

# POLA KOMUNIKASI PELAYANAN PUBLIK PT.POS INDONESIA WILAYAH KOTA PALEMBANG

**Resti Agustina**  
**Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu komunikasi**  
**Universitas Bina Darma Palembang**  
**Jl. Jend A. Yani No.12 Plaju, Palembang**  
**Email: RestinaAgustina@gmail.com**

---

**Abstract :** *Abstract, Penelitian ini berjudul "Pola Komunikasi Pelayanan publik PT.Pos Indonesia wilayah Kota Palembang". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi pelayanan publik di PT.Pos Indonesia yang berada di kota Palembang dengan melihat teori komunikasi pelayanan komunikasi, bagaimana pola pelayanan yang seharusnya dipraktekkan di instansi pemerintah khususnya PT.Pos Indonesia. Dengan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan untuk pengumpulan data menggunakan metode dengan Cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teori Komunikasi Pelayanan publik. Lokasi penelitian ini terletak di jalan Merdeka No. 3 19 ilir Kecamatan Bukit Kecil, 19 ilir Barat 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30132. Saat ini PT Pos Indonesia sudah menerapkan budaya 5s (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) tujuan diberlakukannya ini untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah yang datang atau berkunjung ke Kantor Pos. Dan dengan adanya aplikasi giro mobile yang dimiliki PT Pos Indonesia, tujuan dengan adanya aplikasi ini adalah untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi kantor pos. Hasil penelitian ini adalah praktek komunikasi yang terdapat di kantor pos sesuai dengan teori pola komunikasi pelayanan publik yang mengatakan fungsi utama dari pemerintah adalah memberikan pelayanan yang baik untuk mengatur dan mengurus masyarakat, dan PT Pos yang merupakan Instansi milik pemerintah Indonesia sendiri selalu memberikan inovasi yang terbaik untuk kenyamanan dan kemudahan dimasyarakat dalam berinteraksi dengan sesama.*

*Kata kunci: Kantor Pos, Pelayanan, Komunikasi*

**Abstrak :** *Abstract, this research entitled "Public Service Communication Patterns of PT.Pos Indonesia in Palembang City". The purpose of this study is to determine the pattern of public service communication in PT.Pos Indonesia in the city of Palembang by looking at the communication service communication theory, how the service patterns should be practiced in government agencies, especially PT.Pos Indonesia. With the research method used by researchers in this study is a qualitative method with a descriptive approach. And for data collection using methods by means of interviews, observation and documentation. The theory used in this research is using public service communication theory. The location of this research is located on Jalan Merdeka No. 3 19 ilir Bukit Kecil Subdistrict, 19 ilir Barat 1, Palembang City, South Sumatra 30132. Currently PT Pos Indonesia has implemented the 5s culture (smile, greeting, greeting, courtesy and courtesy) the purpose of this is to provide comfort to customers who come or visited the Post Office. And with PT Pos Indonesia's mobile checking account application, the purpose of this application is to make it easier for customers to make transactions without having to go to the post office. The results of this study are the communication practices in post offices in accordance with the theory of public service communication patterns which say the main function of the government is to provide good services to organize and manage the community, and PT Pos, which is an institution owned by the Indonesian government itself, always provides the best innovation comfort and convenience in the community in interacting with others.*

*Keywords: Post Office, Services, Communication*

---

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Cangara (2006:16) Komunikasi merupakan salah satu proses yang mendasar dan penting dalam kehidupan manusia, mendasar karena setiap orang dalam kehidupannya selalu melakukan komunikasi. Jadi Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan di dalam usaha bisnis, namun dalam kehidupan manusia secara umum.

Sedangkan menurut Rubben (Muhammad, 2009:3) “komunikasi adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, menggunakan, informasi untuk mengkoordinasikan lingkungan dan orang lain.

Dari beberapa definisi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam komunikasi terdapat hubungan antara orang dengan orang, orang dengan lembaga dan sebaliknya serta komunikasi berguna untuk menciptakan hubungan saling pengertian satu sama lain untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Sebagaimana telah diketahui PT Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos..Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia.Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 .

Perkembangan jasa pengiriman barang dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas.Hal itu dapat dilihat dari ketatnya

persaingan pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan.Berbagai perusahaan pengiriman barang dan bayaknya industry yang bergerak dibidang pengiriman barang.Hal ini seakan-akan menyiratkan bahwa setiap perusahaan harus mampu memberikan kualitas layanan jasa yang memuaskan bagi para pelanggan. public.

