

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

Bab ini akan memaparkan temuan survei yang dilaksanakan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta. Seperti yang sudah dijelaskan di Bab I, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media komunikasi internal yang saat ini sudah dijalankan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta. Mengkaji permasalahan tersebut peneliti menyebarkan sejumlah kuesioner kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya.

Target penyebaran sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 orang responden, sampel tersebut dilakukan pengambilan dengan *probability sampling*. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 94 kuesioner yang disebarkan, terkumpul 94 dan tidak terdapat kecacatan. Data tabel 3.1. dibawah ini akan memperjelas tingkat pengambilan kuesioner yang diperoleh peneliti.

Tabel 3.1. Tingkat Pengambilan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Respon Rate
Kuesioner yang disebar	94	100%
Kuesioner yang terkumpul	94	100%
Kuesioner yang dianalisis	94	100%

Sumber: Hasil Analisis Data

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan pengambilan data dengan kuesioner, maka terlebih dahulu kuesioner diuji cobakan pada populasi yang mengalami karakteristik yang sama dengan subjek penelitian, kemudian hasilnya dianalisa dengan rumus statistik.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya angket kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program aplikasi oleh data *SPSS Versi 23*. Kuesioner dikatakan valid atau sah, jika butir pertanyaan pada kuesioner dari variabel mampu mengungkapkan atau menjelaskan efektivitas media komunikasi internal yang PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan pada karyawan yang berada di Stasiun Tugu Yogyakarta sebanyak 30 orang. Diuji cobakan pada karyawan tersebut atas pertimbangan bahwa mereka memiliki karakteristik sama dengan responden yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2001) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap valid adalah apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini peneliti menggunakan r_{tabel} pada nilai signifikansi 5%, sehingga diketahui r_{tabel} pada $N = 30$ adalah 0,361.

Adapun uji validitas berdasarkan hasil *SPSS 23 for windows* sebagai berikut:

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Dimensi	Item	Variasi Distribusi Skor	Keterangan
Media Komunikasi Organisasi	P1	0,654	Valid
	P2	0,696	Valid
	P3	0,434	Valid
	P4	0,427	Valid
	P5	0,523	Valid
	P6	0,415	Valid
	P7	0,536	Valid
Media Komunikasi Lisan	P8	0,629	Valid
	P9	0,601	Valid
	P10	0,471	Valid
	P11	0,459	Valid
	P12	0,253	Tidak Valid
	P13	0,494	Valid
	P14	0,521	Valid
	P15	0,580	Valid
Media Komunikasi Tertulis	P16	0,050	Tidak Valid
	P17	0,428	Valid
	P18	0,642	Valid
	P19	0,319	Tidak Valid
	P20	0,464	Valid
	P21	0,396	Valid
	P22	0,538	Valid
	P23	0,746	Valid
	P24	0,564	Valid
	P25	0,472	Valid
	P26	0,450	Valid
Media Komunikasi Elektronik	P27	0,638	Valid
	P28	0,312	Tidak Valid
	P29	0,233	Tidak Valid
	P30	0,560	Valid
	P31	0,333	Tidak Valid
	P32	0,396	Valid
	P33	0,478	Valid
	P34	0,339	Tidak Valid
	P35	0,354	Tidak Valid
	P36	0,463	Valid
	P37	0,532	Valid
	P38	0,215	Tidak Valid
	P39	0,488	Valid
	P40	0,466	Valid
	P41	0,619	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui nilai r hitung atau koefisien korelasi untuk masing-masing sampel $N=30$ tidak semua memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,361). Sehingga bisa dikatakan ada 9 pertanyaan yang tidak valid dari 41 pertanyaan yang disebar untuk uji validitas. Maka dari itu pertanyaan yang tidak valid dihapuskan pada penyebaran kuesioner untuk penelitian ini.

Apabila dalam perhitungan ditemukan pertanyaan yang tidak valid (tidak signifikan pada tingkat 5%), kemungkinan pertanyaan tersebut kurang baik susunan kata-kata atau kalimatnya. Kalimat yang dipakai menimbulkan penafsiran yang berbeda (Singarimbun, 1995: 140).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Reliabilitas kuesioner ini diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan bantuan *computer program SPSS 23 for windows* untuk mempermudah dan mempercepat perhitungan. Menurut Burhan (2002: 312) bahwa instrument yang berupa alat atau angket indek reliabilitas dapat dinyatakan reliabel jika nilai r paling tidak mencapai 0,60 atau lebih besar.

Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,911	41

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

<i>Item</i>	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
<i>item_1</i>	166,03	102,309	,621	,907
<i>item_2</i>	166,07	101,720	,667	,906
<i>item_3</i>	166,17	105,247	,393	,909
<i>item_4</i>	166,57	105,013	,383	,910
<i>item_5</i>	166,60	104,179	,485	,908
<i>item_6</i>	166,60	105,903	,378	,910
<i>item_7</i>	166,67	102,299	,486	,908
<i>item_8</i>	166,57	100,185	,582	,907
<i>item_9</i>	166,60	101,972	,559	,907
<i>item_10</i>	166,50	104,121	,425	,909
<i>item_11</i>	166,77	105,220	,422	,909
<i>item_12</i>	166,57	107,013	,203	,912
<i>item_13</i>	166,50	104,397	,455	,909
<i>item_14</i>	166,57	103,357	,476	,908
<i>item_15</i>	166,63	103,895	,548	,908
<i>item_16</i>	166,53	110,395	-,098	,915
<i>item_17</i>	166,30	105,459	,388	,910
<i>item_18</i>	166,40	102,110	,607	,907
<i>item_19</i>	166,50	107,224	,286	,911
<i>item_20</i>	166,63	104,516	,421	,909
<i>item_21</i>	166,57	104,944	,345	,910
<i>item_22</i>	166,50	103,293	,496	,908
<i>item_23</i>	166,67	100,782	,719	,905
<i>item_24</i>	166,53	104,671	,535	,908
<i>item_25</i>	166,63	105,689	,441	,909
<i>item_26</i>	166,53	105,706	,416	,909
<i>item_27</i>	166,50	102,052	,602	,907
<i>item_28</i>	166,50	106,810	,271	,911
<i>item_29</i>	166,37	107,551	,190	,912
<i>item_30</i>	166,53	103,913	,526	,908
<i>item_31</i>	166,47	106,464	,291	,911
<i>item_32</i>	166,40	105,559	,353	,910
<i>item_33</i>	166,47	104,395	,436	,909
<i>item_34</i>	166,63	105,620	,286	,911
<i>item_35</i>	166,40	105,628	,304	,911
<i>item_36</i>	166,50	104,741	,422	,909
<i>item_37</i>	166,53	103,568	,491	,908

<i>item_38</i>	166,50	107,500	,166	,912
<i>item_39</i>	166,50	103,914	,443	,909
<i>item_40</i>	166,60	104,800	,426	,909
<i>item_41</i>	166,57	102,806	,586	,907

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.3 dan 3.4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,60 dengan mengacu pada pendapat Burhan (2002: 312) bahwasanya dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach 's Alpha* di atas 0,60 atau sama dengan 0,60. Maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Mengacu pada pendapat di atas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel atau handal, sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

C. Deskripsi Data Demografis

Penelitian ini mengambil responden sebanyak 94 orang karyawan sebagai sampel penelitian. Di bawah ini merupakan rincian data demografis responden yang meliputi usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan dan lama kerja di kantor Daerah Operasi VI yang diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5. Umur Responden
N=94 orang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29	40	42,6	42,6	42,6
30-39	25	26,6	26,6	69,1
40-49	19	20,2	20,2	89,4
50-55	10	10,6	10,6	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data Primer (Kuesioner) Berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan tabel 3.5 di atas, dapat diketahui bahwa dari 94 orang responden yang merupakan karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta. Tabel di atas menunjukkan sebanyak 40 orang atau 42,6% responden merupakan karyawan yang berusia 20-29 tahun. Responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 25 orang atau 26,6%. Responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 19 orang atau 20,2% dan sebanyak 10 orang responden berusia 50-55 tahun atau 10,6% dari total responden.

Hasil kuesioner data demografis usia di atas menunjukkan bahwa semua usia responden berada pada usia produktif, yakni usia 15-64 tahun ketika seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu. Tetapi sebanyak 42,6% yang menjadi responden peneliti berada pada usia 20-29 tahun. Usia tersebut lebih banyak mempunyai peluang untuk lebih berprestasi di perusahaan ataupun di organisasi.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat membutuhkan pemikiran anak muda yang mempunyai inovasi sejalan dengan perkembangan jaman untuk senantiasa membuat inovasi-inovasi baru agar PT. Kereta Api Indonesia (Persero) semakin maju dan berkembang. Kemampuan berfikir menjadikan karyawan pada rentang usia 20-29 tahun berbeda dengan pemikirannya yang kreatif.

