BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kondisi persaingan perusahaan di Indonesia semakin berkembang dan ketat. Gejala tersebut terlihat semakin gencarnya usaha menjalin kerjasama dengan berbagai publik diluar perusahaan yang sudah pasti bertujuan untuk memperluas atau memajukan perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan dalam menjalin kerjasama dengan publiknya tidaklah mudah. Dalam suatu proses perundingan biasanya berbagai teknik dan strategi komunikasi dilakukan untuk memperlancar jalannya kerjasama.

Strategi dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan supaya langkah-langkah yang akan dilakukan demi kepentingan perusahaan lebih terarah dan mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul "Dimensi-dimensi Komunikasi" menyatakan bahwa :

> "Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi *(communication planning*) dan manajemen *(communications management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi". (Effendi 1981 : 84).

Strategi adalah suatu langkah-langkah yang direncanakan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan kegiatan, pesan, dan media tertentu. Oleh karena itu diperlukan sebuah inovasi yang yang mendukung perkembangan perusahaan, seperti yang dilakukan oleh PT.Pos Indonesia (PERSERO).

Dunia perposan modern muncul di Indonesia sejak tahun 1602 pada saat VOC menguasai bumi nusantara ini. Pada saat itu, perhubungan pos hanya dilakukan di kota-kota tertentu yang berada di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa. Surat-surat atau paket-paket pos hanya diletakkan di Stadsherbrg atau Gedung Penginapan Kota sehingga orang-orang harus selalu mengecek apakah ada surat atau paket untuknya di dalam gedung itu. Untuk meningkatkan keamanan surat-surat dan paket-paket pos tersebut, Gubernur Jenderal G. W. Baron Van Imhoff mendirikan kantor pos pertama di Indonesia yang terletak di Batavia (Jakarta). Pos pertama ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 1746. [1]

Lebih dari dua setengah abad, Kantor Pos pertama didirikan oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff, di Batavia pada 26 Agustus 1746. Sejak itulah Kantor Pos mencirikan bahwa kehidupan saling berkirim surat dan barang sangat dibutuhkan untuk memperlancar komunikasi antar masyarakat dan pemerintah Indonesia. Peran layanan pos di Indonesia menyatukan Nusantara berlangsung mengarungi berbagai perubahan politik, ekonomi, sosial dan budaya. Namun justru dinamika kebangsaan tersebut telah mampu mendewasakan pelayanan perposan. Peran dan fungsi layanan pos tentunya sangat berkontribusi dalam mempersatukan dan membangun entitas bangsa Indonesia. Generasi ke generasi, layanan pos selalu mendampingi dinamika pembangunan dari masa ke masa. [2]

---

[1]http://danangrahadi.blogdetik.com/2011/10/18/pt-pos-indonesia-eisanya-lebih-tua-dari-republik-lho/ [20/12/11] pukul 10.24 WIB

[2]http://www.posindonesia.co.id/headline_detail.php [20/12/11] pukul 09.24 WIB

Untuk memperingati 265 tahun usia pelayanan Pos di nusantara PT. Pos Indonesia (PERSERO) mengadakan perlombaan menulis artikel Pos Indonesia 2011 terhitung dari tanggal 16 Agustus 2011 sampai dengan 15 Oktober 2011..

Kegiatan yang diprakarsai oleh Wakil Direktur Utama PT. Pos Indonesia yaitu Sukatmo Padmosukarso ini berupaya mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kemajuan PT.Pos Indonesia, perlombaan ini tidak lain dimaksudkan untuk mengajak masyarakat menggali pandangan serta kesadaran terhadap pentingnya fungsi dan peran pelayanan Pos yang strategis bagi masyarakat, bangsa dan Negara. Kegiatan tersebut juga dapat menggali pendapat, saran, ide-ide cemerlang yang sangat berharga bagi Pos Indonesia kedepan. [3]

"Pos Indonesia 265 Tahun Satukan Nusantara" menjadi *tagline* peringatan, dan lomba artikel yang terbuka bagi seluruh Jurnalis dan para penulis umum ini bertemakan "*Learning from The Past, Developing for The Future*".

