



Kegiatan *Formative Research* Pt.Kai (Persero) dalam Upaya Sosialisasi Pintu Keselamatan oleh Humas Daop 2 Bandung

Hanas Nurpijar Kaloka^a, Trie Damayanti^b, Aat Ruchiat Nugraha^c
Universitas Padjajaran

Abstract

This study aims to determine the activities formative research conducted by the Public Relations Daop 2 Bandung covering the analysis of the situation, organizations and the public. The method used is descriptive exploratory method to be more profound and accurate with qualitative data. The results of this study is the first phase of the analysis of the situation that has been done by the PR Daop 2 Bandung has implemented properly guided by several indicators that the analysis of the situation is reached plus has been working with Edan Community railroad Indonesia (Kesi). However, analysis of the situation which has been run by the Public Relations have several indicators or elements that are less maximized on the deepening of the data and facts and resulted in a lack of accurate analysis of the public in the third stage in the formative activities of this research. Analysis of the organization that has been built and observed by the Public Relations have also given an overview of how the organization in this company is running but some internal activities are still not able to be implemented with maximum coordination as its terms of internal meetings. Suggestions for Public Relations Daop 2 Bandung to keep attention to detail more than any analysis of the formative research in order to provide maximum results in a program or activity on the socialization of planning safety doors in Daop 2 Bandung. Formative research as one of the PR concept will be very helpful for PR practitioners in order to pay attention to research for the attainment of maximum activity or program.

Keywords

Formative Research, Public Relation, Safety Door Socialization

^a hanaskaloka@gmail.com

^b trie.damayanti@unpad.ac.id

^c aatruchiat.nugraha@gmail.com

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Keselamatan menjadi sebuah prioritas bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi tidak terkecuali kereta api. Saat ini, angkutan kereta api di Indonesia masih diselenggarakan oleh operator tunggal BUMN di Indonesia yaitu PT. KAI (Persero). Kota Bandung sebagai salah satu kota terbesar di Indonesiadipegang oleh PT.KAI (Persero) Daop 2 Bandung. Seiring berjalannya waktu Daop 2 Bandung memiliki tanggung jawab yang harus dilaksanakan dengan meningkatnya jumlah pengguna kereta api di Kota Bandung ke semua jurusan hingga 131.853 penumpang pada tahun 2015maka PT.KAI (Persero) Daop 2 Bandung dituntut untuk lebih meningkatkan keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan keamanan di kereta api. Peningkatan keselamatan ini tentunya harus dilakukan terhadap seluruh sarana perkeretaapian, baik dalam perawatan kereta api, rel kereta dan palang pintu keselamatan.

Humas sebagai garda terdepan dalam menciptakan hubungan eksternal dan internal yang baik dalam menyampaikan informasi terkait perusahaan dan memiliki tanggung jawab untuk segera melakukan tindakan dan upaya untuk meningkatkan keselamatan khususnya di pintu keselamatan. Maka dari itu Humas Daop 2 Bandung membuat program sosialisasi pintu keselamatan di daerah Kota Bandung sebagai bentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat. Tentunya sebuah program yang dilakukan oleh praktisi humas harus diawali dengan kegiatan *formative research* yang akurat, terstruktur, mendalam dan harus tepat.

Konsentrasi dan *formative research* mereka kepada pintu keselamatan ini akhirnya dibuktikan melalui Manajer Humas Daop 2 Bandung membuat program sosialisasi di empat daerah stasiun yaitu Andir, Cikudapateuh, Kiaracondong dan Cimindi. Program sosialisasi di empat daerah bertujuan untuk dapat memberikan kesadaran akan keselamatan pada pengendara, warga maupun masyarakat sekitar di daerah tersebut yang hendak melintasi rel kereta api. Program sosialisasi ini pun turut bekerjasama dengan Komunitas Edan Sepur Indonesia (KESI) sebagai *stakeholder* Humas Daop 2 Bandung untuk membantu dalam penyelenggaraan program ini kepada warga daerah sekitar.

