

Analisis Proses Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (Ppid) Pt. Kereta Api Indonesia Persero Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik

Mona Evira Dionty¹, Martha Tri Lestari²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, monadionty@telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, marthadjamil@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Humans cannot live without other people, they interact with each other in the same interest or in different forms, exchange ideas and opinions to unite perceptions. For the needs of all that can not be separated from the communication between individuals and individuals with the human group itself. PPID PT. Kereta Api Indonesia also strives to carry out good and correct public communication so that it can be accepted by the wider community.

By using a case study research method that is studied qualitatively, primary data collection techniques were observation and in-depth interviews with key informants such as Assistant Managers, service users of PT. Kereta Api Indonesia and expert informants of public communication, this research aims to analyze the process of Public Communication PPID PT. Kereta Api Indonesia. The results showed that PPID PT. Kereta Api Indonesia has several public communication strategies, from face-to-face communication to establishing good chemistry with the wider community as a strategy to improve public information services.

Keyword : analysis, public communication strategy, PPID, qualitative

Abstrak

Manusia tidak bisa hidup tanpa adanya orang lain, mereka saling mengadakan interaksi satu sama lain dalam kepentingan yang sama maupun dalam bentuk yang berbeda, saling tukar pikiran dan pendapat untuk menyatukan persepsi. Untuk kebutuhan semuanya itu tak terlepas dari adanya komunikasi antar individu dan individu dengan kelompok manusia itu sendiri. PPID PT. Kereta Api Indonesia juga berusaha untuk melakukan komunikasi publik yang baik dan benar agar bisa diterima oleh masyarakat luas. Dengan menggunakan metode penelitian studi kasus yang dikaji secara kualitatif, teknik pengumpulan data primer observasi dan wawancara mendalam bersama key informan seperti Assistant Manager, pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia dan informan ahli komunikasi publik, penelitian ini bertujuan melakukan analisis terhadap proses Komunikasi Publik PPID PT. Kereta Ap Indonesia tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPID PT. Kereta Api Indonesia ini memiliki beberapa strategi komunikasi publik dari komunikasi yang bersifat face to face sampai menjalin chemistry yang baik dengan masyarakat luas menjadi strategi untuk meningkatkan pelayanan informasi publik.

Kata kunci: analisis, strategi komunikasi publik, PPID, kualitatif

I. PENDAHULUAN

Dengan berkomunikasi manusia bisa memahami orang lain. Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981:18) menyatakan bahwa : “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Marhaeni Fajar, 2009:32).

Menurut Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (2005), “Komunikasi publik dijelaskan sebagai kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran. Adapun tujuan komunikasi publik adalah untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedualian dan mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran.” Judy Pearson dan Paul Nelson menjelaskan komunikasi publik atau public speaking sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi nonverbal dan terkadang berupa tanya jawab.

“Dalam komunikasi publik, sumber menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan dalam rangka untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Terkadang, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali.” (Pearson dkk, 2009 : 20). Dari pengertian di atas, tampak bahwa komunikasi publik merupakan salah satu dari konteks komunikasi yang menekankan pada sumber pesan dimana seseorang bertanggung jawab dalam proses penyampaian informasi kepada penerima pesan atau khalayak. Komunikasi publik merujuk pada kampanye komunikasi yakni kegiatan yang menggunakan berbagai teori dan strategi komunikasi untuk mempengaruhi khalayak luas dengan cara-cara yang dapat diukur. Komunikasi publik juga merujuk pada *public speaking* berperan penting dalam berbagai bidang kehidupan kita, misalnya dalam bidang pendidikan, profesional, politik, dan lain sebagainya. *Public speaking* umumnya mengupas hal-hal yang berkaitan dengan cara berbicara di depan umum seperti bagaimana cara menyusun pesan informatif maupun pesan persuasif kepada khalayak.

Berdasarkan beberapa urgensi yang telah dipaparkan diatas, maka alasan memilih penelitian berjudul **“ANALISIS PROSES KOMUNIKASI PUBLIK PEJABAT PENGELOLA INFORMASI DAN DOKUMENTASI (PPID) PT. KERETA API INDONESIA PERSERO DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN INFORMASI PUBLIK”** yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia dalam memberikan informasi dan data kepada masyarakat luas.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Publik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan Publik sebagai orang banyak (umum). Sedangkan dalam bahasa Inggris, Publik diambil dari kata *Public* yang artinya milik bangsa, negara atau komunitas dalam jumlah yang besar atau dipertahankan atau digunakan oleh masyarakat/komunitas secara keseluruhan. Publik juga berasal dari bahasa latin *Publicus* yang artinya kedewasaan, dalam pengertian tentang pelajaran ini adalah membawa ide kepada masyarakat.

