

Volume XII

Nomor 3

Desember 2014

ISSN: 1978-6972

IKON

JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

Ana Kuswanti & Sri Eko

Peranan Customer Service dalam Penyelenggaraan Event di Centro Lifestyle Departemen Store

1

Dr. Iona V.Oisina Situmeang, MSI

Opini Pengguna Bus Transjakarta mengenai Pelayanan Petugas Pada Koridor IX Pluit- Pinang Ranti

13

Wijayanti

Analisis Semeotika Slogan “ Jujur Merakyat dan Sederhana” dalam Iklan Politik Jokowi- Jusuf Kala pada Pemilihan Presiden 2014

24

Lasmery RM Girsang

Gender Dalam Konteks Peran Perempuan Dalam Kancah Politik

34

Langlang mandala, Djuara P. Lubis, Hadiyanto, Yogaprasta

Pola Dan Kepuasan menonton televisi kKomunitas (Kasus Khalayak Grabag Tv Didesa Grabag Magelang)

39

Ispawati Asri & Retno Sri Hartanti Mulyandari

Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan (Sebuah Pendekatan Baru pemetaan komunikasi kebijakan)

56

Herman bahdin

Asal dan Tujuan makna bagi Kehidupan Manusia (studi eksploratif Peran manusia)

91

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Volume XII,
Nomor 3
Desember 2014
ISSN : 1978 – 6972

IKON

JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

IKON
Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Penanggung Jawab:
Prof. Dr. Soleh Soemirat, M.S.

Wakil Penanggung Jawab:
Dr. Muharto Toha, Drs., M.Si.

Mitra Bestari:
Dr. Eko Susanto, M.Si. (UNTAR)
Prof. Dr. Budiayatna, M.A. (UI)
Dr. Endah Murwanti, M.Si. (UPN)
Dr. Hadiono, M.Si. (Univ. Budi Luhur)

Ketua Redaksi
Dr Syarifuddin S Gassing, MSi

Dewan Redaksi
Dr Sumardi Dahlan
Dr Sri Desti Purwatiningsih, MSi
Dr Ilona VO Situmeang, MSi

Kesekretariatan
Nana Trisnawati, SE, MM
Miftahul Hilmi

Seting/Lay Out:
Dicky Mulyadi

Alamat Redaksi:
Kampus Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat
Telp. (021) 3904858 Ekst. 1206, 1221, 1700
Fax. (021) 3150748

e-mail: fikom_upiyai@yahoo.co.id

Jurnal IKON, diterbitkan tiga kali dalam setahun.

Naskah untuk dimuat harus diketik sesuai dengan petunjuk penulisan yang ada pada jurnal ini dan dapat dikirim dalam bentuk elektronik melalui e-mail: fikom_upiyai@yahoo.co.id

Ana Kuswanti & Sri Eko Peran Customer Service dalam Penyelenggaraan Event di Centro Lifestyle Departemen Store	1
Dr. Illona V. Oisina Situmeang, MSi Opini Pengguna Bus TransJakarta Mengenai Pelayanan Petugas Pada Koridor IX Pluit – Pinang Ranti	13
Wijayanti Analisis Semiotik Slogan “Jujur, Rakyat dan Sederhana” dalam Iklan Politik Jokowi - Jusuf Kala Pada Pemilihan Presiden 2014	24
Lasmery Girsang Gender dalam Konteks Peran Perempuan dalam Kancah Politik	34
Langlang Mandala, Juara P. Lubis, Hadiyanto, Yogaprasta Pola dan Kepuasan Menonton Televisi Komunitas (Kasus Khalayak Grabag TV di Desa Grabag Magelang)	39
Ispawati Asri & Retno Sri Hartati Mulyandari Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan (Sebuah pendekatan baru pemetaan Komunikasi Kebijakan)	56
Herman Bahdin Asal dan Tujuan Makna Bagi Kehidupan Manusia (Studi eksploratif Peran Manusia)	91

Opini Pengguna Bus TransJakarta Mengenai Pelayanan Petugas Pada Koridor IX Pluit – Pinang Ranti

Dr. Ilona V. Oisina Situmeang, MSi

Dosen Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi UPI YAI Jakarta

ilonaoisina@yahoo.com

ABSTRACT

Development of the mass transportation infrastructure in Jakarta is highly expected by the whole society in Jakarta, where the presence of a clean and safe transportation is a dream for every Jakarta's citizen. The construction of Corridor 1 of Transjakarta began in 2004, it was designed to meet the society's need of clean and comfort transportation mode. In this study, the authors wanted to see the Trans Jakarta Bus user opinions about the services of Corridor IX Pinang Ranti officers. The average ticket sales per day were 850 tickets and it became the population in this study, and as many as 89 people were selected as sample. Sampling technique was using Accidental Sampling method.