Pelayanan yang dimaksud pada peneliti ini masuk kedalam kategori pelayanan public karena merupakan program kerja yang dibuat pemerintah untuk masyarakat. Pelayanan public adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan

peraturan perundang undang bagi setiap warga Negara penduduk atas barang,jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggaraan pelayanan public dalam UU No. 25 tahun 2009 tentang pelayanan public yang terdapat dipasal 1 ayat 1.

Undang-undang nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Artinya memang situasi dan kondisi sekarang sudah mengharuskan setiap pemerintahan, baik pusat maupun daerah mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas. Undang undang nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mengatur tentang prinsip prinsip pemerintahan yang baik yang merupakan efektivitas fungsi-fungsi pemerintahan itu sendiri.

Pelayanan Publik yang dilakukan oleh pemerintahan atau korporasi yang efektif dapat memperkuat demokrasi dan hak asasi manusia, kompromosikan kemakmuran ekonomi, kohesi social, mengurangi kemiskinan meningkatkan perlindungan lingkungan, bijak dalam pemanfaatan sumber daya alam, memperdalam

kepercayaan pada pemerintahan dan administrasi public.

Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan undang-undang bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggaraan pelayanan public (Pasal 1 Bab 1 Undang undang No. 25 Tahun 2009).

Kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan dalam melayani masyarakat, karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pemberi pelayanan maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Maka disini peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai bagaimana bentuk pola dari kualitas pelayanan, dan juga ingin mengetahui Bagaimana pola pelayanan kantor pos Palembang terhadap nasabah.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian ini yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang mana peneliti berusaha untuk menggambarkan secara detail mengenai segala data informasi yang diperoleh dari suatu hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dan metode pengumpulan datanya dengan cara wawancara, observasi dan juga dokumentasi.

### 3.1. Informan

Informan pada penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Informan utama pada penelitian ini adalah Erna Puji Rahayu, (28th) selaku Manajer Pelayanan Jasa Keuangan di kantor pos yang dapat memberikan

informasi-informasi mendalam mengenai pelayanan sebagai media komunikasi dengan nasabah/masyarakat..

Informan pendukung dalam penelitian ini yang pertama adalah Dewi Sartika (38th) selaku Staff Pelayanan dari kantor Pos, dan Informan yang kedua adalah Eka pransiska pratiwi (30th) selaku Staf Customer Servis.

## 3. HASIL

### 4.1 Bentuk Pola komunikasi pelayanan yang di PT.Pos Indonesia Wilayah Palembang

Pola Komunikasi merupakan serangkaian dua kata, karna keduanya mempunyai keterkaitan makna sehingga mendukung makna lainnya. Kata pola dalam KBBI artinya bentuk atau system, Cara atau bentuk (struktur) yang tepat, yang mana pola dapat dikatakan contoh atau cetakan. Pola juga bisa diartikan bentuk atau cara menunjukkan dari suatu objek.

Sedangkan istilah komunikasi berasal dari Bahasa Latin *communicatos* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama.

“secara umum pola komunikasi (*patterns of communications*) yang ada

dilingkungan Pt. Pos Indonesia Sebagai berikut:

- Komunikasi dari atas ke bawah Yakni komunikasi dari atasan kepada bawahan atau pengikut. Aliran komunikasi ini umumnya terkait dengan tanggung jawab pimpinan dalam organisasi.

- Komunikasi dari bawah ke atas Yakni komunikasi dari bawah ke atas merupakan pemindahan informasi dari bawahan atau pengikut kepada atasan atau pimpinan. Komunikasi ini biasanya berisikan laporan laporan kerja, penyampaian aspirasi dan sebagainya.

- komunikasi horizontal Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang terjadi antar bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi. Dalam hal ini, komunikasi dilakukan untuk melakukan persuasi mempengaruhi dan memberikan informasi kepada bagian lain yang sederajat.

- Komunikasi diagonal Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang melibatkan antara dua tingkat (level organisasi yang berbeda) biasanya, komunikasi ini terjadi pada organisasi yang berskala besar.

4.2 Bagaimana Pola dari jenis pelayanan PT.Pos Palembang terhadap Masyarakat.

Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga menghasilkan feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu; pola komunikasi primer,

pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular .

a. Pola Komunikasi Primer.

Pola ini merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada

komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal komunikasi dengan cara lisan dan lambang non verbal melalui isyarat dan lain-lain.

b. Pola Komunikasi Sekunder.

Pola komunikasi secara sekunder adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media media pertama.

c. Pola Komunikasi Linear.

Pola Komunikasi Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (face to face), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

d. Pola Komunikasi Sirkular.