Deddy Mulyana (2001:15) mengatakan dalam konteks komunikasi, yaitu:
 “Komunikasi publik lebih sering muncul di tempat umum. Komunikasi ini relative lebih formal. Masalah yang dibicarakan biasanya telah terencana dan ada sejumlah norma yang cukup jelas yang harus dipenuhi.”

Komunikasi publik dapat dilakukan oleh siapa saja, dan dapat pula dilakukan oleh seorang komunikator publik profesional. Yang termasuk komunikator public professional yaitu antara lain manager dan staff public relations, wartawan, penyiar radio, presenter, dan sebagainya.

B. Karakteristik/Ciri-ciri Komunikasi Publik

1) Satu pihak (pendengar) cenderung lebih pasif

Sebagai contoh, dalam sebuah acara press conference, kita sebagai peserta merupakan peserta yang sifatnya pasif yang hanya menerima pesan dari narasumber/komunikator.

2) Interaksi antara sumber dan penerima terbatas

Dalam press conference, narasumber dan peserta tidak dapat melakukan interaksi yang lebih intens melebihi sebagai *speaker* dan *listener* (kecuali jika ada sesi tanya jawab yang dilakukan).

3) Umpan balik yang diberikan bersifat terbatas

Dalam press conference, umpan balik yang diberikan oleh peserta tentu tidak sekompleks dengan umpan balik yang diberikan menggunakan komunikasi interpersonal, hal ini membuat peserta tidak bisa memberikan umpan balik yang banyak ataupun terbatas.

4) Dilakukan di tempat umum seperti auditorium maupun tempat publik lainnya

Biasanya press conference dilakukan di tempat publik seperti aula atau gedung.

5) Dihadiri oleh sejumlah besar orang

Press conference biasanya dihadiri oleh para wartawan dengan massa yang banyak.

6) Biasanya telah direncanakan

Kegiatan press conference biasanya sudah direncanakan atau dipersiapkan terlebih dahulu, seperti misalnya pengungkapan kasus ataupun adanya kegiatan yang berskala besar.

7) Sering bertujuan untuk memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, dan membujuk

Press conference bertujuan untuk menyampaikan pernyataan oleh informasi dari organisasi atau individu dengan mengundang wartawan sebagai media massa dengan harapan berita akan diliput dan disiarkan seluas-luasnya kepada khayalak publik.

C. Unsur-unsur dalam Komunikasi Publik

Komunikasi memiliki beberapa unsur. Menurut A. W. Wijaya (2000: 30) sebagai berikut:

1) Sumber/Komunikator

Adalah pembuat atau pengirim pesan informasi. Sumber ini bisa terdiri dari 1 orang ataupun bisa juga dalam kelompok misalnya dari Partai Organisasi. Komunikator atau sumber dalam komunikasi publik dapat diakukan oleh siapa pun, dapat pula dilakukan oleh seorang komunikator publik profesional. Mereka yang termasuk Komunikator Publik Profesional antara lain, manager dan staf PR/Humas, wartawan, penyiar radio, presenter, penyaji ramalan cuaca, dan sebagainya.

2) Pesan

Merupakan sesuatu yang disampaikan oleh sumber/komunikator kepada penerima/komunikan. Penyampaian pesan dalam komunikasi publik ini berupa ide atau gagasan, informasi, ajakan, dan sebagainya kepada orang banyak sebagai bentuk dari pencerahan, atau tindakan sosialisasi. Pesannya berisi pesan yang penting diketahui publik –dikenal dengan Informasi Publik. Yang dikomunikasikan menyangkut urusan publik (Public Affairs) atau yang diharapkan dapat memberi wawasan dan menggugah orang banyak.

3) Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Sarana komunikasi publik yaitu segala saluran yang bisa menyampaikan pesan kepada publik melalui media massa, orasi pada rapat umum, aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, sms, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, diskusi, dan musyawarah. Yang pasti, komunikasi publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien.