Komunikasi merupakan penyampai informasi yang sangat penting peranannya. Melalui komunikasi maka perubahan-perubahan yang terjadi dapat disampaikan oleh perusahaan kepada publik. Untuk itu perlu adanya media atau kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi perusahaan di PT POS yang mampu mengakomodasikan kebutuhan aktivitas komunikasi bagi para penggunanya.

Perusahaan yang berjalan di bidang jasa ini telah melakukan banyak hal agar keeksistensiannya sebagai perusahaan jasa bisa tetap dipertahankan, dewasa

[3]http://analisadaily.com/news/read/2011/10/06/15931/pt_pos_indonnesia_gelar_lomba_menulis_artikel/ [20/12/11] pukul 10.40 WIB

ini sebagian besar orang menganggap bahwa PT. Pos Indonesia hanya melayani jasa surat-menyurat, kenyataannya perusahaan ini tidak hanya berkutat dalam bidang surat-menyurat, kirim uang dan barang saja, tetapi kini perusahaan ini menjadi ajang berkumpulnya para penulis dan filateli, selain itu, pos sudah dapat diakses dalam bentuk online yaitu mulai tahun 2010 Pos Indonesia meluncurkan produk terbarunya yaitu dengan menciptakan produk online sehingga dimanapun kita berada bahkan tidak di batasi oleh waktu sehingga dapat mengaksesnya kapanpun dan dimanapun kita berada, karena dengan perkembangan zaman yang begitu cepatnya, surat-menyurat mulai ditinggalkan oleh masyarakat umum, beberapa contoh kegiatan atau cara PT. Pos Indonesia untuk menjaga keeksistensiannya dianatara lain dengan diluncurkannya website resmi, perkumpulan filateli, penjualan prangko langka, serta perlombaan karya tulis Komunikasi merupakan penyampai informasi sangat penting peranannya. Melalui komunikasi maka perubahan-perubahan yang terjadi dapat disampaikan oleh perusahaan kepada public. Untuk itu perlu adanya media yang dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi perusahaan di PT POS yang mampu mengakomodasikan kebutuhan aktivitas komunikasi bagi para penggunanya.

Salah satu kegiatan yang bertujuan untuk merangkul publik dan menunjukan keeksistensiannya yaitu dengan diadakannya lomba menulis artikel, melalui kegiatan ini diharapkan bisa tetap membina hubungan baik dengan publik karena tidak dapat dipungkiri sebuah perusahaan membutuhkan peran masyarakat

sebagai salah satu media pencitraan yang luas, karena itu diperlukan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak publik.

Pelaksanaan perlombaan ini merupakan salah satu strategi yang dipakai oleh PT. Pos Indonesia (PERSERO) sebagai salah satu cara untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam konteksnya strategi yang dibentuk oleh PT. Pos Indonesia (PERSERO) telah menjadi suatu bentuk strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi sebagai wadah untuk memberikan wawasan kepada pesertanya serta sebagai media interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Hubungan dengan publik merupakan sebagai alat, pendukung, atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi perusahaan dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan publik perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau tidak benar tentang perusahaan.

Dengan adanya perlombaan ini tentunya diharapkan dapat tercipta hubungan saling menguntungan antara kedua belah pihak baik dari pihak perusahaan maupun pihak peserta, apalagi dengan adanya strategi dalam penyusunannya akan lebih mengarahkan kepada hubungan harmonis yang tercipta dan otomatis citra perusahaan di kalangan peserta yang tidak lain adalah masyarakat akan baik.