Pola komunikasi Sirkular jika dilihat dari sisi harfiah berarti bulat, bundar. Dalam proses sirkular terjadi feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya perubahan arus dari yang awalnya

komunikasikan ke komunikator, yang mana menjadi penentu utama keberhasilan komunikasi.

Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus-menerus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan

4.3 pelayanan PT.Pos sebelum dan sekarang

Dari perkembangan segi pelayanan yang dimiliki PT.Pos Indonesia untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat Indonesia tidak hanya memiliki pelayanan dalam hal pengiriman surat saja.

tapi tp PT. Pos Indonesia untuk saat ini bisa melakukan pembayaran misalnya asuransi, pengiriman uang dari dalam ke luar negeri.dan juga untuk pelayanan dalam bentuk jasa keuangan terdapat pembayaran BPJS, ID Biling, dan pembayaran Pajak.

Dalam bentuk pelayanan dalam hal penerimaan paket. Untuk paket jalan memiliki bentuk Surat tersendiri dan bisa menggunakan Express dan tunai jadi hari ini pengiriman 3-4 hari sampai.

Kalau untuk didaerah lubuk linggau dan baturaja ya misalnya kita pakek express Dalam hal perbedaan antara pelayanan yang dilakukan PT. Pos Indonesia dulu dan sekarang Jelas ada perbedaannya, dahulu PT. Pos Indonesia masih banyak menggunakan dan mengoperasikan sistemnya secara manual yakni nasabah harus mengunjungi PT. Pos Indonesia untuk melakukan

transaksi, dan sekarang PT. Pos Indonesia telah menggunakan sistem secara online jadi nasabah tidak perlu datang mengunjungi PT. Pos Indonesia dalam melakukan transaksi.contohnya jasa keuangan seperti pembayaran pajak, dan yang lainnya, untuk saat ini PT. Pos Indonesia sudah memiliki Pos Giro Mobile seperti: M-Banking.

Dampak yang terjadi terhadap PT. Pos Indonesia dengan telah adanya pesaing usaha tidak terlalu signifikan didalam jumlah nasabah yang bertransaksi oleh PT. Pos Indonesia dikarenakan PT Pos Indonesia satu- satunya perusahaan yang bisa melayani pengiriman barang ke pelosok daerah untuk saat ini dan terkadang JNE dan JNT melakukan penitipan kiriman ke PT Pos Indonesia.

contohnya layanan parcel yang dimiliki PT. Pos Indonesia pihak perusahaan lainnya meminta bantuan dari pos untuk pengiriman sampai ke

pelosok. Dan untuk pengiriman paket barang besar juga masih ada layanan logistic, Apa sih logistic itu? Nah logistic itu untuk pengiriman paket diatas 25 kilo, jadi PT.Pos Indonesia bisa pakai layanan logistic, kalau untuk JNE dan JNT dan yang lainnya mereka belum menggunakan dengan logistic.

jadi terkait peningkatan atau penurunan jumlah nasabah dikarenakan munculnya pesaing usaha tidak memberikan dampak bahkan tetap menjadi pilihan terbaik oleh para nasabahnya.

Pola komunikasi yang digunakan PT.Pos Indonesia yakni Pola Komunikasi Primer dan pola komunikasi sekunder.

Pola komunikasi primer dapat dilihat dengan adanya interaksi atau bisa disebut komunikasi verbal antara nasabah dengan pihak PT. Pos Indonesia khususnya pada bagian customer servis, Pola komunikasi Sekunder dengan adanya layanan terbaru dari PT. Pos Indonesia yaitu Giro Mobile yang bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi di PT. Pos Indonesia.

Setiap perusahaan pasti memiliki Kendala atau hambatan, pasti semua perusahaan memilikinya salah satu kendalanya yakni PT. Pos termasuk perusahaan yang sudah lama dan rata-rata SDM yang dimiliki PT. Pos Indonesia berusia 50 tahun keatas dan rata-rata dengan

mengikuti perkembangan saat ini yang serba menggunakan Handphone kadang terkendala dalam pengoperasian perangkat tersebut dikarenakan SDM dibagian pelayanan yang dimiliki PT. Pos rata-rata berusia diatas 50 tahun.

