Pengguna Kereta Api di Daop I Jakarta.

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunnder. Dimana data primer adalah data yang berkaitan dengan masalah penelitian, dan data ini diperoleh dengan melakukan wawancara kepada beberapa responden penting dalam penelitian.

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperlukan untuk menjelaskan tentang Efektivitas Pelayanan Kereta Api Khusus Wanita. Data yang di peroleh untuk masalah ini adalah dengan menggunakan angket yang disebarkan ke pengguna Kereta api Khusus Wanita.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket

   Menurut Sugiyono, angket merupakan teknik pengumpulan datayang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. (Sugiyono. 2008:142.)

   Dalam penelitian ini, penyebaran angket dilakukan untuk memperoleh data dan informasi tentang/ seputar populasi, dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah penumpang kereta api khusus wanita di Jabodetabek.

2. Wawancara

   Wawancara adalah percakapan antara peneliti/ periset dengan seseorang yang berharap mendapatkan informasi, dan informan dengan seseorang

yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. (Berger. 2000: 111)

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Pada penelitian ini objek yang diwawancarai oleh peneliti adalah humas PT. Kereta Api Indonesia (persero) khususnya di DAOP I sebagai nara sumber yang mengetahui tentang pengoprasian kereta api khusus wanita yang ada di Jakarta.

3. Studi literatur

   Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi melalui pembelajaran buku-buku terkait, membaca media-media cetak yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

4. Penelusuran data online

   Dalam teknik ini peneliti mencari data atau informasi tambahan yang bersangkutan dengan penelitian ini. Data yang ada diperoleh dari hasil penelusuran menggunakan internet (online), dan data yang diperoleh digunakan sedemikian rupa untuk kepentingan penelitian.

1.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasional. Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah data yang dicari terkumpul sepenuhnya.

Untuk itu penulis melakukan pengolahan data sebagai berikut :

1. Pengolahan data

   Pada tahap ini penulis mengolah data dengan memeriksa kembali data yang didapat baik dari segi kejelasan, kesempurnaan dan kelengkapan data

2. Klasifikasi data

   Data yang telah diolah pada tahap pertama kemudian data tersebut dipisahkan sesuai dengan jenisnya, baik data primer maupun data skunder.

3. Melakukan uji validitas dan uji realibilitas

   Penulis melakukan uji validitas dan realibilitas untuk mengetahui sejauh mana angket yang disebarkan itu layak untuk digunakan atau tidak. Pada tahap ini pengujian dilakukan dengan menggunakan software khusus yaitu SPSS12

4. Pengkodean data

   Pada tahap ini angket yang telah di isi diberikan kode dengan memberikan angka-angka khusus yang kemudian dimasukan kedalam *coding sheet* dan *coding book.*

5. Mentabulasikan data

   Disini penulis melakukan tabulasi data dimana data akan dimasukan kedalam tabel induk yang kemudian diatur kedalam tabel tunggal. Setelah itu data dianalisis menggunakan program SPSS12 dengan pengujian *rank sperman*. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh Efektivitas Pengadaan Kereta Khusus Wanita Terhadap

Peningkatan Citra PT. Kereta Api Indonesia (persero) Dimata Pengguna Khususnya Wanita di DAOP I Jakarta.

Dalam menganalisa peneliti menggunakan skala likert dengan perhitungan presentase. Untuk menguji hipotesis digunakan program SPSS 12 dan menganalisa pengaruh variabel X terhadap Y digunakan teknik analisa korelasi Rank Sperman untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara 2 variabel :

Rumus : $$Rs = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2-1)}$$

Dimana : $\sum di^2 = \sum [r(Xi) - r(Yi)]^2$

Keterangan :

Rs = Korelasi Rank Sperman

di = Selisih Antara 2 Ranking

n = Jumlah Sampel

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Kantor Humas Daerah Operasional (DAOP) I Jalan Ir. Juanda I B No. 8-1 Jakarta 10120

Website : *www.infoka.kereta-api.com*

Telp : (021) 3453535

Fax : (021) 34834084

SMS Center : 9599

1.12.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari September sampai dengan Februari 2011.

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

No	KEGIATAN	BULAN																							
		SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	**Pengajuan Rencana Judul**																								
	Pengajuan Proposal																								
	Persetujuan Proposal																								
2	**Penelitian dan pengumpulan Data**																								
	Pengambilan data diperusahaan																								
	Melakukan Wawancara																								
3	**Analisis Data yang Diperoleh**																								
	Pengolahan Data																								
	Seminar UP																								
4	**Penulisan Skripsi**																								
	Penulisan Bab I																								
	Penulisan Bab II																								
	Penulisan Bab III																								
	Penulisan Bab IV																								
	Bimbingan Skripsi																								
5	**Pelaksanaan sidang**																								

1.13 Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Adapun Pada bab ini terdapat latar belakang penelitian, identifikasi penelitian, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, oprasionalisasi variabel, teknik penulisan, analisis data, metode penelitian, populasi

dan sampel penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sistematika penulisan, rencana penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai tinjauan tentang keilmuan penulis yaitu ilmu komunikasi. Selain itu dalam bab ini dibahas juga mengenai bentuk-bentuk komunikasi, tujuan komunikasi, unsur-unsur komunikasi, tinjauan tentang komunikasi organisasi, dan tinjauan kehumasan.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian penulis adalah PT. Kereta Api Indonesia (persero) Kantor Pusat Bandung.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis melalui software komputer dengan menggunaka program SPSS.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran-saran.