There are service quality dimensions measurement in the opinion variable; Reliability achieved a total number of 2350, Responsiveness: 1691, Assurance: 2225, Empathy: 1335, and Tangibles was at 1780. Judging from the numbers, the results were fairly good (73-108). These results indicate that the user opinion about the services provided by the officers at Transjakarta bus Corridor IX route Pluit - Pinang Ranti was in a fairly good category.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menciptakan angkutan massal yang nyaman dan aman di DKI Jakarta merupakan suatu keharusan. Dimana pada pemerintahan Gubernur DKI Jakarta di pimpin oleh Sutiyoso, memastikan harus segera dilakukan reformasi pada angkutan umum di DKI Jakarta. Langkah awal yang dilakukan dengan diresmikannya peluncuran Bus Transjakarta pada tanggal 15 Januari 2004, dengan rute Blok M – Kota, 15 Januari 2004. Hingga sekarang Bus Transjakarta sudah memiliki XI koreder dengan rute yang menyebar diseluruh wilayah DKI Jakarta. Dengan maksud agar memudahkan penumpang untuk sampai ke tujuannya masing-masing.

Setelah Koridor I Blok M – Kota yang diresmikan tanggal 1 Februari 2004 mulai mengalami perkembangan yang cukup menggembirakan terlihat dari jumlah penumpang yang terus meningkat, maka dibangunlah koridor II diresmikan pada tanggal 15 Januari 2006 mulai beroperasi

dengan rute Pulo Gadung – Harmoni. Untuk koridor III diresmikan sama dengan koridor II dengan rute Kalideres – Pasar Baru. Untuk koridor IV, V, VI, VII, VIII diresmikan pada tanggal 27 Januari 2007 dengan rute Pulo Gadung – Dukuh Atas. Koridor V dengan rute Ancol – Kampung Melayu. Untuk koridor VI dengan rute Dukuh Atas – Ragunan. Untuk koridor VII dengan rute Kampung Melayu – Kampung Rambutan. Untuk koridor VIII diresmikan pada tanggal 21 Februari 2009 dengan rute Lebak Bulus – Harmoni. Untuk koridor IX, X beroperasi pada tanggal 31 Desember 2010 dengan rute Pluit – Pinang Ranti. Untuk koridor X dengan rute Tanjung Priok – Cililitan. Koridor XI diresmikan pada tanggal 28 Desember 2011 untuk rute Kampung Melayu – Walikota Jakarta Timur.

Rute yang dijangkau oleh Bus Transjakarta semakin menyeluruh, pemerintah terus mengembangkan dengan berbagai rute bertujuan untuk memenuhi permin

taan masyarakat yang mulai memberikan dukungan untuk terus membangun koridor-koridor lainnya yang dapat menjangkau seluruh wilayah. Untuk mewujudkan reformasi pada angkutan umum ini dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk mendapatkan dukungan tersebut pemerintah harus menciptakan pelayanan yang prima bagi penumpang Bus Transjakarta. Di era persaingan sekarang ini, siapa pun yang terlibat dalam dunia bisnis, sudah pasti mempunyai tanggung jawab dalam memberikan pelayanan yang prima bagi para penumpang.

Menurut Handi Irawan D. (2002) mengemukakan bahwa: "Tidak ada strategi yang ajaib dalam memberikan pelayanan atau kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan hanya terwujud berkat komitmen, per sistensi, determinasi dari top manajemen dan seluruh jajaran staf manajemen. Kepuasan pelanggan tercipta mulai dari hal-hal yang detail, hal-hal yang rutin dan dimulai jauh sebelum produk atau jasa diproduksi. Mengapa? Karena kepuasan pelanggan harus dimulai dari hati, yaitu kesadaran dan kecintaan terhadap pelanggan"

Diharapkan transportasi Bus Transjakarta Busway harus bisa mengetahui apa yang menjadi kebutuhan masyarakat ibu kota selaku pengguna jasa transportasi. Perusahaan harus selalu memperhatikan keinginan masyarakat selain itu juga harus memperhatikan opini masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga melalui opini tersebut pelayanan prima yang ingin diberikan kepada pelanggan dapat diberikan secara maksimal. Melalui opini masyarakat dapat membantu dalam memperbaiki kinerja Bus Transjakarta. Sebagai sebuah organisasi yang dibentuk oleh pemerintah DKI Jakarta untuk mengelola layanan transportasi Bus Transjakarta diharapkan mampu menjadi angkutan umum yang nyaman bagi para penggunanya.