Tabel 3.6. Jenis Kelamin
N=94 orang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	32	34,0	34,0	34,0
Laki laki	62	66,0	66,0	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data Primer (Kuesioner) Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari tabel 3.6 di atas, dari 94 orang responden dapat dilihat bahwa yang paling banyak mengisi kuesioner adalah laki-laki dengan persentase sebesar 66% atau 62 orang, sedangkan perempuan sebanyak 32 orang atau 34%.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa di lokasi penelitian, yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta, karyawan dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan perempuan. Kondisi ini disebabkan karena karakteristik pekerjaan untuk perempuan terbatas, hanya di sektor perkantoran (*administrasi, customer service dan font liner*). Sedangkan

untuk karakteristik pekerjaan yang dilakukan di lapangan lebih bersifat teknik, dimana kemampuan ini lebih banyak dimiliki oleh laki-laki.

Tabel 3.7. Status Perkawinan
N=94 orang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	2	2,1	2,1	2,1
Menikah	75	79,8	79,8	81,9
Belum menikah	17	18,1	18,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data Primer (Kuesioner) Berdasarkan Status Perkawinan

Tabel 3.7 di atas menunjukkan status pernikahan responden, dan terdapat 2 orang responden yang tidak mengisi pertanyaan tersebut. Sehingga banyaknya responden yang sudah menikah sebanyak 75 orang atau 79,8%, sedangkan responden yang belum menikah sebanyak 17 orang atau 18,1%.

Kebanyakan karyawan yang ada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta sudah menikah. Hal tersebut disebabkan karena semua responden berada pada usia produktif untuk menikah. Selain itu, adanya tunjangan istri dan anak yang menambah penghasilan mereka.

“Mau *ngapain* lagi, kerja *udah* tetap. Ya nikah *aja*. Lagian ada tunjangan buat istri sama anak *ko*” (Wawancara dengan salah satu staff Humas, Firman, November 2016)

Tabel 3.8. Pendidikan Terakhir
N=94 orang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	6	6,4	6,4	6,4
S1	26	27,7	27,7	34,0
S2	1	1,1	1,1	35,1
SMA	56	59,6	59,6	94,7
SMK	5	5,3	5,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data Primer (Kuesioner) Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 3.8 yaitu demografis responden berdasarkan pendidikan terakhir, sebanyak 59,6% atau 56 orang berpendidikan terakhir di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas), dan 5,3% atau 5 orang di bangku SMK (Sekolah Menengah Kejuruan). Sedangkan pendidikan terakhir di perguruan tinggi Diploma 3 sebesar 6,4% atau 6 orang, Strata 1 (S1) sebesar 27,7% atau 26 orang dan Strata 2 (S2) sebesar 1,1% atau 1 orang.

Hasil yang diperoleh berdasarkan pendidikan terakhir yang sebagian besar responden berpendidikan terakhir SMA atau SLTA. Hal tersebut sejalan dengan gencarnya rekrutmen yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada tahun 2015 yang banyak merekrut lulusan-lulusan SMA. Oleh karena itu, data yang peneliti peroleh dari reponden dilapangan sebanyak sebanyak 59,6% atau 56 orang berpendidikan terakhir di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas).

D. Analisis Efektivitas Media Komunikasi

Deskripsi hasil penelitian ini didasarkan pada skor dari kuesioner yang digunakan untuk mengetahui efektivitas media komunikasi organisasi yang ada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta guna menjawab hipotesa dalam penelitian ini. Hal tersebut ditampilkan dalam bentuk skor rata-rata atau *mean*, *modus*, simpangan baku atau *standar deviasi*, nilai terendah atau *minimum*, dan nilai tertinggi atau *maximum*.

1. Efektivitas Media Komunikasi

Variabel efektivitas terdiri dari media komunikasi lisan, tulisan dan elektronik, yang tercakup dalam 32 item pertanyaan yakni kuesioner nomer 1 sampai dengan nomer 32. Data skor efektivitas media komunikasi organisasi di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada karyawan di DAOP VI, dari kuesioner tersebut diperoleh skor terendah 100 dan tertinggi 147. Distribusi frekuensi skor efektivitas media komunikasi organisasi yang disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.9. Distribusi Frekuensi Efektivitas Media Komunikasi Organisasi di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 100-105	5	5,3	5,3	5,3
106-111	3	3,2	3,2	8,5
112-117	4	4,3	4,3	12,8
118-123	17	18,1	18,1	30,9
124-129	26	27,7	27,7	58,5
130-135	18	19,1	19,1	77,7
136-141	12	12,8	12,8	90,4
142-147	9	9,6	9,6	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data Primer 1-32

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat dibuat diagram histogram dan poligon distribusi frekuensi sebagai berikut:

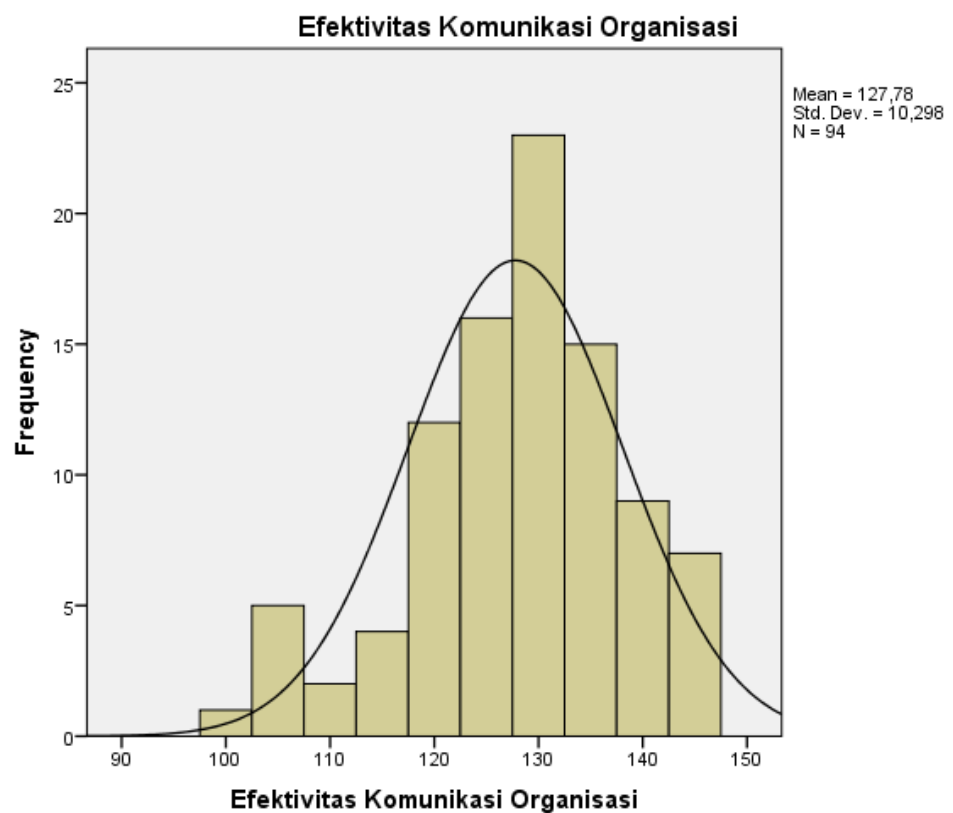


Diagram 3.1. Efektivitas Komunikasi Organisasi

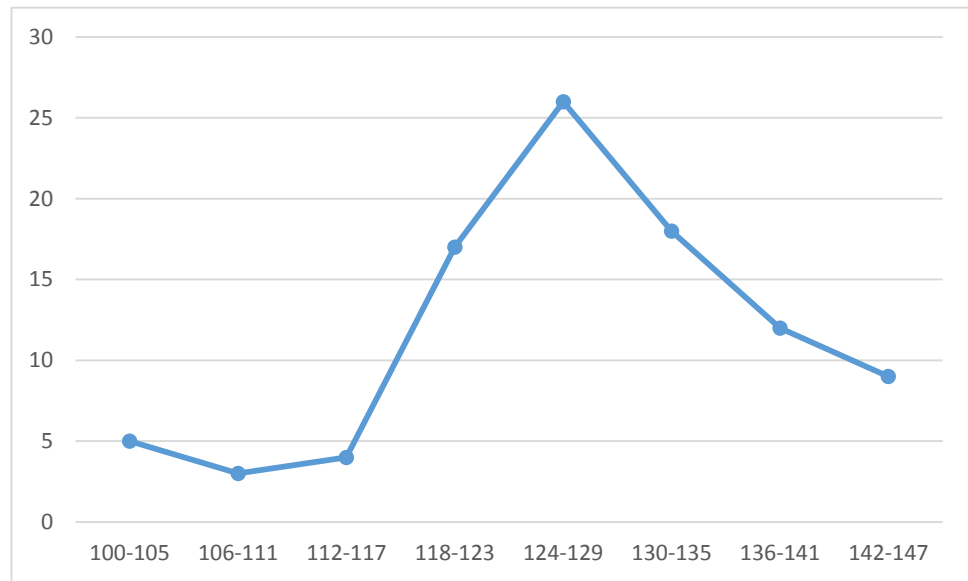


Diagram 3.2. Diagram Poligon Distribusi Frekuensi

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi tersebut dapat dihitung dan diperoleh nilai rata-rata efektivitas sebesar 127,78 yang terdapat pada kelas interval 124-129, nilai tengah atau *median* sebesar 128,00, nilai yang sering keluar atau *modus* sebesar 128 yang terdapat pada kelas interval 124-129, dan terdapat simpangan baku atau *standar deviasi* sebesar 10,298 pada setiap kelasnya. Frekuensi tertinggi terdapat pada interval nomer 5 dengan rentang 124-129 yaitu sebanyak 26 karyawan.