Berdasarkan fakta diatas maka penulis berniat untuk memahami apa saja yang dilakukan PT POS dengan baik dan benar dalam strateginya melalui lomba

menulis artikel. Hal ini sangat menarik untuk diteliti karena banyak sekali terdapat faktor-faktor menarik dalam perlombaan menulis artikel ini. Penelitian ini juga penting dilakukan karena dapat menjawab teka-teki apa saja yang biasa dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga dan membentuk nama baiknya yang juga melibatkan peran dari masyarakat luas.

Dari latar belakang diatas, maka Penulis bentuk rumusan masalah dari penelitian ini adalah "*Bagaimana Strategi Komunikasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke-265 di Bandung".*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penulis mengidentifikasikan masalah yang akan diteliti supaya lebih terfokus dengan menyusunnya menjadi berupa pertanyaan-pertanyaan, yaitu sebagai berikut

1. Bagaimana mengenal khalayak PT. POS INDONESIA (PERSERO) di perlombaan menulis artikel dalam Rangka Memperingati HUT yang ke-265 di Bandung ?
2. Bagaimana penyusunan pesan PT. POS INDONESIA (PERSERO) dalam perlombaan menulis artikel yang dilakukan Dalam Rangka Memperingati HUT yang ke-265 di Bandung ?
3. Bagaimana penetapan metode PT. POS INDONESIA (PERSERO) yang digunakan untuk perlombaan menulis artikel Dalam Rangka Memperingati HUT yang ke-265 di Bandung?

4. Bagaimana penggunaan media PT. POS INDONESIA (PERSERO) dalam perlombaan menulis artikel Dalam Rangka Memperingati HUT yang ke-265 di Bandung ?
5. Bagaimana strategi komunikasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) yang digunakan dalam perlombaan menulis artikel Dalam Rangka Memperingati HUT yang ke-265 di Bandung?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan dan merumuskan persoalan yang penelti teliti tentang Strategi Komunikasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui khalayak PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke 265 di Bandung .
2. Untuk mengetahui pesan PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke 265 di Bandung.

3. Untuk mengetahui metode PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke 265 di Bandung .
4. Untuk mengetahui media PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke 265 di Bandung .
5. Untuk mengetahui strategi komunikasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan menulis artikel dalam rangka memperingati HUT yang ke 265 di Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaaan Teoritis

Secara teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai salah satu pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan pengembangan keilmuan.Hasil penelitian ini secara teoritis dapat digunakan agar mengetahui strategi komunikasi PT POS INDONESIA melalui perlombaan menulis artikel dan dapat memberikan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi yang efektif dan juga membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi penulis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan bagi Penulis

   Penelitian ini dilakukan oleh penulis karena berguna untuk penulis sendiri sebagai salah satu bentuk aplikasi dari keilmuan yang selama masa perkuliahan hanya diterima materinya hanya berupa secara teori.

2. Kegunaan Bagi Akademik

   Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum yaitu mahasiswa/mahasiswi ilmu komunikasi. Penelitian ini juga berguna untuk literatur bagi penulis selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3. Kegunaan Bagi Perusahaan

   Memberikan masukan kepada PT POS INDONESIA (PERSERO) mengenai aspek-aspek kualitas isi pesan melalui kegiatan perlomaan menulis artikel dan berguna sebagai bahan referensi atau evaluasi tentang strategi komunikasi.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Strategi komunikasi merupakan suatu proses yang berjalan secara terus-menerus dalam kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi menjadi sebuah alat untuk menentukan arah dari bentuk komunikasi yang dilakukan, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif tidak dapat dipungkiri banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga perlu memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang dilakukan adalah mengenal khalayak atau sasaran.

Kemudian berdasarkan pengenalan komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat ditangani,juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang bersumber dari komunikator lain.

Setelah mengenal khalayak dan situasinya maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, menetapkan metode atau cara penyampaian pesan, dan baru memikirkan penggunaan media yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas definisi strategi yang penulis gunakan untuk menentukan sub fokus adalah definisi strategi menurut Jalaludin Rahmat yaitu :

> "Strategi adalah suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktifitas termasuk dialamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan."(Rahmat,2001,201)

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin dalam bukunya "Strategi Komunikasi", mengemukakan bahwa :

> "Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran" (Arifin 1984:56).