4) Penerima/Komunikan

Adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan/penerima pesan dalam komunikasi publik biasanya orang-orang dalam satu organisasi, ataupun luar organisasi, dengan jumlah yang relatif besar dilakukan di sebuah tempat seperti di auditorium, kelas/ruangan, dan tempat ibadah.

5) Efek/Pengaruh

Adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan dari komunikator. Efek atau pengaruh yang di terima oleh komunikan tentunya kearah yang lebih baik karena pesan disampaikan dalam komunikasi publik biasanya mengenai pendidikan, tindakan sosialisasi, bahkan pencerahan.

6) Umpan balik/Feedback

Adalah suatu bentuk tanggapan balik dari komunikan/penerima setelah memperoleh pesan dari komunikator. Umpan balik dalam komunikasi publik bisa seperti pertanyaan yang diajukan ke komunikator yang memang terbatas, ataupun bisa berupa saran. Selain itu, Deddy Mulyana (2001: 7) mengemas unsur komunikasi ke dalam model komunikasi, yang terdiri dari:

1. Komunikator 1: Pengirim/ Penerima

Kegiatan komunikator 1 adalah mengirimkan sekaligus menerima pesan. Jadi fungsi utama komunikator 1 adalah sebagai pengirim pesan. Pada tahap selanjutnya ketika pesan telah sampai dan mendapat feedback, maka fungsi komunikator 1 menjadi penerima pesan. Dalam kegiatan komunikasi, indera berfungsi sebagai alat untuk menangkap rangsangan dari dalam dan luar (menerima pengetahuan dan pengalaman). Rangsangan tersebut disebut masukan data mentah (raw data input).

2. Pesan

Pesan dari komunikator 1 dapat berupa pesan verbal maupun non verbal. Pesan tersebut dapat disengaja maupun tidak disengaja. Dengan demikian ada empat jenis pesan, yaitu: pesan verbal disengaja, pesan verbal tidak disengaja, pesan nonverbal disengaja, dan pesan nonverbal tidak disengaja. Pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Pesan verbal disengaja adalah usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Pesan nonverbal adalah pesan yang disampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata yang kita gunakan. Misal: gerakan tangan, sikap tubuh, cara busana, ekspresi wajah, dan lain-lain. Pesan non verbal disengaja adalah pesan non verbal yang ingin kita sampaikan. Pesan nonverbal tidak disengaja adalah semua aspek nonverbal dalam perilaku kita yang disampaikan tanpa kita kontrol.

3. Saluran

Saluran dapat berupa alat indera, media massa/ elektronik, papan pengumuman, dll.

4. Gangguan

Gangguan adalah segala sesuatu yang mengubah informasi yang disampaikan kepada penerima atau mengalihkannya dari penerimaan tersebut. Gangguan dapat berupa gangguan bunyi/pendengaran, gangguan bau/penciuman, udara panas, gaya yang norak. Gangguan dibedakan 2 macam:

- a. Teknis: faktor yang menyebabkan penerima merasakan perubahan dalam informasi yang sampai.
- b. Semantik: bila penerima memberi arti yang berlainan atas sinyal yang disampaikan pengirim.

5. Komunikator 2: Penerima/ Pengirim

Kebalikan dari komunikator 1, maka komunikator 2 melakukan kegiatan menerima pesan dari komunikator 1. Selanjutnya komunikator memberikan feedback atau umpan balik dengan mengirimkan pesan kepada komunikator 1. Aspek penting dalam penerimaan pesan adalah mendengarkan. Bila komunikator sedang mendengarkan, ada 4 proses yang dilakukan yaitu memperhatikan, mendengar, memahami, mengingat.

6. Umpan balik/ Feedback

Umpan balik merupakan balasan atas perilaku yang diperbuat. Umpan balik menjadi sumber informasi penting mengenai diri sendiri.