Melalui opini masyarakat dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan yang diberikan kepada pemberi

jasa dapat membantu untuk menciptakan keinginan pelanggan yang terpuaskan. Menurut Moore (1998): "Hubungan konsumen yang baik sangat bergantung pada nilai produksi dan jasa yang diberikan oleh seorang produsen kepada konsumennya".

Sebagai badan pengelola transportasi angkutan massal bagi masyarakat DKI Jakarta, bus Transjakarta sudah tergolong sebagai transportasi yang banyak dipergunakan oleh masyarakat DKI Jakarta. Ini terlihat dari tugas ticketing menerapkan sistem "we serve to you" memiliki arti "selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu yang tinggi serta harga yang kompetitif dan terjangkau oleh masyarakat kelas bawah sekalipun." Petugas ticketing rutin dilakukan meeting untuk selalu mendapatkan masukan agar memberikan pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang serba maksimal. Melalui pelayanan yang maksimal akan memberikan kepuasan bagi penggunaan dan menciptakan opini masyarakat yang positif terhadap transportasi Bus Transjakarta.

Opini dari masyarakat merupakan hal yang sangat penting dipertimbangkan bahwa diterima atau tidaknya suatu perusahaan di mata masyarakat. Masyarakat akan memberikan opini yang positif terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan layanan jasa yang baik dan memuaskan, namun sebaliknya jika pengguna mengalami tidak nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh bagian Ticketing pada saat penggunaan membeli tiket maupun pada saat bertanya, maka opini yang akan keluar adalah hal-hal yang negatif dan akan mempengaruhi citra perusahaan dimata masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap opini masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan petugas Bus Transjakarta yang diberikan kepada para pengguna jasa. Petugas yang diharapkan adalah petugas yang ramah serta sopan dalam melayani pelanggan dan aktif untuk melakukan komunikasi dua arah antara petugas dengan pengguna

demikian terciptanya pelayanan prima, yang diperoleh dari opini masyarakat terhadap pelayanan dari petugas sehingga Bus Transjakarta menjadi salah satu transportasi yang nyaman bagi para penggunanya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana opini pengguna Bus Transjakarta mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh Petugas Bus Transjakarta pada koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti?”.

Tujuan penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui opini pengguna Bus Transjakarta mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh Petugas Bus Transjakarta pada koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti.”

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Antarpribadi

Menurut (DeVito) Komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seorang dan diterima oleh orang yang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung (Liliweri, 1991). Menurut DeVito (Liliweri, 1991) menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi sebagai komunikasi yang berlangsung di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas. Kebanyakan komunikasi interpersonal berbentuk verbal disertai ungkapan-ungkapan nonverbal dan dilakukan secara lisan.

Rakhmat (2000) berpendapat bahwa faktor komunikasi antarpribadi ada empat yaitu :

- a. Persepsi antarpribadi. Menurut Rakhmat (2000) persepsi adalah pengalaman tentang peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan untuk membedakan bahwa individu bukan benda sebagai objek persepsi, maka para ahli

menggunakan istilah persepsi objek dengan persepsi antarpribadi.

- b. Konsep diri menurut Brooks (Rakhmat, 2000), konsep diri adalah pandangan dan perasaan individu tentang diri sendiri.
- c. Atraksi antarpribadi. Atraksi berasal dari bahasa latin *altrahere*. Ad; menuju, *tharahere*; menarik, sedangkan menurut Barlund (Rakhmat, 2000), atraksi antarpribadi adalah dengan mengetahui siapa tertarik kepada siapa atau siapa menghindari siapa, individu dapat meramalkan arus komunikasi antarpribadi yang akan terjadi.
- d. Hubungan Antarpribadi. Miller (Rakhmat, 2000), berpendapat bahwa dalam komunikasi antarpribadi menuntut pemahaman hubungan *simbiotis* antara komunikasi dengan perkembangan *relasional*, komunikasi mempengaruhi perkembangan relasional mempengaruhi sifat komunikasi antar pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut.

Pelanggan atau Pengguna Jasa

Menurut Irawan (2002) adalah, “orang yang paling penting dalam perusahaan ini. Pelanggan tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya”.

Pengertian kepuasan menurut Richard Oliver sebagaimana dikutip Irawan (2002) bahwa: “Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”. Irawan (2002). menyatakan bahwa: “Kepuasan hanya terwujud berkat komitmen, persistensi, determinasi dari top manajemen dan seluruh jajaran staf perusahaan. Kepuasan tercipta mulai dari hal-hal yang detil, hal-hal yang rutin dan dimulai jauh sebelum produk atau jasa diproduksi. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsu

men atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan”.