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi, yaitu:

1. Mengenal Khalayak, dengan mengenal khalayak, diharapkan komunikasi dapat berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan, setelah khlayak dan situasinya jelas diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.
3. Menetapkan Metode, di dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek: (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :
    a. Metode Redudancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.

b. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap-sikap dan motif khalayak.

c. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta-fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.

d. Metode koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.

4. Seleksi dan Penggunaan Media, penggunaan media merupakan alat penyalur ide dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media secara selektif artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak, secara tekhnik dan metode yang diterapkan.

Sejalan dengan pemikiran yang diiungkapkan oleh dari Onong Uchyana Effendy yang menyatakan bahwa :

> "Strategi adalah perpaduan antara perencanan komunikasi *(communication planning)* dengan manajemen komunikasi *(communication management)* untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Unutk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan,

> dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi" (effendy, 2003:301)

Demikian beberapa uraian tentang urgensinya strategi komunikasi khususnya dalam proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efesien dalam mencapai tujuan didirikannya.

Adapun definisi singkat dari sub fokus dalam penelitian ini ialah rencana dengan pengertian suatu proses untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan, kegiatan adalah perbuatan atau tindakan yang telah dipikirkan sebelumnya untuk dilakukan, pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, dan terakhir citra adalah pandangan akibat dari sesuatu yang biasanya diharapkan memiliki nilai positif.

Adapun penjelasan tentang penelitian ini bersumber dari komunikasi, komunikasi bermedia yang dilakukan PT POS INDONESIA (PERSERO) secara garis besar dimaksudkan agar arus komunikasi berlangsung secara cepat, tepat, dan terarah, serta memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada khalayak..

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan tentang "Strategi komunikasi PT. POS INDONESIA (PERSERO) melalui perlombaan artikel di Bandung " yang merupakan konsep dalam penelitian ini. Seperti yang

sudah dijelaskan diatas tentang strategi komunikasi maka penulis akan mengaitkan dengan konsep atau judul yang telah dibuat.

Pada kerangka konseptual ini penulis akan mencoba mengaplikasikan definisi strategi komunikasi pada masalah penelitian, dalam menyusun sebuah strategi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah **mengenal khalayak**, dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tetapi juga saling mempengaruhi, artinya khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak, disini pos harus menentukan target sasaran, siapa yang akan menjadi pesertanya dalam perlombaan artikel ini atau siapa yang akan berpartisipasi dalam perlombaan ini.

Agar berlangsungnya suatu komunikasi yang tercapai dan hasilnya positif,maka komunikastor harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam **pesan**, **metode**, dan **media**.

Setelah mengenal khlayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah **menyusun pesan**, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian.

Menurut Wilbur Scramm (1955) mengajukann syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut sebagai berikut :

a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan tersebut dapat menarik perhatian sasaranyang dituju
b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
c. Pesan harus membangkitkan kebutuhna pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan.
d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok.

Dari penjelasan diatas maka dapat diketengahkan bahwa yang menarik perhatian itu pada suatu komunikasi yaitu intensitas dan pokok persoalannya, suatu pesan akan menarik perhatian selama ia memberikan harapan atau hasil yang ada dan kuat relevansinya dengan persoalan tersebut.

Pesan yang terkandung dalam perlombaan ini salah satunya sadar terhadap pentingnya fungsi dan peran pelayanan Pos yang strategis bagi masyarakat, bangsa dan Negara.

Untuk mencapai efektifitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan, yang diselaraskan dengan kondisi khalayak maka juga akan turut dipengaruhi oleh **metode-metode** penyampaiannya kepada sasaran.

Apabila metode yang digunakan pos baik, maka khalayak dapat mencerna pesan tersebut dengan baik pula,

Sebagaimana dalam menyusun pesam dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif, dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan **media** pun harus demikian pula.