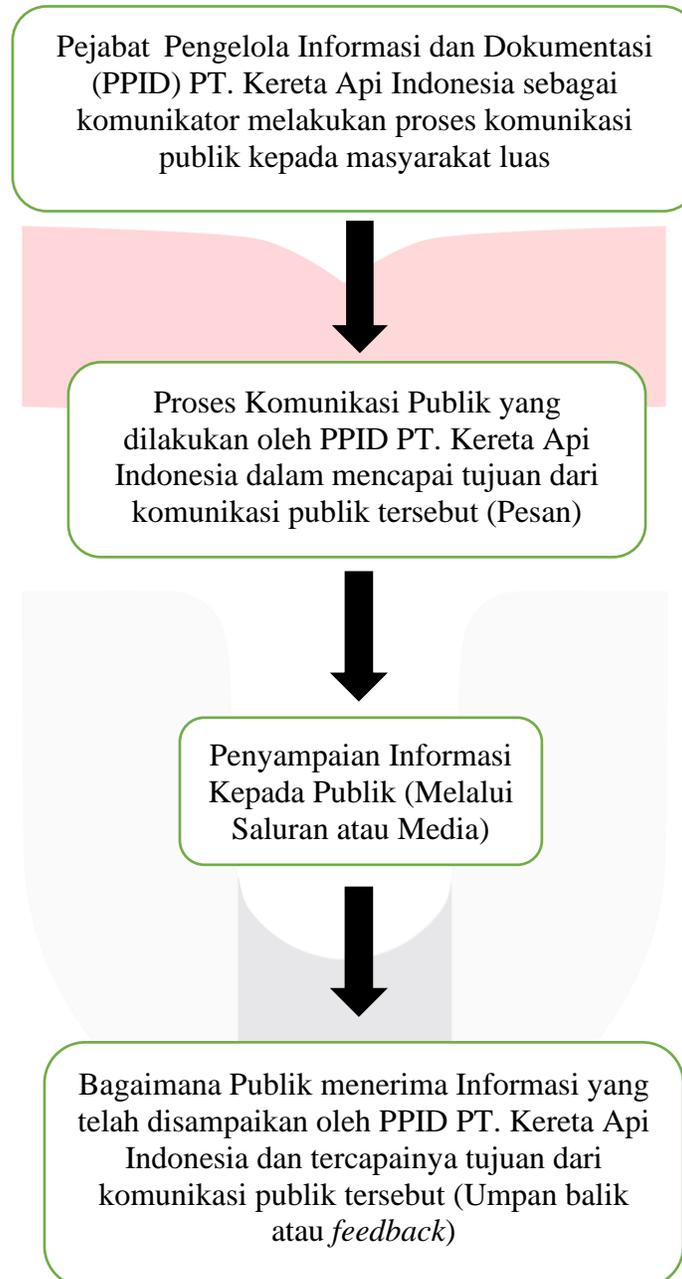
D. Tujuan Komunikasi Publik

Menurut Onong Uchjana Effendy (2009:8) dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi beliau mempunyai pendapat mengenai tujuan komunikasi publik sebagai berikut :

1. Memberikan informasi (**Public Information**) kepada masyarakat. Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.
2. Mendidik masyarakat (**Public Education**). Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Sedangkan kegiatan mendidik masyarakat dalam arti sempit adalah memberikan berbagai informasi dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya. Tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan Komunikasi Interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orang tua dengan anak-anaknya.
3. Mempengaruhi masyarakat (**Public Persuasion**). Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya. Tetapi berdasarkan beberapa penelitian kegiatan mempengaruhi masyarakat akan lebih efektif dilakukan melalui Komunikasi Interpersonal.
4. Menghibur masyarakat (**Public Entertainment**). Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk

memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

E. Kerangka Pemikiran



III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Sugiono (2005:1) menjelaskan, “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.”

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena/peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan pada saat ini. Dalam penelitian semacam itu, peneliti mencoba menentukan sifat situasi sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan. “Dalam studi deskriptif tidak ada kontrol perlakuan seperti dalam studi eksperimen karena tujuannya adalah menggambarkan “apa adanya” berkaitan dengan variabel-variabel atau kondisi-kondisi dalam suatu situasi. Penelitian deskriptif pada umumnya tidak diarahkan untuk pengujian hipotesis.” (Dantes, 2012: 51).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme berpandangan bahwa pengetahuan bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tapi juga merupakan hasil konstruksi subjek yang diteliti. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial (Elvinaro dan Bambang, 2007:151).