Pelayanan

Menurut Kasmir (2008), “pelayanan diartikan sebagai tindakan atas perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan”. Menurut Philip Kotler (2003) mendefinisikan pelayanan adalah, “cara melayani *service* jasa. Kemudahan yang diberikan berhubungan dengan jual beli jasa. Pelayanan juga bisa diartikan sebagai perhatian, perorangan, pengiriman, jaminan uang kembali, pelayanan prna jual (*after sales service*) dan lain sebagainya.” Lebih lanjut Kasmir (2008) mengemukakan bahwa terdapat dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang petugas pelayanan atau biasanya *Customer Service* dalam menangani pelanggannya. Dasar-dasar pelayanan tersebut antara lain :

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama pelanggan atau nasabah jika kenal
- d. Tenang, sopan, dan hormat serta tekun mendengarkan pembicaraan
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- f. Bergairah dalam melayani pelanggan dan menunjukkan kemampuan
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- h. Mampu menyakinkan pelanggan serta memberi kepuasan
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
- j. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

Sementara Gaspersz (1997) mengemukakan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam hal pelayanan, yaitu :

- a. Ketetapan waktu pelayanan berkaitan erat dengan waktu tunggu dan waktu proses.
- b. Tanggung jawab yang berkaitan erat dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
- c. Akurasi pelayanan yang berkaitan dengan rehabilitasi pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan.
- d. Kelengkapan menyangkut lingkungan pelayanan dengan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komple menter lainnya.
- e. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan utama bagi yang berinteraksi langsung dengan pelanggan.
- f. Variasai model pelayanan berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
- g. Atribut pendukung pelayanan seperti kebersihan, ruangan ber AC, fasilitas musik, lobi, dan lain-lain.
- h. Pelayanan pribadi berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan, permintaan khusus, dan lain-lain.
- i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan berkaitan dengan lokasi ruangan tempat pelayanan, dan kemudahan menjangkau dan kesediaan informasi.
- j. Kemudahan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani untuk memproses data dan alat pendukung lainnya.

Menurut Ruslan (2002) tujuan pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan adalah :

- a. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya.
- b. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan di pentingkan dalam segala kebutuhan dan keinginannya.
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Menurut Rangkuti (2003) mengemukakan bahwa ada lima dimensi yang berperan penting dalam menentukan kualitas pelayanan jasa dalam perusahaan, yakni sebagai berikut :

- a. Responsiveness (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
- b. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Emphaty (perhatian), yaitu rasa peduli untuk memperhatikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemauan untuk dihubungi.
- d. Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
- e. Tangibles (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

Opini

Menurut Websters New Collegiate Dictionary yang dikutip Moore (2004) opini adalah: Suatu pandangan, keputusan atau taksiran yang terbentuk di dalam pikiran mengenai suatu persoalan tertentu. Suatu opini adalah lebih kuat dari pada sebuah kesan yang lebih lemah dari pada pengetahuan yang positif. Opini berarti suatu kesimpulan yang ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk bisa diperdebatkan. Suatu opini yang kira-kira sudah menetap adalah sentiment dan jika dipegang secara teguh, kurang lebih adalah suatu keyakinan. Sedangkan suatu pandangan adalah suatu opini yang agak diwarnai oleh kecenderungan.

Sebagai bahan pembentukan opini, pendirian mengenai tiga komponen pembentuk yang dikenal sebagai A-B-Cs Attitude yang dikemukakan oleh D.W. Reckick sebagaimana dikutip Kasali (2003),

bahwa komponen A-B-C tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut yaitu:

Komponen A : Affect atau perasaan (emosi). Bahasa memberi label perasaan pada unsure-unsur affect seperti kata suka, tidak syka, saying, benci, bosan dan sebagainya. Komponen afektif ini merupakan elemen evaluasi dalam unsure pendirian berdasarkan perasaan seseorang untuk menilai sesuatu baik atau buruk.

Komponen B : Behavior atau perilaku. Komponen ini merupakan penggerak aktif (inventional element) dalam pendirian seseorang. Contoh tindakan yang mungkin dilakukan adalah memukul, mengambil, memilih, membeli dan lain-lain.

Komponen C : Cognition atau pengertian. Kata Cognition mencakup dua variasi yang sangat luas, tetapi difinisikan sebagai segala informasi, fakta, pengertian yang relevan terhadap suatu obyek pendirian. Jadi cognition menjelaskan kita tentang fungsi, implikasi, dan konsekuensi atas obyek pendirian. Misalnya karena api akan panas, dipukul akan terasa sakit, dan sebagainya. Secara umum, cognition adalah suatu kepercayaan yang dipegang oleh seseorang terhadap suatu obyek pendirian.