Media publisitas yang digunakan pos sangat mempengaruhi hasil dari sebuah strategi itu sendiri, yang dimana apabila medianya tepat maka khalayak pun mudah menerima pesan yang disampaikan.

Fokus dan Sub fokus dari penelitian ini jika di terapkan dalam kerangka praktis konseptual akan menjadi suatu langkah yang dilakukan oleh PT. POS INDONESIA (PERSERO) untuk mencapai tujuan yang direncanakan melalui perlombaan menulis artikel dengan mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan penggunaan media yang digunakan.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Mengenal Khalayak

1. Ditujukan untuk siapa saja perlombaan menulis artikel?
2. Apakah perlombaan ini memiliki batasan umur atau pekerjaan?

Menyusun Pesan

1. Apa yang diharapkan anda dari khalayak dengan adanya kegiatan ini?
2. Apakah tujuan penyelenggaraan lomba ini?
3. Apakah tujuan tersebut tercapai?
4. Apa maksud dari kegiatan ini?

5. Pesan apa yang disampaikan dengan diadakannya perlombaan menulis artikel ini?

Penetapan Metode

1. Bagaimana metode yang digunakan dalam kegiatan ini?
2. Apakah metode yang digunakan cukup efektif?
3. Kapan Perlombaan ini diadakan?
4. Kegiatan apa yang dilakukan PT. Pos Indonesia di HUT sebelum-sebelumnya?

Penggunaan Media

1. Media apa yang digunakan untuk mempublikasikan perlombaan menulis artikel?
2. Apa alasan menggunakan media tersebut?
3. Apakah media tersebut efektif

Strategi

1. Seperti apa strategi komunikasi yang digunakan dalam perlombaan menulis artikel?
2. Kenapa Strategi HUT PT.Pos Indonesia ini yang dipakai?

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur yang digunakan dalam upaya mendapatkan data atau informasi yang diperlukan guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Penentuan dan teknik yang digunakan haruslah dapat mencerminkan relevansi dengan fenomena penelitian yang telah diuraikan dalam konteks penelitian. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah :

> "Salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati."(1992: 21-22)

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perpektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yakni merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya.

Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.

Metode deskriptif, yaitu menggambarkan dan menganalisa data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan keadaan yang nyata. Hal ini sejalan dengan Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi.

> "Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat". (Rakhmat, 2002:22).

1.8 Subjek dan Informan

1.8.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang diambil untuk menjadi pembahasan dalam penelitian adalah PT. POS INDONESIA (PERSERO) yang terlibat dalam perlombaan menulis artikel.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan secara sengaja dengan beberapa pertimbangan. Informan yang dimaksud adalah informan yang terlibat langsung atau informan yang dianggap mempunyai kemampuan dan mengerti permasalahan terkait strategi komunikasi di PT.Pos Indonesia.

Pemilihan informan dalam penelitian ini, diperoleh dengan melakukan kegiatan wawancara yang dilakukan terhadap 3 informan, terdiri dari dewan juri yang bersangkutan dan karyawan PT. Pos Indonesia,

1.8.2 Informan

Informan penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Di antara sekian banyak informan tersebut, ada yang disebut narasumber kunci (*key informan*) seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.

Tabel 1.1
Daftar Informan

NO	Nama	Keterangan
1	Riyan Hardiyana	Marketing
2	Tita Puspitasari	Manager Public Relation
3	Fitriana Sundari	Customer Care

1.9 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

   Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil menatap muka antara si penanya atau si pewawancara dengan si penjawab atau informan dengan menggunakan berbagai alat yang dinamakan *Interview Guide* atau dalam bahasa Indonesia pedoman Wawancara Wawancara mendalam yang dilakukan oleh penulis yaitu kepada dewan juri, Humas dan peserta yang berpartisipasi dalam perlombaan ini.