Untuk mendeskripsikan data tersebut, data efektivitas media komunikasi organisasi dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$$X < Y - SD \quad : \text{Kriteria Rendah}$$

$$Y - SD \leq X \leq Y + SD \quad : \text{Kriteria Sedang}$$

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata

X : Skor Efektivitas Media
Komunikasi

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.10. Pengelompokan Efektivitas Media Komunikasi

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 117,482$	12	12,76%	Rendah
$117,482 \leq Y \leq 138,078$	67	71,27%	Sedang
$Y > 138,078$	15	15,95%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 1-32

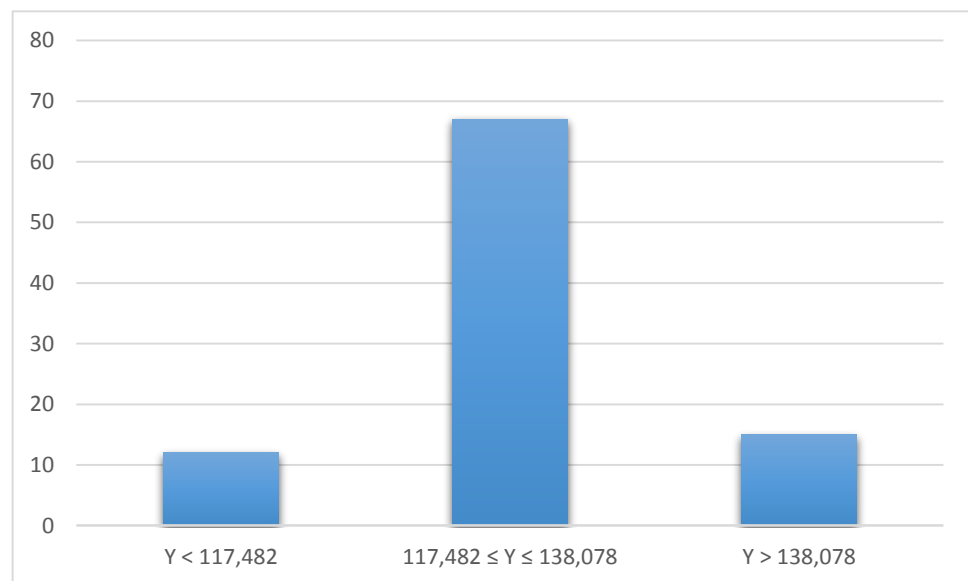


Diagram 3.3. Efektivitas Media Komunikasi Organisasi

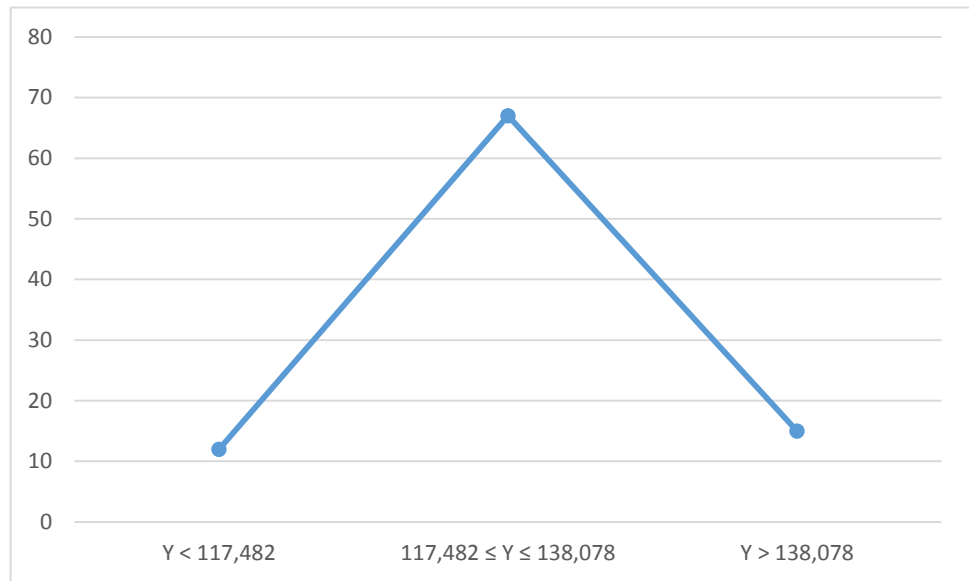


Diagram 3.4. Efektivitas Media Komunikasi Organisasi

Mencermati tabel di atas bahwa efektivitas media komunikasi organisasi dalam kriteria rendah sebanyak 12 responden (12,76%), 67 responden (71,27%) yang masuk kriteria sedang dengan didukung oleh nilai *modus* yaitu 128, dan 15 responden (15,95%) dengan kriteria tinggi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, efektivitas media komunikasi organisasi di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta sudah cukup baik. Karena kebanyakan nilai yang keluar diangka sedang yaitu 128 yang terdapat diantara nilai 117,482 dan 138,078. Angka sedang yang menunjukkan cukup baik dengan segala keefektifan dalam menggunakan media-media komunikasi yang selama ini sudah berjalan di DAOP VI Yogyakarta.

Efektifitas komunikasi internal dapat diraih dengan memenuhi kriteria-kriteria yang dikemukakan oleh Rosady, yaitu dengan sistem manajemen yang sifatnya terbuka (*open management*), dilihat dari

pernyataan kuesioner bahwa karyawan bisa dengan mudah menemui atasan untuk mendapatkan informasi, mendapatkan perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 75,6%. Atasan selalu menginformasikan keadaan yang dialami perusahaan saat ini, mendapat perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 72,4%. Karyawan selalu diberikan kesempatan untuk mengemukakan saran-saran dan pendapat mengenai suatu hal, mendapatkan perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 77,7%. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa lebih dari 50% responden menganggap bahwa sistem manajemen yang ada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta sifatnya terbuka (*open management*), yang dibuktikan dengan kemudahan karyawan dalam menemui atasannya untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan mendapatkan kesempatan untuk mengemukakan saran dan pendapat.

Kriteria kedua yang dikemukakan Rosady adalah kesadaran pihak manajemen terhadap nilai dan pentingnya memelihara komunikasi timbal balik dengan para karyawan. Dilihat dari pernyataan kuesioner bahwa mendapatkan informasi/ pesan dari atasan dengan jelas tanpa adanya penambahan atau pengurangan informasi/ pesan, mendapatkan perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 84%. Karyawan mendapatkan informasi/ pesan dari atasan dengan jelas sehingga tidak adanya pertanyaan lagi, mendapatkan perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 80,9%. Karyawan bisa dengan cepat

mendapatkan informasi/ pesan dari atasan, sehingga langsung dipahami dan dijalankan dengan baik, mendapatkan perolehan persentase setuju dan sangat setuju sebanyak 82%. Lebih dari 80% persen karyawan setuju dengan pernyataan tersebut, sehingga komunikasi timbal balik yang dilakukan oleh pihak atasan (manajemen) kepada karyawan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta dapat dikatakan sudah efektif.

Kemampuan manajer humas yang memiliki keterampilan manajerial (*manajerial skill*) serta berpengalaman atau mendapat dukungan kualitas pada “sumber daya” manusia, pengetahuan (*knowledge*), media dan teknis komunikasinya yang dipergunakan, merupakan kriteria ketiga yang dikemukakan oleh Rosady. Manajer humas mempunyai pengaruh yang besar dalam menjalankan komunikasi yang efektif untuk internal atau karyawan. Posisi manajer untuk divisi humas haruslah orang yang benar-benar dari lulusan humas atau *Public Relations* (PR), sehingga mempunyai kemampuan untuk manajerial (*manajerial skill*) serta berpengalaman atau mendapat dukungan kualitas pada “sumber daya” manusia, pengetahuan (*knowledge*), media dan teknis komunikasinya yang dipergunakan.

Posisi manajer humas yang ada di DAOP VI Yogyakarta saat ini dipegang oleh Eko Budiyanto yang merupakan lulusan Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Solo. Dilihat dari pendidikan yang telah ditempuh beliau, peneliti merasa beliau cocok mengisi posisi

manajer humas di DAOP VI Yogyakarta, dikarenakan ilmu yang beliau peroleh di bangku kuliah yang bisa diaplikasikan dalam dunia kerjanya.

Fungsi atau tugas humas internal dan humas eksternal dipegang oleh satu manajer humas saja, sehingga tugas yang diemban seorang manajer menjadi lebih besar dan hal yang dikhawatirkan nantinya adalah tugas yang dijalankan tidak akan maksimal. Seperti yang telah peneliti amati pada saat melakukan magang, bahwa kegiatan untuk pihak internal dirasa masih sangat kurang, karena divisi humas lebih condong membuat kegiatan untuk pihak eksternal perusahaan.

Tabel 3.11. Kegiatan Humas November 2015
(Sumber: Agenda Kegiatan Humas November 2015)

Kegiatan Internal	Kegiatan Eksternal
Sosialisasi KIP (Keterbukaan Informasi Publik)	Sosialisasi Pelemparan Kereta Api
	Jumpa Pers
	Pers Tour
	Sosialisasi Pelemparan Kereta Api di Solo

Dilihat dari tabel kegiatan humas pada bulan November 2015 dapat dikatakan bahwa kegiatan humas untuk internal dan eksternal adalah 1:4. Oleh karena itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa kurangnya kegiatan yang dilakukan pihak humas DAOP VI Yogyakarta untuk melakukan *treatment* kepada karyawannya, sehingga efektivitas komunikasi tidak dapat berjalan sempurna tanpa adanya kegiatan yang khusus dilakuan untuk karyawan.