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan bereaksi menurut kategori konseptual dan pikiran individu. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. George Keely menegaskan cara pemahaman pribadi seseorang dilakukan dengan pengelompokan peristiwa menurut persamaan dan perbedaannya.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah PT. Kereta Api Indonesia yang berfokus pada bagian Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dibawah yang dinaungi oleh bagian Humas.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah komunikasi publik yang dilakukan oleh divisi humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) PT. Kereta Api Indonesia, yaitu bagaimana proses komunikasi public yang dilakukan untuk meningkatkan pelayanan informasi publik.

C. Unit Analisis Penelitian

Menurut Nimmo (1989:279), “Unit analisis adalah bagian bagian dari data keseluruhan yang dipilih. Bagian bagian tersebut dalam terminologi analisis isi disebut dengan unit analisis.” Unit analisis ini berfokus pada komunikasi publik dari Humas bagian Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi PT. Kereta Api Indonesia. Unit analisis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Unit Analisis	Sub Analisis	Indikator
Proses Komunikasi Publik PPID PT. Kereta Api Indonesia Persero	Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan Sumber Daya Manusia sebagai pelaksana - Menentukan Tujuan - Merancang Unsur-unsur komunikasi publik - Menentukan Target - Menetapkan strategi
	Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi - Pelaksanaan - Internalisasi
	Evaluasi	Penilaian tujuan Komunikasi Publik

D. Informan

“Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.” Moleong (2006:132). Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Kegunaan bagi peneliti kualitatif adalah membantu agar dalam waktu yang singkat banyak informasi yang terjaring. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga informan yaitu *key informant*, *expert informant*, dan *supporting informant*.

Tabel Informan Kunci

Nama	R. Teja Wulan
Jabatan	Assistant Manager Helpdesk Information PPID Kantor Pusat PT. KAI
Alasan Pemilihan	Karena beliau memiliki tugas sebagai pengelola helpdesk information di unit PPID, beliau juga bertugas untuk memilah data informasi apa saja yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Tabel Informan Expert

Nama	Ibu Yunita
Jabatan	Kasubag Pelayanan Informasi Pemerintah Kota Tangerang
Alasan Pemilihan	Karena Beliau merupakan seorang ahli dalam bidang komunikasi publik.

Tabel Informan Pendukung

Nama	Desi Aidil Fitria
Jabatan	Pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia
Alasan Pemilihan	Karena beliau dirasa sebagai publik yang menggunakan jasa dari PT. Kereta Api Indonesia dan telah merasakan penyampaian pesan dari PPID

Nama	Depi Ramadani A.
Jabatan	Pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia
Alasan Pemilihan	Karena beliau dirasa sebagai publik yang menggunakan jasa dari PT. Kereta Api Indonesia dan telah merasakan penyampaian pesan dari PPID

E. Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data merupakan pekerjaan peneliti yang tak bisa dihindari dalam kegiatan penelitian. Menurut Sugiyono (2005:62), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paing strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.” Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui dua sumber yaitu data primer sumber primer dan sumber sekunder.

F. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung dapat memberikan data kepada pengumpul data. “Sumber primer ini berupa hasil dari melakukan observasi di lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan kejadian di lapangan. Selain itu informasi dan data diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan.” (Sugiyono, 2012:225).

Observasi

“Metode Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.” (Ghoni dan Almanshur, 2012:163). Pada penelitian ini penulis melakukan observasi terus terang atau samar. Dalam melakukan pengumpulan data penulis akan menyatakan terus terang kepada subjek penelitian sebagai sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.

Wawancara

Esterberg (2002) dalam Sugiono (2005:72) mendefinisikan “Wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.” Esterberg (2002) mengemukakan beberapa macam wawancara. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, semiterstruktur, dan tidak berstruktur.

Peneliti dalam penelitian ini melakukan wawancara secara langsung dengan pihak Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi yang menjadi informan kunci dan juga melakukan wawancara dengan informan ahli terkait Proses Komunikasi Publik dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Selain itu, peneliti melakukan observasi yaitu terjun langsung ke kantor pusat PT.