Proses pembentukan opini individu menjadi suatu consensus atau kesepakatan yang menghasilkan opini public tidak terjadi begitu saja, melainkan melewati beberapa tahapan. Kasali (2003) menyebutkan tahapan-tahapan dalam pembentukan consensus yaitu waktu, cakupan, pengalaman masa lalu, media massa, dan tokoh, sebagai berikut :

- a. *Waktu*. Konsensus atas masing-masing individu tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan memerlukan beberapa waktu. Berapa lama waktu yang dibutuhkan sangat tergantung pada unsur emosi anggota segmen masyarakat, kesamaan persepsi, kepercayaan atas issue yang dibicarakan, pengalaman yang sama, tekanan-

- tekanan dari luar, dan tindakan-tindakan yang dilakukan sumber berita.
- b. *Cakupan (luasan public)*. Konsensus atas masing-masing individu terhadap suatu opjini tertentu biasanya dimulai dari suatu kelompok segmen yang paling kecil, kemudian berkembang menjadi kelompok yang lebih luas.
 - c. *Pengalaman Masa Lalu*. Audience atau khalayak, umumnya pernah mengalami suatu pengalaman tertentu atas obyek yang dibicarakan. Makin intensif hubungan antara obyek tersebut dengan audience, maka akan semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh audience.
 - d. Pengalaman masa lalu ini biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita di Koran, kejadian yang melanda obyek, sampai kepada penggantian manajemen dan teguran pemerintah.
 - e. *Media Massa*. Konsensus biasanya akan berkembang lebih pesat lagi apabila suatu kejadian diekspos media massa. Bahkan, media massa sering disebut sebagai alat pembentuk opini.
 - f. *Tokoh (actor pelaku)*. Hampir pada setiap kasus tampil seorang tokoh, consensus yang muncul biasanya amat tergantung pada tokoh yang menangani kasus tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan sifat penelitian deskriptif dan dengan metode survey.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan semua hal (orang, perusahaan dan sebagainya) yang dipertimbangkan dengan baik. Karakteristik penting dari populasi adalah berisi semua elemen yang menarik perhatian. Populasi dapat dibatasi atau tidak dalam hal ukuran (Ashenfelter *et al.*,

2003). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 850 responden yang diambil dari rata-rata per hari dari jumlah tiket yang terjual di Halte Pluit di koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti. Dimana pemilihan rute pada koridor IX Pluit – Pinang Ranti adalah dikarenakan rute tersebut merupakan rute yang paling panjang dibandingkan dengan koridornya yaitu sepanjang: 28,8 KM dan menyinggahin sebanyak 26 halte sepanjang perjalanan dari Halte Pluit menuju Pinang Ranti.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis. Pemilihan sampel ini merupakan hal yang sangat penting. Berbagai metode pengambilan sampel tersedia namun hal kunci yang harus diingat bahwa sampel sebuah populasi dapat menggambarkan populasi (Ashenfelter *et al.*, 2003).

Besarnya jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Sevilla *et al.*, 1993), yaitu:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi (tingkat kesalahan)

1 = Angka konstan

Jadi dengan populasi sebesar 850 orang pelanggan dan presisi 10 % maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{850}{850 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{850}{\dots}$$

$$8,5 + 1$$

$$= 89,47 = 89 \text{ responden}$$

Jadi sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 89 orang pelanggan atau pengguna Transjakarta Busway koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti. Penarikan sampel dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau *accidental sampling* digunakan oleh peneliti dikarenakan peneliti, memang dengan sengaja memilih sampel kepada siapa pun yang ditemuinya atau *by accident* pada saat tempat, waktu, dan cara yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik memilih dengan *accidental* ini keuntungan yang paling tampak adalah mudah dilakukan dan mudah memperoleh informasi yang diinginkan.

Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya “tanpa data tidak akan ada penelitian.” Data yang digunakan dalam suatu penelitian merupakan data yang harus benar, kalau diperoleh dengan tidak benar, maka menghasilkan informasi yang salah. Menurut cara perolehannya data dapat dikelompokkan menjadi dua (Ruslan 2008), yaitu data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (*tersedia*) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi.

Menurut Kriyantono (2007), jenis data meliputi:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan, di mana sumber data dapat melalui responden atau subyek penelitian, hasil pengisian kuisioner, wawancara maupun observasi.

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.

Operasionalisasi Variabel

Konsep : Opini pengguna jasa Bus Transjakarta Busway Koridor XI rute Pluit – Pinang Ranti.

