

BAB II

KASUS KEHILANGAN TUMBLER PADA KAI COMMUTERLINE JABODETABEK

2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

2.1.1 Kereta Api sebagai Transportasi Publik

Kereta api merupakan moda transportasi publik berbasis rel yang berperan penting dalam mendukung mobilitas masyarakat. Moda ini memiliki kapasitas angkut besar, rute tetap, dan jadwal perjalanan yang relatif teratur. Dalam wilayah perkotaan, kereta api menjadi pilihan penting karena menghubungkan kawasan permukiman dengan pusat aktivitas ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan.

Sebagai layanan publik, kereta api tidak hanya dinilai dari kemampuan mengangkut penumpang. Kualitas layanan juga mencakup ketepatan waktu, keamanan, kenyamanan, kemudahan akses informasi, serta respons terhadap keluhan pengguna. Konsistensi layanan dan penanganan masalah menjadi faktor yang dapat membentuk kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan.

2.1.2 Profil PT Kereta Api Indonesia dan KAI Commuter

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam layanan transportasi perkeretaapian di Indonesia. Dalam penelitian ini, pembahasan mengenai PT KAI ditempatkan secara ringkas karena fokus utama penelitian bukan PT KAI sebagai institusi luas, melainkan konsumen KAI Commuterline Jabodetabek sebagai pengguna layanan transportasi harian.

KAI Commuter merupakan bagian dari ekosistem perkeretaapian yang mengelola layanan kereta komuter. Layanan ini digunakan masyarakat secara rutin untuk bekerja, kuliah, sekolah, dan aktivitas ekonomi lainnya. Karena intensitas penggunaan tinggi, pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan, komunikasi digital, dan penanganan keluhan menjadi faktor penting dalam pembentukan persepsi terhadap KAI Commuter.

2.1.3 Layanan KAI Commuterline Jabodetabek

KAI Commuterline Jabodetabek melayani mobilitas masyarakat di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Layanan ini menjadi salah satu pilihan transportasi publik karena memiliki rute luas, kapasitas angkut besar, dan biaya yang relatif terjangkau. Karakter tersebut membuat Commuterline menjadi bagian penting dari mobilitas harian masyarakat Jabodetabek.

Berdasarkan publikasi KAI Commuter (2025), jumlah pengguna KAI Commuterline Jabodetabek selama Januari hingga Mei 2025 mencapai 179.154.727 pelanggan. Besarnya jumlah pengguna menunjukkan bahwa layanan ini memiliki basis konsumen luas sekaligus rentan menghadapi persoalan pelayanan, seperti kepadatan penumpang, keterlambatan, keamanan barang, dan penanganan keluhan.

KAI Commuter juga menggunakan berbagai kanal komunikasi digital untuk berinteraksi dengan pengguna, seperti X/Twitter, Facebook, Instagram, *TikTok*, dan WhatsApp. Kehadiran kanal tersebut membuat perusahaan berada dalam ruang komunikasi yang sama dengan konsumennya. Oleh karena itu, ketika isu pelayanan

berkembang di media sosial, perusahaan perlu merespons dengan hati-hati agar opini publik tidak berkembang menjadi tekanan reputasional yang lebih besar.

2.1.4 Kasus Kehilangan Tumbler KAI sebagai Isu Komunikasi Krisis

Kasus kehilangan tumbler KAI bermula dari keluhan penumpang terkait barang pribadi yang tertinggal atau hilang dalam layanan Commuterline. Pada tahap awal, kasus ini dapat dipahami sebagai persoalan layanan *lost and found*. Namun, setelah keluhan tersebut diunggah ke media sosial, isu berkembang menjadi perhatian publik yang lebih luas.

Perkembangan kasus menunjukkan bahwa media sosial dapat mengubah keluhan personal menjadi persoalan reputasi perusahaan. Publik tidak hanya menilai hilangnya barang, tetapi juga menilai cara KAI menangani laporan, merespons kritik, dan mengambil tindakan terhadap petugas. Dengan demikian, kasus kehilangan tumbler KAI dalam penelitian ini dipahami sebagai isu komunikasi krisis karena berkaitan dengan persepsi publik terhadap reputasi, tanggung jawab, dan kepercayaan kepada KAI Commuter.