Kereta Api Indonesia yang terletak di Jl. Perintis Kemerdekaan No.1, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat

G. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono, (2012:225) sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain. Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh baik dari wawancara, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literatur literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

H. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman (1984) (dalam Sugiyono, 2005:91) mengemukakan bahwa “aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Tiga aktivitas dalam analisis data yang dilakukan dalam pendekatan ini, yaitu pengumpulan data, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.”

a. Reduksi data (*Reduction*)

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “mentah” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus - menerus selama kegiatan penelitian yang berorientasi kualitatif berlangsung. Sementara itu data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, seperti melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan dan uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data disini merupakan sekumpulan informasi yang tersusun dan dapat memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang didapat peneliti dari penyajian tersebut. Beberapa jenis bentuk penyajian data adalah bentuk matriks, grafik, jaringan, bagan, dsb.

c. *Conclusion Drawing*/Penarikan kesimpulan

Kesimpulan yang sudah disediakan dari mula belum jelas, kemudian meningkat menjadi lebih rinci, dan mengakar lebih kuat. Kesimpulan akhir mungkin tidak akan muncul sampai pengumpulan data terakhir, bergantung pada besarnya catatan - catatan lapangan, penkodeannya, penyimpanannya, dan metode pencarian ulang yang digunakan. Sementara itu kesimpulan awal yang dikemukakan peneliti masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

I. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian ini teknik yang dilakukan adalah teknik triangulasi. Triangulasi merupakan tahap pengecekan data dari berbagai sumber. Sugiono (2005:125) mengatakan bahwa “Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai 47 sumber dengan berbagai cara dan waktu.” Menurut Wiliam Wiersma (1986) dalam Sugiono (2005:125), ia membagi triangulasi kedalam tiga jenis yaitu;

J. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil dari data yang didapatkan kemudian dideskripsikan dan dikategorisasikan. Data yang telah dianalisis akan menghasilkan kesimpulan.

K. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3.7.3 Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dimaksudkan karena waktu dapat mempengaruhi kredibilitas data. Pemilihan waktu wawancara yang tepat dapat berdampak pada hasil wawancara atau data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Penelitian ini meneliti mengenai Proses Komunikasi Publik yang dilakukan oleh pihak PPID PT. Kereta Api Indonesia. Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu

triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data dilakukan untuk menggali kebenaran data atau informasi melalui berbagai sumber yang berbeda.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian di kantor pusat PT. Kereta Api Indonesia dengan metode observasi dan wawancara, dapat dipaparkan temuan penelitian sebagai berikut :

1. Proses Komunikasi Publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia

Dalam proses komunikasi publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia berbeda dengan humas pada umumnya. Humas biasanya lebih mengarah ke komunikasi massa seperti menerbitkan berita dan surat kabar, sedangkan PPID lebih berhadapan langsung dengan masyarakat untuk memberikan informasi yang sekiranya bisa diterima secara jelas dan benar. PPID PT. Kereta Api Indonesia biasanya menulis dan mencantumkan informasi ke dalam web PPID yang bisa diakses oleh masyarakat luas. Jika ada masyarakat sebagai pemohon yang ingin meminta data perusahaan, terdapat syarat dan langkah-langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu, seperti mengisi *form* yang terdapat di dalam *web* PPID tersebut. Selain melalui web, biasanya ada juga orang-orang yang datang langsung ke kantor PPID PT. Kereta Api Indonesia untuk meminta data atau informasi, seperti yang disampaikan oleh Bu Wulan bahwa *“Proses komunikasi PPID PT. Kereta Api Indonesia lebih bersifat face to face atau secara langsung kepada masyarakat luas.”* (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2021)

2. Pentingnya Komunikasi Publik dalam Menjalin Chemistry dengan Masyarakat Luas

Menjalin chemistry dengan masyarakat luas tentunya juga sangat penting untuk memudahkan PPID PT. Kereta Api Indonesia dalam melakukan proses komunikasi publik yang maksimal dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. PPID PT. Kereta Api Indonesia juga membantu mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi dengan mengembangkan aplikasi PPID itu sendiri, seperti yang disampaikan oleh Bu Wulan selaku *Assistant Manager* pada saat wawancara :

“Menjalin chemistry dengan masyarakat itu sangat penting ya, agar masyarakat luas dapat lebih mudah mendapatkan informasi, kami PPID juga membantu masyarakat dalam mempermudah mendapatkan informasi yang ingin didapatkan, seperti melalui web PPID dan aplikasi PPID yang sedang dikembangkan juga.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2021)

Dalam wawancara yang dilakukan dengan pengguna jasa PT. Kereta Api pun mengatakan bahwa mereka merasa puas terhadap penyampaian pesan yang disampaikan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia, seperti yang dikatakan oleh Desi *“Saya sudah merasa puas, karena saya paham dengan penyampaian pesan yang dilakukan oleh pihak PPID PT. Kereta Api Indonesia.”* (Wawancara pada tanggal 13 September 2021)