Atribut: Baik
Cukup Baik
Tidak Baik

Dimensi dan Indikator:

- **Kehandalan:**
Kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan
Kemampuan petugas dalam menyapa
Pengetahuan petugas yang luas tentang perusahaan
Kemampuan petugas dalam berkomunikasi yang baik
- **Daya Tanggap:**
Kecepatan dalam memberikan respon
Ketepatan dalam memberikan respon
Ketanggapan dalam memberikan respon
- **Kepastian/Jaminan:**
Pengetahuan dalam menyampaikan informasi
Keramahtamahan dalam menjawab keluhan
Perhatian dalam memberi pelayanan
Kesopanan dalam melayani
- **Perhatian:**
Pemahaman
Perhatian kepada pelanggan
Menangani keluhan pelanggan
- **Fasilitas Fisik:**
Kebersihan ruangan petugas
Kerapihan ruang kerja
Kenyamanan ruang tunggu di halte
Kebersihan ruang tunggu di halte.

Teknik Analisis Data

Di dalam menganalisis data kuantitatif ini terdapat suatu proses dengan beberapa tahap yang sebaiknya dilakukan oleh peneliti. Penulis gunakan antara lain untuk memperoleh data. Setelah data terkumpul dari penyebaran kuesioner, kemudian disusun menggunakan tabel frekuensi yang berbentuk tabel tunggal. Data dari hasil penelitian dalam tabel tunggal disajikan ke dalam tiga kategori yang ditentukan sebagai berikut:

1. Menentukan total skor tertinggi dan total skor terendah yang mungkin diperoleh oleh responden dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam satu kuesioner dan membagi jawaban melalui pengklasifikasian jawaban yang diperoleh dari hasil polling dengan ukuran-ukuran baik, kurang baik, dan tidak baik.
2. Menentukan interval kategori dengan menggunakan perhitungan sebagaimana yang dikemukakan oleh Rachmat Kriyantono (2009) sebagai berikut:

(Skor tertinggi - Skor terendah) IK

Jumlah kategori

=

3. Menentukan kelas interval secara abstrak dengan mengumpulkannya melalui observasi pertanyaan dari tiga kategori tersebut diatas.

Dengan demikian, analisa-analisa yang ditampilkan dalam tabel tunggal tersebut diharapkan dapat menemukan suatu jawaban mengenai permasalahan yang diteliti sehingga kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan. Permasalahan tersebut adalah "Bagaimana opini pengguna Bus Transjakarta mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh Petugas Ticketing Bus Transjakarta pada koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti.?".

PEMBAHASAN

Hasil Analisis Opini Pengguna Jasa (Pelanggan) Terhadap Pelayanan Petug

as Ticketing Bus Transjakarta Koridor IX Rute Pluit – Pinang Ranti.

Dalam penelitian ini menggunakan skor untuk jawaban tertinggi yaitu sangat setuju sekali diberi skor 4, setuju diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2 dan sangat tidak setuju diberi skor 1

$$1 \text{ (Skor Untuk Jawaban Terendah)} \times 36 \text{ (Jumlah Pertanyaan)} = 36$$

$$4 \text{ (Skor Tertinggi)} \times 36 \text{ (Jumlah Pertanyaan)} = 144$$

$$\frac{144 - 36}{3} = 36$$

Keterangan:

- | | |
|----------------|-----------|
| 1. Tidak baik: | 36 - 72 |
| 2. Cukup baik: | 73 - 108 |
| 3. Baik: | 109 - 145 |

Sehingga diperoleh:

1. Baik, jika responden ataupun pelanggan Bus Transjakarta Koridor IX Pluit – Pinang Ranti mendapatkan nilai 109 - 145
2. Cukup Baik, jika responden ataupun pelanggan Bus Transjakarta Koridor IX Pluit – Pinang Ranti mendapatkan skor atau nilai 73 - 108
3. Tidak Baik, jika responden atau pelanggan Bus Transjakarta Koridor IX Pluit – Pinang Ranti mendapatkan nilai 36 - 72

Hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dibagi-bagikan kepada sampel penelitian secara keseluruhan sebanyak 89 orang penumpang di dapatkan hasil seperti pada tabel di bawah ini:

Opini Pelanggan Terhadap Pelayanan Petugas Bus Transjakarta

Dimensi :

- Kehandalan, total keseluruhan dari dimensi ini diperoleh sebesar: 2350
- Daya tanggap, total keseluruhan dari dimensi ini diperoleh sebesar: 1691

- Kepastian, total keseluruhan dari dimensi ini diperoleh sebesar: 2225
- Perhatian, total keseluruhan dari dimensi ini diperoleh sebesar: 1335
- Fasilitas fisik, total keseluruhan dari dimensi ini diperoleh sebesar: 1780

