BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya maka, peneliti dapat mengemukakan beberapa hal yang ditarik sebagai simpulan-simpulan dari uraian yang telah dijabarkan sebelumnya.

5.1 Simpulan

1. **Perubahan Identitas Perusahaan Melalui Perubahan Logo** merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi yang dilakukan *public relations* PT Kereta Api Indonesia dalam melakukan perubahan identitas perusahaannya dimata masyarakat. Proses pembentukan logo baru ini, dengan cara mengajak langsung masyarakat untuk berpartisipasi membuat logo baru PT Kereta Api Indonesia. Sosialisasinya pun dilakukan melalui beberapa media, baik itu media cetak, elektronik, dan internet. Dengan cara ini, memberikan sebuah kesan dimana PT Kereta Api Indonesia adalah milik masyarakat, sehingga pelayanan yang diberikan harus sangat maksimal kepada masyarakat. Logo yang terbaru mempunyai sebuah pesan di dalamnya yang intinya fokus kepada pelayanan kepada *stakeholders* atau pelanggan. Tanda panah di dalam logo juga mempunyai arti arah dan tujuan perusahaan yang merujuk kepada 5 budaya perusahaan yaitu : Integritas, Profesional, Keselamatan, Inovasi, dan Pelayanan Prima.

2. **Perubahan Identitas Perusahaan Melalui Perbaikan Fasilitas Pelayanan** juga merupakan bentuk strategi komunikasi *public relations* PT Kereta Api Indonesia dalam melakukan perubahan identitas perusahaan dimata masyarakat. Perbaikan pelayanan merujuk kepada apa yang saat ini dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan memperbaiki dari sisi fasilitas pelayanan ini dan melakukan sosialisasi kepada pengguna jasa kereta api tentang tatacara menggunakan fasilitas pelayanan, merupakan bentuk dari strategi komunikasi PT Kereta Api Indonesia, yang memberikan pelayanan kepada masyarakat agar semakin maksimal guna membentuk sebuah identitas baru dimata masyarakat pada saat ini.

3. **Perubahan Identitas Perusahaan Melalui Sosialisasi Tarif Baru (*ticketing*)** adalah salah satu juga dari bentuk strategi komnikasi yang dilakukan *public relations* PT Kereta Api Indonesia. Perubahan tarif pada dasarnya membuat kaget para penumpang kereta api, tapi seiring berjalannya waktu dan dengan segala perbaikan fasilitas yang diberikan pada saat ini, masyarakat sudah mulai bisa menerimanya. Guna perbaiki berbagai failitas dan beberapa penambahan fasilitas demi kenyamanan para penumpang, itu lah yang menjadi alasan kenaikan tarif baru. Cara memperoleh tiket kereta, pada saat ini sudah cukup mudah, seperti; di Indomaret, Alfamaret, Web Kereta Api Indonesia, ataupun berbagai gerai penjualan tiket kereta. Dengan demikian memberikan kemudahan bagi para penumpang dalam memperoleh tiket. Teknik komunikasi yang dilakukan dalam mensosialisasikannya pun dilakukan dengan berbagai

cara, seperti, lewat media cetak, web kereta api, dan brosur yang disebarkan melalui *event-event* besar. Dengan kenaikan tarif sekaligus memperbaiki fasilitas dan menambah fasilitas lebih maksimal dan cara mendapatkan tiketpun semakin mudah, maka mendapatkan sebuah identitas baru saat ini dimasyarakat.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama di kalangan masyarakat dan peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah :

5.2.1 Saran Untuk Masyarakat

Segala bentukperubahan yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) pada dasarnya adalah untuk meningkatkan kenyamanan para pelanggannya itu sendiri. Perubahan diberbagai sektor juga telah dikaji dari seperti apa kebutuhan yang diinginkan masyarakat pada saat ini. Sehingga masyarakat akan merasa semakin puas dalam memakai jasa kereta api, dan memberikan sebuah timbal balik kepada PT Kereta Api Indonesia yaitu bentuk identitas baru. Sebuah perubahan pasti ada sebuah proses didalamnya, oleh karena itu disini peran kita sebagai masyarakat untuk ikut mendukung dan bekerja sama dalam segala bentuk perubahan yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia, juga menjaga segala bentuk perubahan yang telah dilakukan pada saat ini. Segala bentuk kekurangan

dari perubahan itu, marilah kita sampaikan dengan cara yang baik sebagai sebuah kritik yang membangun untuk kemajuan PT Kereta Api Indonesia.

5.2.2 Saran Untuk PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Perubahan –perubahan yang telah dilakukan pada saat ini sudah berjalan dengan baik, segala bentuk kinerja yang dahulu kurang maksimal, pada saat ini sudah bisa dimaksimalkan. Ini merupakan bukti bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) benar-benar ingin merubah identitas dirinya dimata masyarakat. Walaupun saat ini masyarakat sudah cukup positif dalam menanggapi dampak perubahan tersebut, tapi tidak bisa dipungkiri untuk mencapai pada titik tertinggi pada bidang transportasi ini, masih banyak sektor yang saat ini masih perlu dikaji dan perlu dioptimalkan kembali. Semua itu bisa dijadikan sebagai motivasi untuk lebih meningkatkan kinerja dari sisi apapun, agar kualitas yang diberikan kepada masyarakat sebagai *stakeholders*, juga untuk mencapai dari visi dan misi perusahaan itu bisa terpenuhi dengan pelayanan yang terjamin, dan pada akhirnya membentuk sebuah identitas baru yang bagus dimata masyarakat.

5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian mengenai Strategi Komunikasi *Public Relations* Dalam Melakukan Perubahan Identitas Perusahaan disarankan agar lebih spesifik dan mendalam, tidak hanya dari sisi perubahan logo, perbaikan fasilitas pelayanan, ataupun sosialisasi tarif baru, tapi lebih

memperdalam pembahasan maupun memperluas dalam mencari data informasi yang terkait.

2. Untuk memperjelas data yang diperoleh, disarankan untuk lebih membaca referensi-referensi dari berbagai literatur baik buku dalam negeri maupun luar negeri sebagai tambahan yang lebih luas dan mendalam.