

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

PT Kereta Api (persero) merupakan suatu Badan Usaha Milik Negara yang mengelola sarana transportasi kereta api di Indonesia. Kereta api menjadi salah satu moda transportasi penting yang ada di Indonesia, karena sebagai salah satu jasa transportasi yang dapat menjadi solusi dalam mengatasi kemacetan di jalan raya. Penggunaan transportasi kereta api menjadi alat transportasi publik yang tetap dan bahkan semakin disukai warga di Indonesia. Dikutip dari *Industribisnis.com* (2018) selama periode Januari – Oktober 2017 jumlah penumpang kereta api mencapai 322,1 juta orang atau naik 11,08% dibanding periode yang sama di tahun 2016.

Bersamaan dengan peningkatan jumlah penumpang, tidak memungkiri timbulnya berbagai kendala yang dihadapi oleh PT Kereta Api (persero). Kendala yang sering terjadi di setiap stasiun adalah adanya calo tiket yang menjual tiket kereta api dengan harga yang sangat mahal, hal ini jelas merugikan pihak PT Kereta Api (persero) dan juga masyarakat. Karena para calo tersebut membeli tiket dalam jumlah yang sangat banyak, sehingga mengakibatkan banyak penumpang yang tidak mendapatkan tiket yang dijual melalui penyelenggara sarana perkeretaapian dan akhirnya harus membeli tiket melalui para calo. Bagi

PT KAI (persero) adanya praktek percaloan tersebut dapat merugikan perusahaan,
bentuk kerugian tersebut

berupa kurangnya pemasukan bagi perusahaan maupun kualitas pelayanan perusahaan bagi konsumennya. PT KAI (persero) sebagai perusahaan BUMN yang dituntut menjadi perusahaan penyedia jasa yang memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya namun tetap menimbang profit atau keuntungan yang diperoleh perusahaan. PT Kereta Api (persero) membuat suatu kebijakan yaitu sistem *boarding pass* pada Februari 2016. Tata cara penggunaan sistem ini yaitu penumpang yang sudah membeli tiket, melakukan *check-in* mandiri pada mesin yang sudah tersedia di stasiun. Dengan memasukan kode pemesanan yang tercantum dalam bukti transaksi pembelian tiket di mesin *check-in* mandiri atau dengan *scan barcode*. Setelah itu mesin akan mengeluarkan *boarding pass* yang mencantumkan nama dan ID penumpang, kode pemesanan dan nama kereta api beserta tujuan dan jadwal keberangkatan. *Boarding pass* yang sudah dicetak harus dibawa oleh penumpang saat pemeriksaan identitas di *boarding gate* stasiun satu jam sebelum keberangkatan kereta api.

Stasiun kereta api Bandung menjadi stasiun pertama sekaligus percontohan pemberlakuan sistem *check in* dan *boarding pass* bagi para penumpang kereta api. Stasiun Bandung merupakan salah satu stasiun di bawah naungan PT Kereta Api (persero) Daop 2 Bandung dimana mendapatkan jumlah penumpang yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, berdasarkan data kumulatif, jumlah penumpang di stasiun bandung pada periode liburan tahun 2017 mencapai 815.828 penumpang, sementara bila dibandingkan dengan penumpang tahun sebelumnya pada periode yang sama jumlah penumpang berada diangka 617.351. Wilayah Bandung

merupakan daerah potensial untuk bisnis karena sering didatangi oleh turis lokal dari berbagai kota di Indonesia.

Pembaruan dalam kebijakan mengenai *boarding pass* ini merupakan salah satu upaya meningkatkan pelayanan perusahaan terhadap publiknya. Seiring dengan perkembangan teknologi di era digital saat ini dan juga peningkatan pengguna internet di Indonesia maka PT Kereta Api Indonesia memanfaatkan hal ini dengan memberikan pelayanan yang lebih modern, karena masyarakat Indonesia menyukai suatu hal yang efisien dan instan sehingga untuk mengikuti keinginan konsumen dengan memaksimalkan perkembangan teknologi, PT Kereta Api resmi merilis sistem yaitu *e-boarding* pada Oktober 2017 lalu, yang merupakan pembaruan dalam meningkatkan pelayanan *boarding* penumpang kereta api.