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari masing-masing dimensi maka total keseluruhan adalah: $9381 : 89 = 105,4$. Dilihat dari hasil yang didapat termasuk dalam kategori **cukup baik** (73 – 108). Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa opini pengguna Bus Transjakarta mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh Petugas Bus Transjakarta pada koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti dalam kategori cukup baik. Artinya bahwa pengguna Bus Transjakarta koridor IX rute Pluit – Pinang Ranti dalam kategori cukup baik menunjukkan bahwa petugas sudah menjalankan tugasnya dengan baik, namun kekurangan pasti tetap ada, sehingga diharapkan dengan kekurangan tersebut semakin hari semakin memperhatikan pelayanan yang diberikan dan harus semakin baik.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan penumpang yang bernama Zubaidah mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan petugas Bus Transjakarta selama ini semakin meningkat, terlihat dengan jumlah petugas yang semakin banyak yang bertugas pada koridor ini. Namun yang saya perhatikan tidak terlihat adanya peningkatan yang berarti pada petugas yang memperhatikan pertanyaan dan keluhan pelanggan, masih belum teratasi dengan baik. Dan harapan saya petugas yang bertugas diharapkan dapat memberikan perhatian yang positif terhadap setiap keluhan dan permasalahan pelanggan.”

Hal yang sama yang juga diungkapkan oleh Bapak H. Nuryadi, namun peneliti

sengaja melakukan wawancara di hari yang sama dengan penyebaran kuesioner sehingga pertanyaan yang diajukan secara spontan tanpa melihat terlebih dahulu hasil dari kuesioner, sehingga mendapatkan jawaban yang bervariasi dari para sampel, Bapak Nuryadi mengatakan bahwa:

“Saya melihat banyak perubahan yang kearah positif semakin hari di koridor ini, namun yang sering terjadi adalah petugas yang kurang mampu memperhatikan keluhan dan permasalahan dari pelanggan. Saya juga tidak tau pasti penyebabnya kenapa, apakah setiap permasalahan harus diselesaikan melalui atasan mereka sehingga mereka tidak diberikan kesempatan untuk menangani secara mandiri di tempat atau seperti apakah yang pasti pelayanan jasa harus mampu melayani pelanggan secara maksimal termasuk pada memberikan jawaban yang terbaik dari setiap permasalahan yang ada.”

Dari pendapat di atas terlihat bahwa jawaban dari hasil kuesioner yang peneliti sebarakan dengan jawaban dari wawancara yang penulis lakukan adalah sama. Total skor terendah yang diberikan pelanggan melalui kuesioner ada pada dimensi “perhatian” yang indikatornya membedakan atas pemahaman, perhatian kepada pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Dari hasil wawancara yang diutarakan oleh Ibu Zubaedah dengan Bapak H. Nuryadi mengeluhkan masalah perhatian yang petugas berikan kepada pelanggan. Petugas sering tidak mampu menjawab permasalahan yang diutarakan oleh pelanggan. Hal ini banyak faktor yang melatarbelakangi, seperti yang diutarakan oleh salah seorang petugas yang sedang bertugas menanggapi pernyataan di atas adalah:

“kami sebagai petugas kadang-kadang mengalami ketidakmampuan untuk menjawab seluruh pertanyaan dari penumpang yang sangat banyak. Apalagi pada jam-jam yang sibuk

kadang kami harus melaksanakan tugas wajib kami seperti yang bertugas di ticketing, atau menjaga pintu masuk atau yang menjaga pintu menuju bus nya, sehingga kami tidak menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari penumpang, karena tugas utama kami harus yang kami kerjakan. Namun pada jam yang tidak ramai penumpang kami selalu berusaha untuk menjawab pertanyaan dari para pelanggan sambil melaksanakan tugas utama kami, namun pelanggan ada juga yang tidak mengerti tugas utama kami sehingga merasa tersinggung kalau pertanyaan mereka tidak dapat kami jawab dengan sempurna."

Dari beberapa penjelasan diatas terlihat bahwa petugas Bus Transjakarta sudah melaksanakan tugasnya sebagai pelayanan dengan baik, namun karena keterbatasan petugas yang bekerja pada masing-masing koridor dan untuk jam-jam tertentu sehingga banyak pertanyaan dan keingintahuan pelanggan tidak dapat terjawab dengan sempurna. Jumlah petugas sudah ditambah namun dengan semakin banyak dan bertambahnya penumpang Bus Transjakarta sehingga tidak dapat memberikan layanan yang prima pada jam-jam tertentu kepada para penumpang.

