DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....9

1.2.1 Pertanyaan Makro 9

1.2.2 Pertanyaan Mikro.....9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....10

1.3.1 Maksud Penelitian.....10

1.3.2 Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis.....11

1.4.2 Kegunaan Praktis 12

1.4.2.1 Kegunaan untuk Peneliti.....12

1.4.2.2 Kegunaan untuk Universitas.....12

1.4.2.3 Kegunaan untuk Perusahaan.....12

1.4.2.4 Kegunaan untuk Masyarakat 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....14

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....14

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....20

2.1.2.1 Definisi Komunikasi.....20

2.1.2.2 Proses Komunikasi 21

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi.....23

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....24

2.1.2.5 Bentuk Komunikasi 25

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....26

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi.....29

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi 32

2.1.3.3 Arus komunikasi Organisasi.....33

2.1.4 Tinjauan Tentang Organisasi Sebagai Lembaga.....34

2.1.5 Tinjauan Tentang *Public Relations*.....36

2.1.5.1 Pengertian *Public Relations*.....36

2.1.5.2 Ciri-Ciri *Public Relations*.....37

2.1.5.3 Tujuan *Public Relations* 37

2.1.5.4 Proses *Public Relations* 38

2.1.6 Tinjauan Tentang Peranan 40
2.1.7 Tinjauan Tentang *Customer service* 42
2.1.7.1 Faktor-Faktor *Customer Service*.....45
2.1.7.2 Prinsip-Prinsip *Customer Service*.....46
2.1.7.3 Desain *Customer Service*.....48
2.1.8 Tinjauan Tentang Pelayanan.....49
2.1.8.1 Pengertian Pelayanan.....49
2.1.8.2 Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....50
2.1.8.3 Larangan dalam Etiket Pelayanan.....51
2.1.8.4 Fungsi komunikasi dalam pelayanan 51
2.2 Kerangka Pemikiran.....52

BAB III METODE PENELITIAN 62

3.1 Desain Penelitian 62
3.2 Informan Penelitian.....64
3.2.1 Informan Kunci.....65
3.2.2 Informan Pendukung.....67
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....69
3.3.1 Studi Pustaka 69
3.3.2 Studi Lapangan.....70
3.4 Uji Keabsahan Data.....71
3.5 Teknik Analisa Data.....73
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 76
3.6.1 Lokasi penelitian.....76

3.6.2 Waktu Penelitian.....77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....78

4.1 Hasil Penelitian.....78

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....80

4.1.1.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....80

4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)..... 88

4.1.1.3 Logo dan Arti Lambang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)...88

4.1.1.4 Sejarah Unit Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 2 Bandung.....92

4.1.1.5 Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) 93

4.1.1.6 Struktur Organisasi Divisi Pelayanan PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasional 2 Bandung.....94

4.1.1.7 *Job Description* Struktur Organisasi Divisi Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 2 Bandung.....97

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan.....102

4.1.2.1 Informan Kunci.....103

4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....110

4.1.3.1 Hak *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi.....111

4.1.3.2 Kewajiban *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi.....118

4.1.3.3 Sikap *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi. 129
4.1.3.4 Penampilan *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi.....137
4.1.3.5 Peranan *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung dalam pemberian Informasi 144
4.2 Pembahasan.....145
4.2.1 Hak *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi. 147
4.2.2 Kewajiban *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi. 148
4.2.3 Sikap *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi. 150
4.2.4 Penampilan *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memberikan Pelayanan Informasi. 152
4.2.5 Peranan *Customer Service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung dalam pemberian Informasi.....153

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 156

5.1 Kesimpulan 158
5.2 Saran.....160
5.2.1 Saran bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung.....160
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 160

DAFTAR PUSTAKA.....161

LAMPIRAN.....163

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 200