2. Observasi

   Cara observasi dilakukan penulis untuk menunjang data yang telah ada. Observasi penting dilakukan agar dalam penelitian tersebut data-data yang diperoleh dari wawancara dan sumber tertulis dapat di analisis dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses dilapangan. Observasi penelitian dilakukan dengan cara mendatangi dan melihat langsung Kantor Pos Indonesia dalam mengadakan perlombaan menulis artikel di Bandung.

3. Studi Kepustakaan

   Penulis mengumpulkan data-data dari buku-buku dan referensi lain yang menunjang penelitian. Sehingga didapatkan teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian untuk melengkapi penelitian.

4. Internet *Searching*

   Internet *Searching* atau dalam bahasa indonesia biasa disebut pencarian lewat internet seperti namanya metode ini dilakukan dengan cara melakukan pencarian ke situs-situs untuk kelengkapan data penelitian.

5. Studi Dokumentasi

   Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara meminta data yang telah ada sebelumnya.(Djarwanto,1990:23)

1.10 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Penulis menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaam terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan penulis dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan.

Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *membercheck*. (Sugiyono, 2005:270)

1. **Perpanjangan pengamatan**, berarti penulis kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru.
2. **Peningkatan ketekunan**, berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.
3. **Triangulasi**, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan

wawancara, observasi,atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiyono, 2005:270-274)

4. **Diskusi dengan teman sejawat**, teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Pemeriksaan sejawat berarti pemerikasaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka penulis dapat me-*review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. (Moleong, 2007:334)
5. **Analisis kasus negatif**, penulis mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.
6. ***Membercheck*** proses pengecekan data yang diperoleh penulis kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.(Sugiyono, 2005:275-276)

1.11 Teknik Analisis Data

Dalam setiap kegiatan penelitian pasti diperlukan adanya suatu analisis data sebagai media pengumpulan data. “Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar” (Patton dalam Moleong, 1980 : 268).

Dalam penelitian kualitatif analisis data dilakukan sepanjang penelitian tersebut berlangsung. Hal ini dilakukan melalui deskripsi data penelitian, penelaahan tema-tema yang ada, serta penonjolan-penonjolan pada tema tertentu (Creswell, 1998 : 65).

Teknik analisis data dilakukan sepanjang proses penelitian sejak penelitian memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Terkait dengan itu, teknik analisis data yang akan ditempuh penulis melalui empat tahap yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikkan kesimpulan Seperti digambarkan di bawah ini model komponen-komponen analisis data model interaktif.

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Tahap pertama “**pengumpulan data**”

   Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangakaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.

2. Tahap kedua “**reduksi data**”

   Miles dan Huberman (Suprayogo dan Tobroni, 2001 : 193) menyatakan bahwa :

> “Reduksi data diartikan sebagi proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung.”

Hasil wawancara di lapangan akan dituangkan dalam sebuah narasi yang kemudian disederhanakan dengan memilih hal-hal yang sejenis dan dibutuhkan serta mengelompokkannya sesuai pembahasan agar lebih mudah dalam penyajiannya.

3. Tahap ketiga “**penyajian data**”

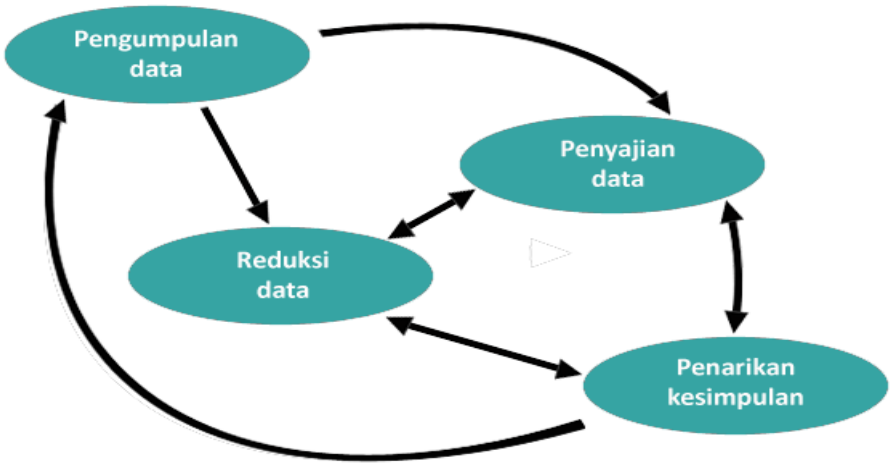
   Penyajian hasil dari penelitian akan dipaparkan berdasarkan temuan-temuan di lapangan dengan bahasa khas dari informan yang disertai bahasa indonesia agar mudah dipahami. Melakukan interpretasi data yaitu mengintepretasikan apa yang telah diintepretasikan oleh informan terhadap masalah yang diteliti.