Rekomendasi yang peneliti sarankan untuk menunjangnya komunikasi tatap muka dalam men-*treatment* karyawan di DAOP VI

Yogyakarta agar mendukung kualitas pada Sumber Daya Manusia (SDM) adalah memperbanyak kegiatan untuk pihak internal atau karyawan, misalnya dengan diadakan *gathering* karyawan DAOP VI Yogyakarta maksimal satu tahun sekali.

2. Media Komunikasi Rapat

Media komunikasi rapat terdiri dari 5 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan penyampaian pesan saat rapat disampaikan dengan baik dan runtun, pembica mempersilahkan anggota rapat untuk memberi masukan atau pertanyaan, rapat dilakukan secara rutin dan setelah selesai rapat para anggota rapat mendapatkan sebuah informasi yang baru. Tercakup dalam 5 pertanyaan yakni kuesioner nomer 10 sampai 14 dari kelima kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 19,47, dengan nilai tengahnya atau *median* 20,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 20 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 2,188. Nilai terendah didapati 13 dan tertinggi 24.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi rapat dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata Rapat

X : Skor Media Komunikasi
Rapat

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.12. Pengelompokan Media Komunikasi Rapat

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 17,282$	15	15,95%	Rendah
$17,282 \leq Y \leq 21,658$	65	69,14%	Sedang
$Y > 21,658$	14	14,89%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 10-14

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi rapat dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

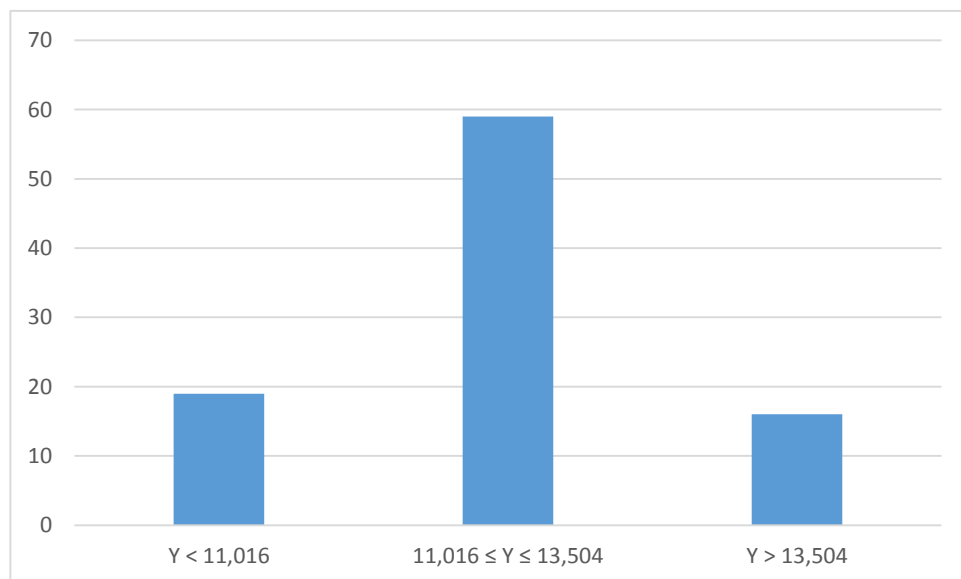


Diagram 3.5. Pengelompokan Media Komunikasi Rapat

Mencermati tabel di atas bahwa media komunikasi rapat dalam kriteria rendah sebanyak 15 responden (15,95%), yang termasuk kriteria sedang 65 responden (69,14%) dan 14 responden (14,89%) dengan kriteria tinggi. Demikian pada kategori media komunikasi rapat di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

“Efektif *sih mba* menurut saya, soalnya kan nanti hasil rapatnya di *share* sama manajer ke staff pelaksana. Kaya saya kan *ga* ikut rapat, tapi saya *tetep* tau informasi hasil rapatnya. *Ga* harus semua karyawan DAOP VI ikut rapat”. (Wawancara dengan Staff Pelaksana, Anwar Solikhin pada Oktober 2016)

Media komunikasi lisan dengan diadakannya rapat atau *coffee morning* setiap hari selasa di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta dirasa sudah cukup efektif menurut salah satu staff pelaksana yang peneliti wawancarai. Bahwa tidak semua karyawan di DAOP VI harus mengikuti rapat, dikarenakan keterbatasan waktu, tempat dan lain sebagainya. Meskipun anggota yang menghadiri rapat terbatas hanya *Executive Vice President (EVP)*, *Deputy Executive Vice President (D-EVP)*, jajaran manajer, senior manajer dan staf madya, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi penyampaian informasi dari atasan kebawah (*downward communication*) dikarenakan nantinya manajer tiap divisi akan menyampaikan informasi yang mereka peroleh saat rapat kepada karyawannya.



Gambar 3.1. Suasana Rapat di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta

Rapat menyatukan orang, memberikan peluang untuk berbicara maupun untuk mendengarkan, suatu komunikasi dua arah. Rapat merupakan bentuk komunikasi verbal yang terjadi di dalam organisasi atau perusahaan dengan tujuan untuk memaparkan kemajuan atau situasi-situasi di dalam organisasi atau perusahaan saat ini (Cutlip, 2011: 234).

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Cutlip di atas, bahwa rapat menyatukan orang, memberikan peluang untuk berbicara maupun untuk mendengarkan, suatu komunikasi dua arah. Dilihat dari poin pernyataan kuesioner ke-3, bahwa pembicara mempersilahkan anggota rapat untuk memberi masukan dan pertanyaan. Diperoleh skor setuju sebanyak 63 responden dan sangat setuju sebanyak 15 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya komunikasi dua arah di dalam media komunikasi rapat tersebut, baik dari atasan ke bawahan (*downward*

communication) ataupun sebaliknya. Komunikasi tidak berlangsung satu arah, dan komunikasi memperoleh keefektifan apabila komunikasi berjalan dua arah dari karyawan dan manajemen (Effendy, 2002: 128-129).

Teori lain yang Cutlip kemukaan bahwa rapat merupakan bentuk komunikasi verbal yang terjadi di dalam organisasi atau perusahaan dengan tujuan untuk memaparkan kemajuan atau situasi-situasi di dalam organisasi atau perusahaan saat ini. Telah sejalan dengan tujuan diadakannya rapat atau *coffee morning* setiap hari Selasa di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta yaitu untuk memberikan informasi seputar kebijakan atau peraturan baru.

“Rapat rutin dilaksanakan jajaran manajer DAOP 6 setiap hari Selasa atau biasanya disebut *coffee morning*, nantinya hasil rapat akan di *share* oleh masing-masing manajer kepada bawahan terkait kebijakan atau peraturan baru”. (Wawancara dengan Manajer Humas, Eko Budiyanto pada Oktober 2016)

Media komunikasi lisan yaitu dengan diadakannya rapat atau *coffee morning* setiap hari Selasa di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta merupakan media yang efektif untuk menjalankan komunikasi di dalam organisasi atau perusahaan. Meskipun rapat atau *coffee morning* yang selalu rutin dilaksanakan pada hari Selasa tersebut terbatas dari segi jumlah anggota rapatnya. Maka PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta tetap harus mempunyai kegiatan internal untuk semua karyawan sebagai media tatap

muka dalam menyampaikan informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*).

Kegiatan upacara bendera yang diadakan pada tanggal 17 setiap bulannya merupakan kegiatan yang sangat tepat untuk mengumpulkan semua karyawan di lapangan sebagai media komunikasi tatap muka dari atasan ke bawahan (*downward communication*) terutama dari *Executive Vice President* (EVP) kepada karyawan di DAOP VI Yogyakarta, sehingga akan lebih baik kegiatan upacara bendera tersebut menjadi hal yang wajib dilakukan oleh semua karyawan. Mengingat bahwa saat ini tidak ada peraturan yang mewajibkan semua karyawan untuk mengikuti upacara bendera tersebut.