Dari hasil yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada sampel penelitian, dimana dimensi kehandalan merupakan dimensi yang paling tinggi skor nya dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Terlihat total skor yang diperoleh sebanyak 2350 dari 89 respon dalam kategori cukup baik. Hal ini artinya bahwa petugas bekerja secara maksimal dan itu merupakan kekuatan dan keseriusan yang dimiliki oleh petugas sebagai pelayan, hal ini diperkuat oleh pendapat dari Wahyuni Tami mengatakan bahwa:

"Petugas yang bertugas selalu mengutamakan jasa dan pelayanan yang baik kepada penumpang sesuai dengan bagiannya masing-masing. Dalam bekerja semua petugas

bekerjasama dengan baik sehingga terlihat seperti kerja team, melalui kerja team ini semua pekerjaan dalam memberikan pelayanan dapat secara prima, di masing-masing halte biasanya in formasi yang lengkap untuk halte yang akan dilalui oleh busway."

Hasil wawancara yang didapatkan dari beberapa orang informan yang terpilih secara acak, mengatakan hampir sama dengan hasil kuesioner yang diperoleh sehingga memiliki terdapat keterkaitan antara jawaban kuesioner dengan jawaban wawancara yang dilakukan. Untuk dimensi yang skor tertinggi dan skor terendah yang diperoleh melalui kuesioner sesuai dengan hasil wawancara yang diperoleh.

Untuk memperbaiki kualitas pelayanan salah satunya melalui dengar pendapat (opini) dari pengguna, yang dilakukan secara rutin terhadap pengguna yang berbeda dan saling tidak mengenal, sehingga diperoleh jawaban yang jujur dari sampel penelitian, kekurangan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh petugas memang harus diperbaiki sehingga terwujud pelayanan prima untuk pengguna Bus Transjakarta.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari penjelasan di bab-bab sebelumnya, maka penulis mengemukakan beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan dimensi yang memiliki total skor tertinggi adalah dimensi kehandalan. Dimana dimensi ini menunjukkan bahwa petugas dapat melaksanakan kerjanya dengan baik untuk melayani pelanggan.
2. Hasil penelitian yang memiliki skor terendah dari dimensi perhatian, dimana dimensi ini menjadi yang paling rendah dikarenakan bahwa petugas disaat-saat jam sibuk tidak memiliki waktu untuk melayani setiap pertanyaan dari pelanggan sehingga dianggap kurang memberikan perhatian kepada penumpang.

Saran

Adapun saran penulis antara lain:

1. Skor tertinggi terdapat pada dimensi kehandalan, namun jika dilihat hasilnya kebanyakan pengguna menjawab setuju terhadap berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan pelayanan, dan sangat sedikit yang menjawab sangat setuju. Hal ini berarti bahwa skor tertinggi dalam penelitian ini bukan berarti pelayanan yang diberikan sangat baik, banyak hal yang harus diperbaiki, diantaranya petugas harus memiliki pengetahuan yang lengkap terhadap perusahaan, sehingga petugas memiliki rasa loyalitas terhadap perusahaan di mata pelanggan.
2. Skor terendah dalam penelitian ini disebabkan karena kurangnya petugas pada jam-jam tertentu, namun yang diharapkan adalah petugas selalu mampu memberikan layanan prima bagi para pelanggannya. Dapat dilakukan melalui menambah petugas pada jam-jam tertentu sehingga tetap memberikan pelayanan yang prima bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashenfelter O, Levine PB, Zimmerma DJ. 2003. *Statistics and econometrics: methods and applications*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Effendy OU. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. CV. Mandar Maju, Bandung
- Gasparz V. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan H. 2002. *Winning Strategy : Strategi Efektif Merebut dan Mem pertahankan Pangsa Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali R. 2003. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Grafiti.
- Kriyantono R. 2009. *Teknik Praktis Riset Kounikasi*. Jakarta: Prenadya Media Group.
- _____. 2007. *Teknik praktis riset komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. 2008. *Etika Cutomer Service*. Jakarta: Rajawali Pers, PT Rajagrafindo Persada
- Kotler P. 2005. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Pribadi*. PT. Citra Aditya Bakti. 1991. Bandung.
- Moore, H. Frazier, *Hubungan Masyarakat Prinsip Kasus dan Masalah Satu*, CV, Remadja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, PT. Remadja Rosdakarya, Bandung , 2000
- Rangkuti, Freddy (2003), Analisis swot teknik membedah kasus bisnis : reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikas (Konsep si dan Aplikasi)* , PT. RadjaGrafindo Persada, Jakarta , 2002
- Seviela CG, Ochave A, Punsalan G, Regala P, Uriarte. 1993. *Pengan tar metode penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.