Terpilihnya 4 daerah perlintasan di Kota Bandung karena memiliki karakteristik daerah yang cukup ramai. Bagi Kiaracondong sendiri ini merupakan pemukiman padat oleh warga sekitar itu sendiri dan merupakan pusat bisnis serta terdapatnya pasar kiaracondong. Kemudian juga rata-rata perlintasan kereta api di Kota Bandung memang melewati daerah-daerah padat pemukiman sehingga warga sekitar harus lebih paham dan mengerti akan keselamatan jiwanya. Selain itu juga berdasarkan hasil data daerah pada program sosialisasi di empat daerah tersebut ternyata memiliki angka kecelakaan dan pelanggaran yang cukup signifikan baik penurunan maupun peningkatan pada tahun 2014 dan 2015. Melalui data yang tertera dibawah ini, daerah Kiaracondong mengalami peningkatan. Daerah kiaracondong merupakan daerah yang mengalami peningkatan pada pelanggaran dan

kecelakaan berdasarkan data tahun 2014 dan 2015 yang dimiliki oleh Humas Daop 2 Bandung.

Meninggal: 6 orang
Luka ringan/berat: 8 orang

Meninggal: tidak ada
Luka ringan/berat: tidak ada

Tabel 1. Data Pelanggaran Perlintasan Kereta Api di Kiaracondong

Daerah	Tahun	
	2014	2015
Andir	Menerobos: 372 orang	Menerobos: 123 orang
Cikudapateuh	320 orang Menerobos: 200 orang	113 orang Menerobos: 92 orang
Kiaracondong	Menerobos perlintasan rel baik pengendara dan warga sekitar: 1024 orang	Menerobos perlintasan rel baik pengendara dan warga sekitar: 1103 orang

Sumber: Data Humas Daop 2 Bandung

Data tersebut menjelaskan bahwa setelah dilakukannya program sosialisasi oleh Humas Daop 2 Bandung ternyata dua data dari daerah Kiaracondong terjadi peningkatan pelanggaran dan juga kecelakaan. Program sosialisasi yang dilaksanakan di daerah Kiaracondong tersebut telah dilaksanakan sebanyak 6 kali mulai dari bulan Januari 2014, Maret 2014, Agustus 2014, Desember 2014, Maret 2015, Agustus 2015 dan Oktober 2015.

Tabel 2. Data Kecelakaan Perlintasan Kereta Api di Kiaracondong

Daerah	Tahun	
	2014	2015
Andir	575 orang Meninggal: 75 orang Luka ringan/berat: 125 orang	210 orang Meninggal: 11 orang Luka ringan/berat: 76 orang
Cikudapateuh	320 orang Meninggal: 22 orang Luka ringan/berat: 98 orang	113 orang Meninggal: 14 orang Luka ringan/berat: 7 orang
Kiaracondong	1150 orang Meninggal (tertabrak kereta) : 83 orang Luka ringan/berat (tersambar kereta di pinggir rel): 43 orang	1275 orang Meninggal (tertabrak kereta) : 85 orang Luka ringan/berat (tersambar kereta di pinggir rel): 87 orang
Cimindi	121 orang	73 orang

Bukan perkara yang mudah untuk mengedukasi dan memberikan informasi kepada warga dan masyarakat sekitar di daerah Kiaracondong agar lebih memahami atas betapa pentingnya keselamatan jiwa pengendara dan penduduk sekitar tentang keselamatan di pintu perlintasan kereta api ini. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik dan ingin mengetahui bagaimana kegiatan *formative research* pada Sosialisasi Pintu Keselamatan di Daerah Kiaracondong Tahun 2015 yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung sebagai bentuk kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya keselamatan di pintu keselamatan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui tahap analisis situasi dalam kegiatan *formative research* pada sosialisasi pintu Keselamatan di daerah Kiaracondong

- tahun 2015 yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung;
- 2) Untuk mengetahui tahap analisis organisasi dalam kegiatan formative research pada sosialisasi pintu Keselamatan di daerah Kiaracondong tahun 2015 yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung;
 - 3) Untuk mengetahui tahap analisis publik dalam kegiatan formative research pada sosialisasi pintu Keselamatan di daerah Kiaracondong tahun 2015 yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung.