3. Media Komunikasi Tabloid KONTAK

Media komunikasi dengan menggunakan tulisan salah satunya yaitu tabloid KONTAK yang terdiri dari 3 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan informasi yang mudah dipahami, informasi yang ingin diketahui dan tampilan tabloid KONTAK yang sudah menarik. Tercakup dalam 3 pertanyaan yakni kuesioner nomer 15 sampai 17 dari ketiga kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 12,26, dengan nilai tengahnya atau *median* 12,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 12 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 1,244. Nilai terendah didapati 9 dan tertinggi 15.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi tulisan dengan menggunakan alat komunikasi tabloid KONTAK dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata Tabloid

X : Skor Media Komunikasi
Tabloid KONTAK

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.13. Pengelompokan Media Komunikasi Tabloid KONTAK

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 11,016$	19	20,21%	Rendah
$11,016 \leq Y \leq 13,504$	59	62,76%	Sedang
$Y > 13,504$	16	17,02%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 15-17

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi tabloid KONTAK dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang diperoleh:

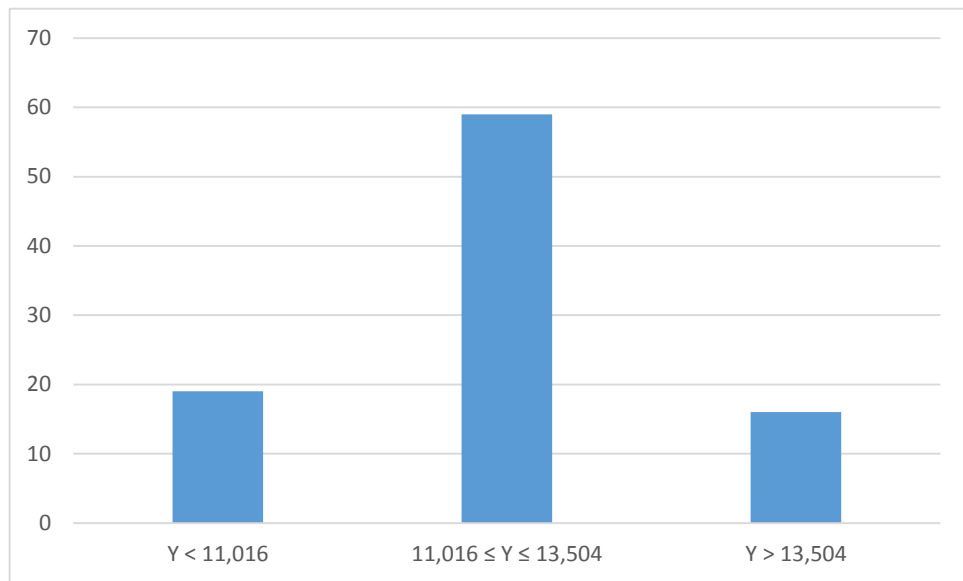


Diagram 3.6. Pengelompokan Media Komunikasi Tabloid KONTAK

Dilihat dari tabel dan diagram histogram di atas bahwa media komunikasi tertulis dengan tabloid KONTAK dalam kriteria rendah sebanyak 19 responden (20,21%), yang termasuk kriteria sedang 59 responden (62,76%) dan 16 responden (17,02%) dengan kriteria tinggi. Sehingga media komunikasi tertulis dengan menggunakan tabloid KONTAK PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Kriteria rendah yang didapat dalam media komunikasi tulis menggunakan tabloid KONTAK yang dilihat dari pernyataan pada kuesioner tentang “tabloid KONTAK berisikan informasi yang ingin diketahui” yang banyak mendapatkan poin netral atau bisa dikatakan ragu-ragu. Sejauh yang peneliti ketahui saat melakukan magang, bahwa informasi dengan rubrik lintas berita yang diterbitkan pada tabloid KONTAK adalah informasi atau berita yang sudah pernah dikirimkan

melalui *email* dengan menggunakan *milis broadcast* ke setiap *email* karyawan. Maka dari itu informasi yang didapat dari tabloid KONTAK dengan rubrik lintas berita dirasa kurang *fresh* untuk dibaca, karena semua karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sudah pernah membacanya melalui *milis broadcast (email)*.

Pada poin 3 pernyataan kuesioner yaitu tentang tampilan pada tabloid KONTAK yang sudah menarik, mendapatkan skor setuju sebanyak 62 responden dan 17 responden menjawab sangat setuju. Angka tersebut menunjukkan bahwa tampilan media komunikasi tabloid KONTAK saat ini sudah efektif untuk menyampaikan informasi, sehingga karyawan khususnya yang berada di Daerah Operasi VI Yogyakarta tergugah untuk membacanya ketika baru melihat tampilannya saja yang sudah menarik, sehingga 17,02% responden berada pada kategori tinggi untuk media komunikasi tulis menggunakan tabloid KONTAK. Akan tetapi, berita yang dimuat untuk setiap Daerah Operasinya sangat terbatas (dibatasi), seiring dengan pernyataan Eko Budiyanto selaku Manjer Humas, bahwa:

“Berita KONTAK masing-masing DAOP dibatasi pengirimannya, untuk rubrik lintas berita dua judul, rubrik album foto, gambar, dua juga ditambah *caption*-nya, jadi *ya ga* bisa banyak-banyak” (Wawancara, Oktober 2016).



Gambar 3.2. Rubrik Lintas Berita dan Album

Meskipun demikian hal tersebut tidak membawa pengaruh besar pada komunikasi internal organisasi, dikarenakan di dalam tabloid KONTAK tidak hanya berisi berita setiap Daerah Operasi (rubrik lintas berita), tetapi adanya berita atau artikel lain yang memberikan informasi baru seputar PT. Kereta Api Indonesia (Persero), serta di dalam tabloid KONTAK tersaji hiburan untuk para karyawan, seperti kuis tebak gambar yang berhadiah. Tabloid KONTAK menjadi hiburan tersendiri bagi karyawan untuk mengisi waktu luang ketika pekerjaan sudah selesai.

Menurut Paul Swift, *managing editor Newsletter on Newsletter*, berkata bahwa *newsletter* merupakan media yang akan menetap dan terus

berkembang. Ada lebih banyak nilai yang ditanamkan dalam mengarahkan komunikasi dengan dunia perusahaan dan asosiasi dengan anggotanya (Cutlip, 2011: 230).

Pada tabloid KONTAK komunikasi yang dijalankan dari internal perusahaan atau dari atasan kepada bawahan (*downward communication*) sudah berjalan dengan baik, terbukti dengan adanya *feedback* positif dari karyawannya untuk mengikuti kuis hadiah yang terdapat dalam tabloid KONTAK tersebut. Selain itu juga rubrik-rubrik yang beragam menjadikan tabloid KONTAK media komunikasi tulis yang efektif untuk menyampaikan informasi di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta.

Keterbatasan jumlah tabloid KONTAK yang dikirimkan dari pusat juga tidak sebanding dengan jumlah karyawan yang ada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta. Hal tersebut tentu sangat berpengaruh pada efektivitas komunikasi organisasi yang ada di DAOP VI Yogyakarta.

“Tidak banyak biasanya, kurang lebih 100 eksemplar”
(Wawancara dengan Manajer Humas, Eko Budiyanto pada Oktober 2016)

Sesuai dengan pengamatan peneliti pada saat magang, pendistribusian tabloid KONTAK hanya terpusat pada kantor DAOP VI dan Bali Yasa saja. Sehingga karyawan-karyawan lain yang bekerja di wilayah operasi (stasiun, rel, jembatan dan lain-lain) tidak mendapatkan tabloid KONTAK. Tetapi, untuk karyawan yang bekerja di wilayah

operasi (stasiun, rel, jembatan dan lain-lain) tetap dapat mendapatkan tabloid KONTAK secara online melalui website internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Maka dari itu peneliti merekomendasikan adanya tabloid atau *newsletter* khusus yang di buat oleh DAOP VI Yogyakarta, sehingga semua karyawan DAOP VI Yogyakarta yang berada di kantor DAOP, Bali Yasa maupun yang berada di wilayah operasi dapat dengan mudah mendapatkan tabloid atau *newsletter* internal.

4. Media Komunikasi Papan Pengumuman

Media komunikasi tulisan dengan papan pengumuman yang terdiri dari 4 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan kemudahan mendapatkan informasi, memuat informasi yang ingin diketahui, informasi selalu *update* dan tampilan yang sangat menarik. Tercakup dalam 4 pertanyaan yakni kuesioner nomer 18 sampai 21 dari keempat kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 15,33, dengan nilai tengahnya atau *median* 16,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 16 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 2,018. Nilai terendah didapati 10 dan tertinggi 19.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi tulisan dengan menggunakan alat komunikasi papan

pengumuman dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata Papan Pengumuman

X : Skor Media Komunikasi Papan Pengumuman

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.14 Pengelompokan Media Komunikasi Papan Pengumuman

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 13,312$	19	20,21%	Rendah
$13,312 \leq Y \leq 17,348$	63	67,02%	Sedang
$Y > 17,348$	12	12,76%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 18-21

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi papan pengumuman dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