4. Tahap keempat “**penarikkan kesimpulan**”

   Logika yang dilakukan dalam penarikan kesimpulan penelitian kualitatif bersifat induktif (dari khusus ke umum), seperti dikemukakan Faisal (Bungin, 2003 : 68-69) bahwa :

   > “Dalam penelitian kualitatif digunakan logika induktif abstraktif. Suatu logika yang bertitik tolak dari khusus ke umum, bukan dari umum ke khusus sebagaimana dalam logika deduktif verifikatif. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data menjadi tak mungkin dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan atau berlangsung serempak. Prosesnya berbentuk siklus, bukan linier. Huberman dan Miles melukiskan siklusnya seperti terlihat pada gambar berikut ini” :

Gambar 1.1
Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif



Sumber : Miles and Huberman (1992 : 20)

Penarikan kesimpulan mulai dari permulaan pengumpulan data, mencari arti, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Kemudian penulis berkompeten untuk membentuk kesimpulan-kesimpulan dan tetap terbuka, namun pada mulanya belum jelas dan kemudian menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan satu kesatuan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut "analisis".

1.12 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT Pos Indonesia (Persero) Wilayah Bandung Jl. Asia Afrika No. 49, Telp. (022) 760677575 Bandung.

1.12.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 4 bulan yaitu pada bulan November 2011 s/d Februari 2012. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian

Tabel 1.2
Waktu dan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	November2011				Desember2011				Januari 2012				Februari 2012			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																
2	Penulisan Bab 1																
	Bimbingan																
3	Seminar UP																
4	Penulisan Bab II																
	Bimbingan																
5	Penulisan Bab III																
	Bimbingan																
6	Pengumpulan Data																
	Wawancara																
	Bimbingan																
7	Pengolahan Data																
	Penulisan Bab IV																
	Bimbingan																
8	Penulisan Bab V																
	Bimbingan																
9	Penyusunan Bab																
10	Sidang kelulusan																

Sumber : Peneliti 2011

1.13 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Hasil Penelitian, Kerangka Pemikiran, Daftar Penelitian, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Subjek dan Informan, Teknik Analisis Data, Uji Keabsahan Data, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Tinjauan pustaka ini berisi tentang data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian yang lain yang data dijadikan asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan penulis.

BAB III: TINJAUAN ORGANISASI

Berisi tentang sejarah PT POS INDONESIA (PERSERO), struktur organisasi PT POS INDONESIA (PERSERO), visi dan misi PT POS INDONESIA (PERSERO), strategi komunikasi perusahaan PT POS INDONESIA (PERSERO), tujuan PT POS INDONESIA serta hal lain-lainnya.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pembahasan yang meliputi identitas informan data yang diperoleh penulis, dan data hasil penelitian yang diperoleh dideskripsikan, hal

ini untuk menjawab rumusan masalah dan identifikasi yang telah dirumuskan.

BAB V : PENUTUP

Berisikan rangkuman yang merupakan ringkasan dari keseluruhan permasalahan dan berisi kesimpulan penelitian serta saran-saran yang membangun setelah penulis melakukan penelitian.