E-boarding pass merupakan *boarding pass* elektronik yang diterbitkan PT KAI *access* versi terbaru. penumpang kereta api yang menggunakan fasilitas ini harus menggunakan aplikasi KAI Access yang terbarukan di ponselnya. Dengan adanya *e-boarding* ini penumpang tidak perlu lagi mencetak *boarding pass* yang berada di stasiun, hanya dengan menunjukan *e-boarding pass* yang tertera pada layar *smartphone* penumpang.

Pembaruan dalam sistem *boarding pass* ini bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan peredaran tiket palsu yang sebelumnya pernah terjadi. Karena dengan adanya penerapan sistem *check-in*, penumpang tidak akan bisa mendapatkan *boarding pass* tanpa ada kode pemesanan transaksi pembelian tiket,

dan apabila ditemukan perbedaan antara tiket dengan identitas maka petugas berhak menolak dan meminta calon penumpang tidak masuk area stasiun. Penumpang tidak dikenakan denda, tetapi tiket akan hangus dan penumpang dilarang masuk.

Perusahaan dituntut unggul dalam setiap perkembangan yang terjadi sehingga memiliki daya saing yang mampu mewujudkan keunggulan kompetitif perusahaan. Salah satu nilai kompetitif adalah kualitas pelayanan dengan penerapan teknologi didalamnya. PT Kereta Api Bandung berharap dengan adanya sistem *boarding pass* ini akan semakin meningkatkan ketertiban dan keamanan penumpang kereta api. Mengingat PT Kereta Api merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa transportasi yang menyangkut hajat hidup orang banyak.

Adanya kebijakan tersebut menimbulkan kesan yang berlainan di masyarakat, masyarakat akan menilai dan mengeluarkan persepsinya dengan adanya kebijakan tersebut. Karena informasi yang diterima oleh panca indra setiap individu mengenai kebijakan tersebut dilatarbelakangi oleh perbedaan pengalaman dan pengetahuan. Pengalaman tersebut sangat bergantung pada alat indra yang terdiri atas indra penglihatan dan saraf sensorik (indra perasa), karena apa yang manusia tafsirkan tergantung tidak hanya pada rangsangan saja melainkan ada proses berpikir yang merefleksikan minat, tujuan dan harapan seseorang. Karena persepsi merupakan apa yang diterima atau dialami oleh manusia melewati suatu alat indra lalu diproses kembali sesuai cara seseorang memperoleh informasi tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini dapat dirumuskan “**bagaimana persepsi masyarakat mengenai kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung ?**”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan dari penelitian yang akan di lakukan adalah :

1. Bagaimana sensasi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung ?
2. Bagaimana atensi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung ?
3. Bagaimana interpretasi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung ?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui sensasi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung.
2. Untuk mengetahui atensi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung.

3. Untuk mengetahui interpretasi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai guna bagi pengembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi. Maka dari itu kegunaan secara umum dapat dibedakan menjadi :

1.4.2.1 Secara Teoretis

1. Penelitian ini bermanfaat secara teoretis yaitu melalui sumbangan teori dan analisisnya untuk kepentingan peneliti di masa yang akan datang dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai persepsi dalam kajian psikologi komunikasi.
2. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan terhadap persepsi masyarakat pada kebijakan *boarding pass* di PT KAI (persero) Daop 2 Bandung.

1.4.2.2 Secara Praktis

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai sumbangan pemikiran dalam menyikapi persepsi masyarakat.
2. Memberikan kontribusi nyata kepada PT Kereta Api dalam bentuk karya tulis ilmiah yang dapat membantu PT Kereta Api mengetahui dan memahami mengenai kebijakan *boarding pass* di PT Kereta Api Bandung.