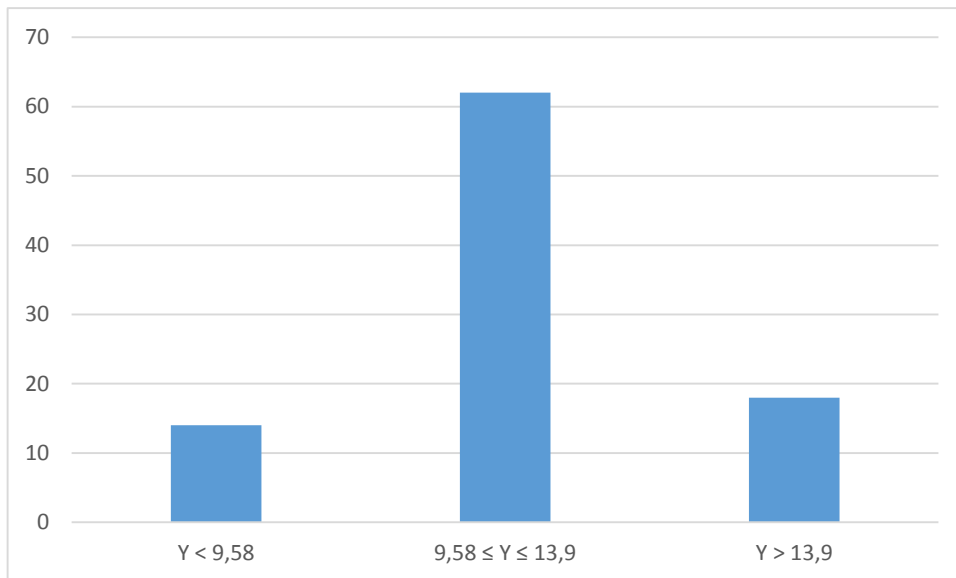


Diagram 3.7. Pengelompokan Media Komunikasi Papan Pengumuman

Tabel dan diagram histogram di atas menunjukkan bahwa media komunikasi tertulis dengan papan pengumuman dalam kriteria rendah sebanyak 19 responden (20,21%), yang termasuk kriteria sedang 63 responden (67,02%) dan 12 responden (12,76%) dengan kriteria tinggi, dengan demikian media komunikasi tertulis dengan menggunakan papan pengumuman di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Kategori rendah yang didapat pada media komunikasi tulis dengan menggunakan papan pengumuman cukup besar, yaitu sebesar 20,21%. Dilihat dari 3 poin pernyataan kuesioner yaitu, papan pangumuman memuat informasi yang ingin diketahui, papan pengumuman selalu update dan papan pengumuman sudah memiliki tampilan yang menarik, dari 3 poin pernyataan tersebut diperoleh angka dengan kategori tidak setuju. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa

papan pengumuman kurang efektif dan kurang menarik perhatian karyawan untuk membacanya, sehingga kurang efektif untuk menyampaikan informasi dari atasan kepada karyawan (*downward communication*). Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Manajer Humas, Eko Budiyanto:

“Fungsi papan pengumuman biasanya untuk pengumuman ke karyawan, ke internal dan eksternal. Misalnya informasi rekrut, lomba-lomba dan pengumuman lain-lain. Jarang di *update* juga, paling galeri foto yang tiap bulan di *update*” (Wawancara Oktober 2016)

Papan bulletin atau papan pengumuman menawarkan tempat yang bagus untuk menguatkan informasi dengan pesan-pesan singkat secara publik. Papan ini menyediakan akses cepat untuk menghentikan desas desus dan membuat informasi yang diinginkan itu terpampang. Papan dinamis memperoleh perhatian tetap. Papan dinamis adalah papan yang informasinya selalu diperbaharui. Papan Pengumuman standart dapat ditempatkan pada berbagai lokasi yang ramai atau yang sering disinggahi agar segenap pegawai dapat memperoleh informasi yang sama dalam waktu yang bersamaan pula (Jefkins, 2002: 198).

Papan pengumuman yang berada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta sudah ditempatkan di lokasi yang ramai atau sering disinggahi yaitu berada di dekat gerbang masuk kantor DAOP VI Yogyakarta, tetapi tetap tidak menarik perhatian karyawan untuk membacanya. Hal tersebut karena papan pengumuman yang statis yaitu informasi yang jarang di perbaharui atau di *update*.

“Jarang *liat* papan pengumuman *sih mba*, paling galeri fotonya *aja*, itu juga kalau lagi kebetulan lewat, *liat* sekilas aja”. (Wawancara dengan staff pelaksana, Anwar Solikhin pada Oktober 2016)

Pernyataan yang dinyatakan oleh salah seorang staff pelaksana yang peneliti wawancarai memperkuat analisis tentang ketertarikan karyawan untuk membaca papan pengumuman. Oleh karena itu, papan pengumuman kurang efektif untuk menyampaikan informasi kepada karyawan yang berada di DAOP VI Yogyakarta. Tampilan yang kurang menarik, tidak diperbaharui secara berkala dan para karyawan yang sibuk dengan pekerjaannya tidak memungkinkan untuk sengaja pergi ke gerbang depan hanya untuk membaca papan pengumuman sehingga peneliti tidak merekomendasikan papan pengumuman untuk menjadi media internal di DAOP VI Yogyakarta. Jika ada informasi yang mendesak untuk di informasikan kepada seluruh karyawan internal lebih efektif menggunakan media komunikasi *email*.

Letak papan pengumuman yang berada di gerbang utama menjadikannya efektif untuk di baca oleh para pihak eksternal ketika memasuki kantor DAOP VI Yogyakarta. Papan pengumuman yang juga berfungsi untuk media komunikasi eksternal dapat lebih ditingkatkan lagi dari segi tampilan dan isi pegumuman, sehingga pihak eksternal yang datang dan melihat papan pengumuman merasa terbantu dengan adanya informasi yang ditempelkan pada papan pengumuman tersebut.

5. Media Komunikasi Nota Dinas

Media komunikasi tulisan dengan menggunakan nota dinas yang terdiri dari 2 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan informasi yang sudah jelas dan tersampaikan dengan baik sesuai tujuannya. Tercakup dalam 2 pertanyaan yakni kuesioner nomer 22 sampai 23 dari kedua kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 8,11, dengan nilai tengahnya atau *median* 8,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 8 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 0,875. Nilai terendah didapati 6 dan tertinggi 10.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi tulisan dengan menggunakan alat komunikasi nota dinas dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata Nota Dinas

X : Skor Media Komunikasi
Nota Dinas

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.15 Pengelompokan Media Komunikasi Nota Dinas

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 7,235$	10	10,63%	Rendah
$7,235 \leq Y \leq 8,985$	64	68,08%	Sedang
$Y > 8,985$	20	21,27%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 22-23

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi nota dinas dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

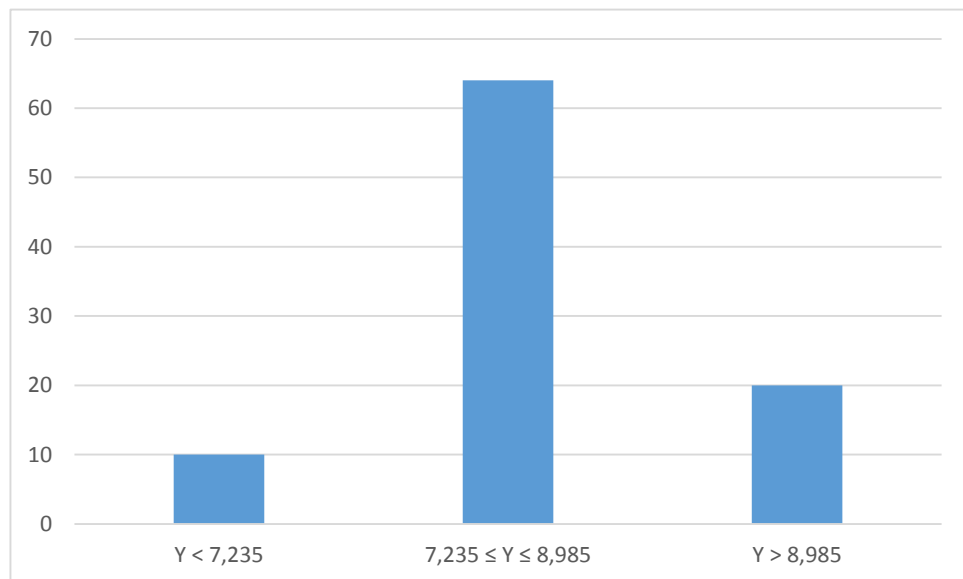


Diagram 3.8. Pengelompokan Media Komunikasi Nota Dinas

Mencermati tabel di atas bahwa media komunikasi tertulis dengan nota dinas dalam kriteria rendah sebanyak 10 responden (10,63%), yang termasuk kriteria sedang 64 responden (68,08%) dan 20 responden (21,27%) dengan kriteria tinggi, sehingga media komunikasi tertulis berupa nota dinas berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Dilihat dari poin pertama yaitu pernyataan pada kuesioner media komunikasi berupa nota dinas tersampaikan dengan baik (kepada orang atau divisi yang dituju) mendapatkan skor setuju sebanyak 73 responden dan sangat setuju sebanyak 13 responden. Poin kedua pada pernyataan kuesioner yaitu, informasi yang ditulis pada nota dinas sudah jelas (terbaca dengan jelas dan terperinci) mendapatkan skor setuju sebanyak 74 responden dan 17 responden menjawab sangat setuju. Angka tersebut membuktikan bahwa media komunikasi tertulis dengan menggunakan nota dinas sangat efektif digunakan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta. Sehingga informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*) dapat tersampaikan dengan baik dan efektif menggunakan media komunikasi tertulis berupa nota dinas.

Peraturan Menteri dalam Negeri nomor 55 tahun 2010, disebutkan bahwa definisi nota dinas adalah naskah dinas yang bersifat internal berisi komunikasi kedinasan antar pejabat atau dari atasan kepada bawahan dan dari bawahan kepada atasan. Sebagaimana Peraturan Menteri bahwa kegunaan dan fungsi nota dinas di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta sudah sesuai dengan definisi tersebut dan sangat efektif untuk menyampaikan informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*).