Dan dalam bentuk pelayanan pengayoman dari pemerintah melalui PT Pos Indonesia kenasabah atau kemasyarakat yakni dengan adanya BST ( Bantuan social Tunai ) jadi pemerintah itu alhamdulillahnya masih mempercayakan dengan Pos Indonesia satu-satunya perusahaan yang bisa mengantarkan barang ke plosok plosok desa dan bisa menjangkau semua masyarakat yang ada di Indonesia jadi kalau perbankan atau perusahaan

pelayanan pengiriman lainnya belum bisa menjangkau desa-desa maka PT. Pos bisa

melakukan hal tersebut. Infrstruktur, jasa ataupun barang yang sudah dikembangkan oleh PT Pos Indonesia ini untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah saat ini dibandingkan yang dulu.

dan hal untuk meningkatkan keinginan atau minat konsumen terhadap Kantor Pos sampai saat ini Salah satunya mungkin itu tadi ya inovasi kalau sekarang, kalau duluan kita belum ada logistic. Kita ada kiriman logistic dalam jumlah besar diatas 25 kilo untuk disurat dan faket tentunya terus untuk korkorat juga.

Apa sih korkorat itu sendiri? Maksud dengan Korkorat itu sendiri yaitu Kerjasama antara Pos dengan Perusahaan-perusahaan untuk pengiriman surat dan pakatnya itu juga bisa, jadi ada PKS dan kerjasamanya sendiri gitu, jadi gak cuman untuk perorangan saja tapi sudah menyangkut keperusahaan-perusahaan untuk pengiriman surat paket melalui PKS, selain itu juga kita ada Pos Dana di Giro Mobile tadi, dan gak harus datang kekantor Pos pun tetap bisa melakukan transaksi yang ada dikantor Pos.

Dengan pembahasan dari teori komunikasi pelayanan dan hasil wawancara yang dilakukan maka PT. Pos Indonesia yang merupakan salah satu perusahaan yang dimiliki pemerintah dan didalam teori komunikasi menyatakan perusahaan yang dimiliki pemerintah harus memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dan PT. Pos sudah dan akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia untuk hidup yang lebih baik.

#### **4. SIMPULAN**

Dari pembahasan dan hasil penelitian penulis menyimpulkan

1) Pola komunikasi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia wilayah Palembang adalah pola komunikasi primer dan pola komunikasi sekunder.

2) Sifat Pola komunikasi adalah bersifat kekeluargaan yang membuat nasabah nyaman dengan keramahan pihak Pt. Pos dari penyambutan pihak satpam sampai pelayanan pembayaran, pengambilan dan lain-lain.

3) Pelayanan yang dimiliki PT.Pos tidak hanya pengiriman surat saja tetapi bisa untuk melakukan pembayaran misalnya asuransi, pengiriman uang, pembayaran BPJS, dan ID biling.

4) Perbedaan pelayanan dulu menggunakan manual dan yang sekarang sudah menggunakan dengan system

5) PT.Pos melayani pengiriman barang ke plosok-plosok contohnya layanan parcel.

6) SDM dengan usia 50 tahun keatas menghadapi hambatan dengan menggunakan teknologi komunikasi.

7) Infrastruktur saat ini telah dikembangkan oleh PT.Pos untuk kenyamanan kepada nasabah

## DAFTAR RUJUKAN

Buku:

Alo Liliweri, 2009, Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya, Cet. IV, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Burhan Bunin, 2008 penelitian Kualitatif, Jakarta: kencana pranada media group.

Cangara Hafied. 2006 Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Cangara Hafied, 2011 Pengantar Ilmu Komunikasi, Cet. XII, Jakarta: PT.Raja Grafindo.

Deddy Mulyana, 2010 Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. XIV, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,.

Departemen Pendidikan dan kebudayaan, 1996. Kamus Besar Bahasa

Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka,.

Dwiyanto, Agus. 2011. Manajemen Pelayanan Public. Yogyakarta: Gadjadara University Press

Eko Harry Susanto, 2010 Komunikasi Manusia Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik, Edisi.I, Jakarta: Mitra Wacana Media,

Fajar Marhaeni, 2009 Ilmu Komunikasi &Praktek, Yogyakarta: Graha Ilmu,

Hardiansyah,2015. Komunikasi Pelayanan Public Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Hardiansyah,2015. Undang-Undang Pelayanan Publik. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Ian Dey, 1995 Qualitative Data Analysis, New York, RNY.

Lexy, Y. Moleong, 2002 Metodologi Penelitian Kualitatif,Bandung:Rosda Karya.

Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, 2011 Teori Komunikasi Antarpribadi, Cet. I, Edisi. I, Jakarta: Kencana,

Mukhtar, 2006 metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif, Jakarta: GP Press Group, 2013.Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Stanley J. Baran, 2009 Introduction to Mass Communication Media Literacy and Culture, Edition. 5, New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono, 2010 Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta .
- Uchjana Efendy Onong, 1993 Dinamika Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosidakarya.
- Ujang Saefullah, 2007 Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama Cet.I, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Werner J. Severin dan James W. Tankard, 2011 Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, Cet. V, Edisi. V, Jakarta: Kencana.