3. Hambatan yang Terjadi dalam Proses Komunikasi Publik

Dalam suatu proses kadang terdapat hambatan yang bisa terjadi dan mengganggu, hambatan yang biasanya dialami oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia yaitu terkadang banyak orang yang meminta informasi ataupun data yang bersifat rahasia perusahaan, tentu saja jika sudah bersifat rahasia maka informasi dan data tersebut tidak boleh untuk dipublikasikan atau disebarluaskan kepada masyarakat luas, seperti yang disampaikan oleh Informan Kunci bahwa *“Biasanya banyak orang yang meminta informasi atau data perusahaan yang bersifat rahasia dan tidak bisa kami publikasikan.”* (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2021)

Jika sudah terjadi hal seperti itu, pihak PPID PT. Kereta Api Indonesia sebisa mungkin memberikan penjelasan bahwa tidak semua informasi bisa dipublikasikan dan disebarluaskan karena beberapa informasi dan data yang bersifat rahasia perusahaan. PPID PT. Kereta Api Indonesia diberi kewenangan untuk memilah-milah informasi dan data apa saja yang bisa diberikan kepada masyarakat luas jika terdapat pemohon informasi dan data tersebut.

B. Pembahasan

Dari hasil analisa peneliti, PPID PT. Kereta Api Indonesia bersifat *face to face* dengan masyarakat luas dan berusaha agar semaksimal mungkin informasi dan data bisa tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat luas. Baik tidaknya informasi yang bisa tersampaikan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia kepada masyarakat, dapat ditentukan dengan bagaimana kita sebagai masyarakat dalam menerima informasi

dan data tersebut. Kita sebagai masyarakat harus bijak dalam menerima informasi yang disampaikan.

Seperti teori yang dijelaskan oleh Judy Pearson dan Paul Nelson (2009 : 20) bahwa “Komunikasi publik atau *public speaking* sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi nonverbal dan terkadang berupa tanya jawab.”

Dalam proses komunikasi antara PPID PT. Kereta Api Indonesia dan masyarakat luas, banyak interaksi yang terjadi melalui virtual ataupun online dan tatap muka secara langsung, seperti melakukan permohonan informasi dan data melalui web maupun datang langsung ke kantor PPID PT. Kereta Api Indonesia yang membuat kita bisa mendapatkan informasi dan data secara jelas dan merasa puas, jika ada informasi yang dirasa kurang kita juga bisa bertanya langsung kepada PPID PT. Kereta Api Indonesia.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas yaitu dengan bertatap muka secara langsung atau *face to face* ataupun secara online melalui web PPID PT. Kereta Api Indonesia. Strategi yang dilakukan ini bisa diterima dengan baik oleh masyarakat., namun kadang ada juga beberapa orang dari masyarakat tersebut yang masih kurang jelas dalam menerima informasi, seperti dijelaskan dalam pembahasan bahwa tidak semua informasi dan data yang diminta oleh pemohon informasi bisa disebarluaskan kepada khalayak publik, tetapi orang tersebut tetap bersikeras untuk meminta informasi dan data tersebut, padahal dalam web PPID PT. Kereta Api Indonesia sudah tertulis jelas informasi dan data apa saja yang bisa disebarluaskan dan tidak bisa disebarluaskan kepada masyarakat luas. Hal ini juga seperti teori *Pearson* yaitu terkadang secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali.

B. Saran

Dalam uraian kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran-saran yang di harapkan dapat membantu PPID PT. Kereta Api Indonesia dalam menghadapi kendala pada saat melakukan proses komunikasi publik :

1. Saran Akademik

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa PPID PT. Kereta Api Indonesia bersifat *face to face* dengan masyarakat luas dan berusaha agar semaksimal mungkin informasi dan data bisa tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat luas. Baik tidaknya informasi yang bisa tersampaikan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia kepada masyarakat, dapat ditentukan dengan bagaimana strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh PPID PT. Kereta Api Indonesia dan bagaimana kita sebagai masyarakat dalam menerima informasi dan data tersebut. Kita sebagai masyarakat harus bijak dalam menerima informasi yang disampaikan. Hasil tersebut diharapkan dapat mendorong penelitian berikutnya untuk dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi publik yang dapat meningkatkan pelayanan informasi publik.