Saat ini dengan semakin berkembang pesatnya teknologi terutama teknologi internet memudahkan setiap orang untuk dapat

mengirimkan gambar atau video. Termasuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta yang saat ini memanfaatkan teknologi internet untuk mengirimkan nota dinas, melalui media komunikasi *email*, sehingga dengan teknologi internet kemudahan berkomunikasi menggunakan media nota dinas menjadi sangat mudah, cepat dan praktis.

6. Media Komunikasi *Email*

Media komunikasi elektronik dengan menggunakan *email* yang terdiri dari 2 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan kemudahan mengakses dan informasi yang mudah dipahami. Tercakup dalam 2 pertanyaan yakni kuesioner nomer 24 sampai 25 dari kedua kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 8,45, dengan nilai tengahnya atau *median* 8,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 8 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 0,875. Nilai terendah didapati 6 dan tertinggi 10.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi elektronik dengan menggunakan *email* dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata *Email*

X : Skor Media Komunikasi
Email

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.16. Pengelompokan Media Komunikasi *Email*

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 7,575$	6	6,38%	Rendah
$7,572 \leq Y \leq 9,325$	72	76,59%	Sedang
$Y > 9,325$	16	17,02%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 24-25

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi *email* dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

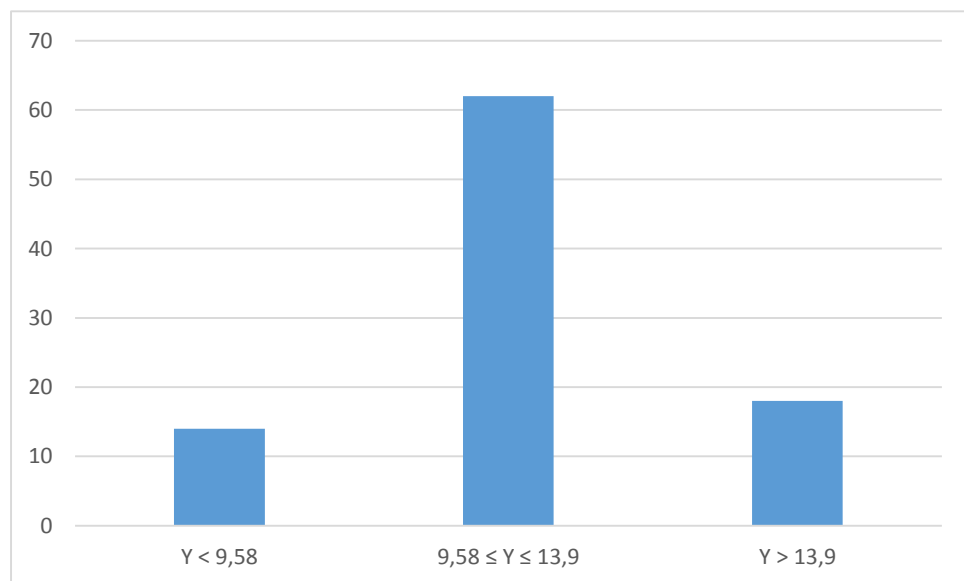


Diagram 3.9. Pengelompokan Media Komunikasi *Email*

Mencermati tabel dan diagram histogram di atas bahwa media komunikasi elektronik dengan *email* dalam kriteria rendah sebanyak 6 responden (6,38%), yang termasuk kriteria sedang 72 responden (76,59%) dan 16 responden (17,02%) dengan kriteria tinggi. Demikian bahwa media komunikasi elektronik berupa *email* di PT. Kereta Api Indonesai (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Melihat pada hasil yang diperoleh dengan kriteria rendah yaitu 6,38% menunjukkan bahwa sedikit sekali orang yang menganggap bahwa media komunikasi elektronik dengan menggunakan *email* itu tidak efektif. Fungsi dari *email* adalah melakukan *milis broadcast* atau mengirimkan berita *broadcast* setiap kegiatan yang dilakukan DAOP kepada seluruh karyawan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada saat setelah kegiatan itu berlangsung.

Kriteria tinggi yang diperoleh sebesar 17,02% didukung dengan adanya fasilitas komputer dan sarana internet, terbukti dengan skor yang diperoleh pada poin pertama pernyataan kuesioner dengan mendapatkan skor setuju banyak 60 responden dan sangat setuju sebanyak 29 responden. Sehingga dengan adanya fasilitas komputer dan sarana internet yang memadai, komunikasi elektronik dengan menggunakan email dapat berjalan dengan efektif tanpa adanya hambatan. Dilihat dari poin kedua yaitu kemudahan dalam mendapatkan informasi melalui email mendapatkan skor setuju sebanyak 68 reponden dan 22 responden

menjawab sangat setuju. Kemudahan dan kecepatan sarana internet dalam menyampaikan informasi tidak dapat dipungkiri lagi. Oleh karena itu, komunikasi elektronik dengan menggunakan *email* sangat efektif digunakan di PT. Kereta Api Indonesai (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta.

Teknologi baru ini dengan cepat menjadi pilihan bagi karyawan dan perusahaan untuk berkomunikasi. *Email* dengan cepat mampu mendistribusikan pesan secara mudah (Lattimore, 2010: 247).

Kecepatan dari koneksi internet yang ada membuat kemudahan dalam menyampaikan informasi dan meberikan *feedback* untuk informasi atau berita yang dikirimkan tersebut. Adanya *feedback* menyempurnakan efektifitas komunikasi yang ada dalam organisasi atau perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan syarat komunikasi efektif menurut Effendy, yaitu komunikasi akan efektif apabila berjalan dua arah dari karyawan dan manajemen.

Kelebihan *email* yang dapat mengirimkan *audio* dan *visual* sangat mendukung dalam tercapainya komunikasi yang efektif. Jangkauan *email* yang tidak terbatas yaitu ke semua karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memudahkan dalam menyampaian informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*).

7. Media Komunikasi *Website*

Media komunikasi elektronik dengan menggunakan *website* yang terdiri dari 4 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi

yang berisikan kemudahan untuk mengakses, informasi yang selalu update, penataan, penempatan dan tampilan yang sudah menarik. Tercakup dalam 4 pertanyaan yakni kuesioner nomer 26 sampai 29 dari keempat kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 16,27, dengan nilai tengahnya atau *median* 16,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 16 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 1,601. Nilai terendah didapati 13 dan tertinggi 20.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi elektronik dengan menggunakan *website* dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata *Website*

X : Skor Media Komunikasi
Website

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.17 Pengelompokan Media Komunikasi *Website*

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 14,669$	12	12,76%	Rendah
$14,669 \leq Y \leq 17,871$	60	63,82%	Sedang
$Y > 17,871$	22	23,40%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 26-29

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi *website* dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

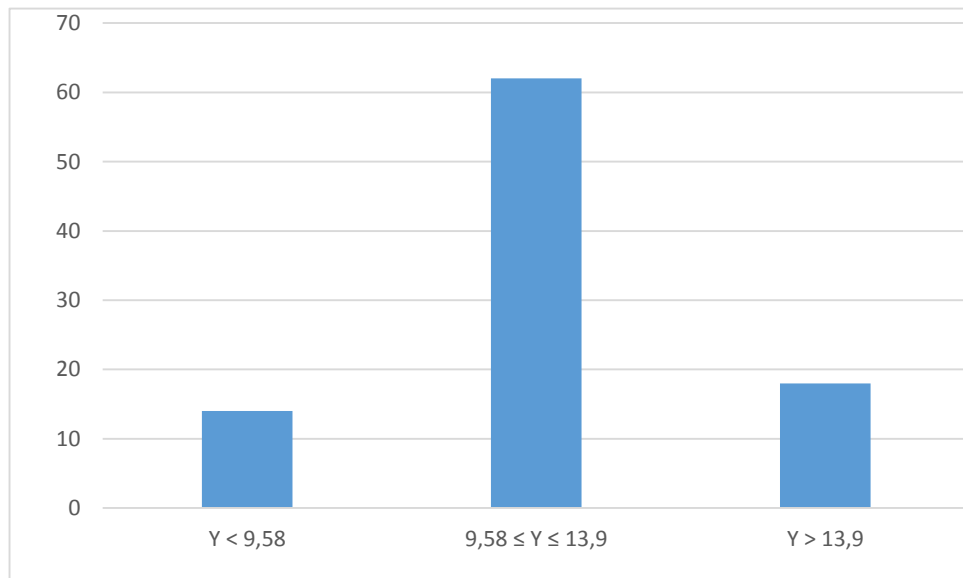


Diagram 3.10. Pengelompokan Media Komunikasi *Website*

Mencermati tabel di atas bahwa media komunikasi elektronik dengan *website* dalam kriteria rendah sebanyak 12 responden (12,76%), yang termasuk kriteria sedang 60 responden (63,82%) dan 22 responden (23,40%) dengan kriteria tinggi. Demikian media komunikasi elektronik dengan menggunakan website pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Sama seperti media komunikasi *email* bahwa media komunikasi elektronik menggunakan *website* juga dapat berjalan efektif dengan didukungnya sarana internet dan fasilitas komputer di perusahaan. Dilihat dari 3 poin pernyataan kuesioner bahwa, media *website* perusahaan selalu di *update* dengan baik tampilan yang sudah benar dan tampilan yang sudah menarik, mendapatkan poin tinggi pada kategori setuju dan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa *website* perusahaan saat ini sudah sangat efektif digunakan untuk menyampaikan informasi dari atasan kepada karyawan (*downward communication*).

“Jarang buka *website mba*, kalau ada yang perlu *aja* baru dibuka. Soalnya informasi di *website* kan *emang* buat umum, *ga* buat karyawan *aja*. Kalau informasi buat karyawan ya *pake email* atau KONTAK” (Wawancara Staff Pelaksana, Anwar Solikhin, Oktober 2016)

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) lebih cenderung memilih menggunakan *email* untuk menyampaikan informasi atau berita yang khusus kepada pihak *internal*. Intensitas membuka *website* oleh karyawan khususnya di DAOP VI cenderung sangat kurang, terbukti dengan pernyataan yang dikemukakan oleh salah satu staff pelaksana yang peneliti wawancarai di atas. Jika memang ada informasi yang akan disampaikan dengan tidak terbatas waktu (tidak memerlukan kecepatan penyampaian informasi) maka informasi tersebut nantinya akan di-*share* kepada karyawan melalui tabloid KONTAK.

Homepage merupakan media terkontrol yang memiliki kemampuan *grafis* dan suara yang melebihi kelebihan pengguna *email* (Lattimore, 2010: 247).

Media komunikasi elektronik dengan menggunakan *website* memiliki kemampuan lebih yaitu *grafis* dan suara, akan tetapi informasi atau pesan yang disampaikan lebih *general* yaitu untuk pihak internal dan eksternal. Tidak ada informasi yang dikhususkan untuk karyawan internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya DAOP VI Yogyakarta. Maka dari itu informasi yang disampaikan dengan menggunakan *website* akan lebih efektif apabila ada *homepage* khusus untuk karyawan.

8. Media Komunikasi Telepon

Media komunikasi elektronik dengan menggunakan alat komunikasi telepon yang terdiri dari 3 indikator untuk mengetahui efektivitas media komunikasi yang berisikan fasilitas telepon, sambungan telepon dan kemudahan mendapatkan informasi. Tercakup dalam 3 pertanyaan yakni kuesioner nomer 30 sampai 32 dari ketiga kuesioner tersebut menurut perhitungan analisis deskriptif dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows* diperoleh nilai rata-rata atau *mean* 11,74, dengan nilai tengahnya atau *median* 12,00, nilai yang sering muncul atau *modus* 12 dan kemudian memiliki simpangan baku atau *standar deviasi* 2,160. Nilai terendah didapati 6 dan tertinggi 15.

Untuk mendeskripsikan skor yang diperoleh, skor untuk media komunikasi elektronik dengan menggunakan telepon dibagi menjadi tiga kelompok rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut: (Suharsimi Arikunto, 2009: 40)

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Dengan Y : Skor Rata-rata Telpon

X : Skor Media Komunikasi
telepon

SD : Simpangan Baku

Tabel 3.18. Pengelompokan Media Komunikasi telepon

Skor Efektivitas	Jumlah Karyawan	Persentase	Kriteria
$Y < 9,58$	14	14,89%	Rendah
$9,58 \leq Y \leq 13,9$	62	65,95%	Sedang
$Y > 13,9$	18	19,14%	Tinggi

Sumber: Olah Data Primer Kuesioner 30-32

Berdasarkan data pengelompokan katagori media komunikasi telepon dapat dibuat diagram histogram agar mempermudah membaca data yang di peroleh:

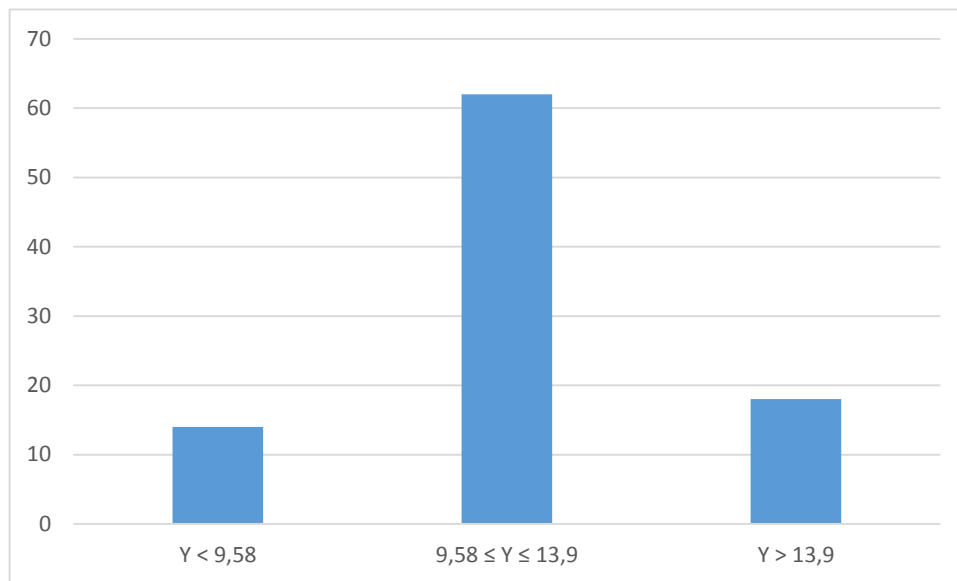


Diagram 3.11. Pengelompokan Media Komunikasi Telepon

Mencermati data dari tabel di atas bahwa media komunikasi elektronik dengan telepon dalam kriteria rendah sebanyak 14 responden (14,89%), yang termasuk kriteria sedang 62 responden (66,95%) dan 18 responden (19,14%) dengan kriteria tinggi. Demikian media komunikasi elektronik dengan menggunakan telepon di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik.

Hotline atau telepon dipakai dalam hubungan internal untuk menyebarkan informasi dasar. Memberikan layanan *hotline* bebas pulsa kepada karyawan merupakan cara yang ekonomis untuk memberikan informasi dan memberi kesempatan karyawan memberikan tanggapan balik (Cutlip, 2001: 279).

Sambungan telepon yang sudah baik tanpa adanya hambatan sudah menjadi poin utama dalam terlaksananya komunikasi melalui

media komunikasi elektronik menggunakan telepon, sehingga diperoleh kriteria dengan persentase yang tinggi yaitu sebesar 19,14%. Informasi yang di dapat melalui jaringan telepon pun sangat terbatas, hanya untuk informasi singkat saja.

Dilihat dari 3 poin pernyataan dalam kuesioner yaitu, fasilitas telepon sudah tersedia disemua meja kerja karyawan, sambungan telepon berjalan dengan baik dan kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon, terdapat beberapa responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa media komunikasi telepon kurang efektif untuk menyampaikan informasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*).

“Kurang efektif kalau *pake* telepon *mba*, kan ga semua telepon ada di meja staff, tapi minimal satu unit satu telpon pasti ada. Lebih efektif *pake milis broadcast*, soalnya semua staff pasti *login* pegawai di *email* KAI, *pake* hp bisa *pake* komputer bisa”. (Wawancara Manajer Humas, Eko Budiyanto, Oktober 2016)

Komunikasi dengan menggunakan telepon menjadi kurang efektif dikarenakan ketersediaan pesawat telepon yang tidak tersedia di semua meja karyawan. Informasi yang didapatkan melalui telepon pun sangat terbatas hanya pada informasi yang singkat-singkat saja, tetapi dengan adanya *milis broadcast* informasi yang didapat karyawan bisa lebih lengkap dan mudah. Maka dari itu komunikasi dengan menggunakan media telepon dirasa kurang efektif untuk menyampaikan informasi atau berita yang memuat banyak hal.

Meskipun media komunikasi menggunakan telepon dirasa kurang efektif untuk menyampaikan informasi karena tidak semua pesawat telepon ada di setiap meja karyawan, tetapi media telepon bisa dimaksimalkan untuk dijadikan media komunikasi darurat untuk pesan atau informasi yang singkat-singkat saja.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari penyebaran kuesioner pada 94 orang karyawan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta, semua media komunikasi yang digunakan berada pada kategori sedang atau cukup baik, sehingga semua media komunikasi yang saat ini dijalankan sudah cukup efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan dari atasan ke bawahan (*downward communication*). Akan tetapi terdapat beberapa media komunikasi yang menurut peneliti sangat efektif digunakan diantara media-media tersebut, yaitu media komunikasi dengan menggunakan *email*.

Email yang saat ini digunakan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta, sudah sangat efektif untuk menjangkau semua karyawan dalam menyampaikan informasi atau berita. Asumsi tersebut diperkuat dengan pernyataan karyawan yang peneliti wawancarai bahwa mereka cenderung lebih bisa menerima pesan secara cepat dan utuh menggunakan *email*. Disamping hal tersebut ketersediaan perangkat elektronik seperti komputer dan kecepatan internet yang mendukung menjadi faktor yang utama dalam menyampaikan informasi menggunakan media komunikasi *email*. Kelebihan lain dari *email* juga dapat diakses oleh semua karyawan di manapun, dengan menggunakan telepon selular (HP) selama adanya koneksi internet. Selain itu dengan menggunakan *email*,

gambar dan *audio* pun dapat dikirimkan, tidak terkecuali media komunikasi nota dinas yang saat ini sudah bisa dikirimkan melalui *email*, sehingga tidak perlu repot dalam menyampaikan informasi melalui selebar kertas nota dinas.