2. Saran Praktis

1. Disarankan kepada masyarakat luas agar lebih mematuhi peraturan yang ada dalam PPID PT. Kereta Api Indonesia, seperti dituliskan bahwa tidak semua informasi dan data bisa disebarluaskan kepada khalayak publik. Sementara itu didalam web PPID PT. Kereta Api Indonesia sudah tertera informasi dan data apa saja yang bisa dan tidak bisa disebarluaskan kepada masyarakat luas.

2. Disarankan kepada pihak PPID PT. Kereta Api Indonesia untuk selalu mengupdate informasi dan data. Untuk informasi dan data pada web PPID PT. Kereta Api Indonesia agar dibuat lebih mudah untuk mengetahui informasi dan data apa saja yang bisa dan tidak bisa disebarluaskan kepada masyarakat luas.

REFERENSI

Abdurrahman, A. Waris Oemi (ed.).2001. Dasar-Dasar Publik Relations. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Cultur, Agus, The English Place-name, The Secretary, English Place-name Society, Kay Muhr, Alan Mac, An Bhaired,

Oliver Padel, P. Tempan, Queen Uni-, I. Lea, L. I. San, The Heritage, *Geographie* 18(April 2007):2014.

Effendy, Onong Uchjana.2006. Hubungan Masyarakat.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ibratama, Ben. n.d. "Literature Review I Judul Tahun Peneliti Sumber Hasil Perbedaan Literature Review II Judul Tahun Peneliti Sumber Hasil Perbedaan Literature Review III Judul Tahun Peneliti Sumber Hasil Perbedaan." 13–38.

Ii, B. A. B., A. Kajian Pustaka, and Ilmu Komunikasi. 2009. "Carl I. Hoveland Dalam Mohammad Zamroni, Filsafat KomunikasiPengantar Ontologis Epistimologis Aksiologis (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) Hlm. 4. 1 28." 28–49.

Ii, B. A. B., and Tinjauan Pustaka. 2011. "2 Abdurahman Oemi, Manajemen Public Relations ,(Rahmadi, 2005:1). 9." 9–38.

Komunikasi, Jurusan Ilmu, Fakultas Ilmu, Sosial Dan, Ilmu Politik, and Universitas Gadjah Mada. 2014. "KAMPANYE KOMUNIKASI PUBLIK (Studi Deskriptif Mengenai Pelaksanaan Sosialisasi UU No.23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak Oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia)." (23).

Mardiana, Wike, Hamim, and Kendry Widayanto. 2017. "Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Representamen* 3:1–6.

Meolong, Lexy. 1999. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian.Jakarta:Ghalia Indonesia.

Prasetya, Dimas Ramdhana, Tjahjanulin Domai, Lely Indah Mindarti, Jurusan Adminsitrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, and Universitas Brawijaya. n.d. "DALAM RANGKA PELAYANAN PUBLIK (Studi Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Malang) Pendahuluan Manajemen Pelayanan Publik New Public Service Tinjauan Pustaka 1 . Sistem Informasi Manajemen." 2(1):1151–58.

Ruslan, Rosady.2002. Etika Kehumasan Konsen & Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Strategi, Skripsi, Komunikasi Public, Relations Pt, Angkasa Pura Ii, Membangun Corporate Image, Gerbang Indonesia, Bandara Internasional, Soekarno Hatta, Diajukan Untuk, Memenuhi Sebagian, Memperoleh Gelar, Sarjana Ilmu, Komunikasi Universitas, Katolik Widya, Mandala Surabaya, Katarina Devania, Citta P. Nrp, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu, Komunikasi Universitas, Katolik Widya, and Mandala Surabaya. 2018. "I."

Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Internet

- <http://ditempatsaya.blogspot.com/2015/06/pengertian-media-relations.html>
- <https://operadewa.wordpress.com/2012/04/02/pengertian-media-relations/>
- <https://eprints.uns.ac.id/4888/1/103542909200908011.pdf>
- <https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-humas.html>
- <https://www.padamu.net/peran-dan-fungsi-humas>
- <https://www.dictio.id/t/apa-saja-peran-dan-fungsi-public-relations-dalam-sebuah-organisasi/8197/3>
- <https://ppid.kai.id/>