TINJAUAN PUSTAKA

Formative Research

Formative Research adalah kegiatan riset formatif yang dilakukan sebelum memulai program. Riset program dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan untuk mengarahkan pengambilan keputusan dalam perencanaan. Sebagaimana dibawah ini dijelaskan bahwa *formative research* dibagi menjadi 3 tahap diantaranya adalah (Smith, 2005: 11):

1) Analyzing the Situation

Menganalisa situasi adalah langkah pertama yang dilakukan dalam mengelola reputasi. Mengenal dengan baik situasi yang terjadi di dalam dan luar perusahaan. Situasi dapat bersifat positif atau negatif. Ini dapat diidentifikasi sebagai peluang atau hambatan. Jika PR melihat situasi dari positif ini dapat memberi peluang/keuntungan yang potensial kepada perusahaan dan publik.

Pada *analysis the situation* dibutuhkan beberapa tahapan-tahapan untuk disempurnakan agar analisis situasi atau isu menjadi tepat dan akurat. *Analysis the situation*

dipengaruhi 6 aspek yaitu pendalaman data dan fakta, menyiapkan paket informasi, membuat batasan isu dan dampaknya, posisikan citra perusahaan, siapkan tim *crisis centre*, menunjuk *unofficial spoke person* (Agung Wasesa, Silih dan Macnamara Ji, 2010:81-84).

2. Analyzing the Organization

Langkah kedua dalam strategi perencanaan adalah proses mempengaruhi audit *public relations*, yang artinya menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang biasa disebut analisa SWOT. Dalam menganalisa dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu, (a) *Internal Environment*, terdiri dari misi, sumber daya dan *performance*. Dalam aspek ini menganalisa internal pada perusahaan secara mendalam; (b) *Public Perception*, persepsi ini didasarkan pada suatu nilai yang diberikan kepada individu (reputasi) dan visibilitas publik tersebut. persepsi publik adalah tahap kedua fokus audit *Public Relations*. Apa yang masyarakat pikirkan tentang organisasi adalah kunci dari audit komunikasi. Persepsi adalah dasar dari lahirnya pandangan dan reputasi; (c) *External Environment*.

3. Analyzing the Publics

Dalam langkah ini dapat dilakukan dengan mengenal publik. Baik publik internal (karyawan, keluarga karyawan, manajemen, dan investor) maupun publik eksternal (media, pemerintah, konsumen, warga setempat masyarakat dan LSM). Penting bagi suatu perusahaan

mengenali dan membatasi khalayak. Terdapat dua komponen antara lain, (a) *Analyzing Key Publics*, Menganalisis *key public* merupakan komponen penting juga dalam menganalisis publik. Pada point disini terlihat bahwa seorang praktisi *public relations* harus menganalisis dan mengidentifikasi publik berdasarkan dua poin penting yaitu *key characteristic* dan *categories of key publics.*; (b) *Identifying Publics*, Untuk menganalisis secara baik bagaimana mengidentifikasi publik pada program yang akan dibuat atau direncanakan. *Public relations* tentunya harus sangat detail dengan publiknya itu sendiri. Analisis publik ini tentunya memiliki komponen yang sangat mendalam beberapa diantaranya seperti siapa *opinion leader* pada tempat atau publik tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode deksriptif dan juga didukung eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan penelitian awal yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik penelitian untuk nantinya akan diteliti lebih jauh. (Morissan, 2012:35)

Teknik Penentuan Key Informan

Pada penelitian ini, sample dan informan diambil secara *purposive*. *Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2012:85). Selain itu dengan pertimbangan untuk memperoleh dan meningkatkan derajat kepercayaan responden terhadap tingkat keamanan rahasia perorangan dan atau lembaga sebagai akibat pengamatan. *Key Informasi* tersebut adalah:

Pihak yang mengetahui tentang konsep kegiatan program sosialisasi pintu keselamatan, pihak yang mengetahui proses *research* atau penelitian kegiatan program sosialisasi pintu keselamatan, pihak yang melaksanakan kegiatan program sosialisasi pintu keselamatan, pihak yang memahami proses program sosialisasi pintu keselamatan.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka kurang lebih narasumber yang akan dipilih penulis antara lain :

Bapak Zunerfin Manajer Humas Daop 2 Bandung PT.KAI (Persero), Bapak Arie Staff Humas Daop 2 Bandung PT. KAI (Persero), Bapak Rusen Staff Humas Daop 2 Bandung PT. KAI (Persero), Mas Aga Koordinator Wilayah Kota Bandung Komunitas Edan Sepur Indonesia.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Selanjutnya bila dilihat dari sumber datanya dapat menggunakan *sumber primer* dan *sumber sekunder*.

Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), observasi (pengamatan), dan gabungan keduanya.

Teknik Analisis Data

Analisis data melibatkan pengumpulan data yang terbuka, yang didasarkan pada pertanyaan-pertanyaan

umum, dan analisis informasi dari para partisipan.

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Peneliti kualitatif pada umumnya menggunakan prosedur yang umum dan langkah-langkah dalam analisis data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yang terdiri dari 6 langkah. (Creswell, 2009: 274-283)

Teknik Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi di obyek penelitian (Sugiyono, 2012:267).

Pada penelitian ini digunakan yaitu triangulasi teknik dengan mengecek data setelah wawancara dengan melakukan peninjauan ke lapangan dengan cara observasi dan dokumentasi. Peneliti menggunakan triangulasi teknik karena peneliti ingin dapat menghasilkan keabsahan data yang *valid* serta relevan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **Tahap Analisis Situasi dalam Kegiatan *Formative research* yang dilakukan Humas PT.KAI (Persero) Daop 2 Bandung terhadap Strategi Sosialisasi Pintu Keselamatan**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Humas Daop 2 Bandung beserta Wakil Koordinator Wilayah

Komunitas Edan Sepur Indonesia (KESI) dapat diketahui bahwa:

Pendalaman data dan fakta yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung di daerah Kiaracondong dalam sosialisasi pintu keselamatan ini dilakukan dengan mengamati situasi sekitar, menanyakan kepada warga setempat khususnya yang tinggal di daerah pinggiran rel kereta Kiaracondong maupun melihat sejumlah *traffic* kendaraan di pintu perlintasan Kiaracondong. KESI sebagai perpanjangan tangan dari Humas Daop 2 Bandung, melakukan observasi dan pengumpulan data secara langsung untuk mengumpulkan data-data dan fakta yang ditemukan di daerah Kiaracondong demi memberikan sebuah fakta dan laporan yang akurat saat *research* bersama Humas Daop 2 Bandung.

Humas Daop 2 Bandung sudah menyiapkan paket informasi dan sosialisasi di daerah Kiaracondong terkait dengan keselamatan dan juga kedisiplinan dalam menyebrangi perlintasan dan juga untuk tertib tinggal di sekitar daerah rel Kiaracondong. Menyiapkan paket informasi ini bertujuan untuk menentukan pola pendekatan seperti apa yang ingin disampaikan.

Membuat batasan isu dan dampaknya yang telah dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung ini adalah untuk membatasi isu di perlintasan, sehingga tidak menyebar kepada perlintasan lain dan informasi yang tidak jelas dan benar bisa dibendung. Pembatasan ini sangat berguna juga untuk memberikan kemudahan dalam masyarakat menangkap pesan yang akan disampaikan saat sosialisasi pintu keselamatan.

Humas Daop 2 Bandung juga telah memposisikan citra perusahaan mereka dalam *formative research* yang mereka lakukan. Memposisikan citra ini untuk mengukur dan mengetahui bagaimana warga Kiaracondong melihat Humas Daop 2 Bandung yang merupakan bagian dari PT,KAI (Persero) sebagai operator tunggal kereta api bertanggung jawab atas permasalahan isu yang tengah terjadi. Pelayanan serta jasa yang telah diberikan bagi masyarakat ini akan memberikan nilai dari masyarakat Kiaracondong terhadap Humas Daop 2 Bandung.

Dalam tahap analisis situasi yang pertama pada kegiatan *formative research* ini Humas Daop 2 Bandung memang tidak menyiapkan *team crisis centre* melainkan mereka hanya menanamkan jiwa *crisis* di setiap para pegawai Humas Daop 2 Bandung.

Pada Gambar 1 peneliti berhasil menemukan temuan-temuan apa saja yang memang menjadi bahan pertimbangan Humas Daop 2 Bandung untuk memperbaiki analisis situasi

Tahap Analisis Organisasi dalam Kegiatan *Formative research* yang dilakukan Humas PT.KAI (Persero) Daop 2 Bandung terhadap Strategi Sosialisasi Pintu Keselamatan

Berdasarkan dari hasil pengamatan dan juga wawancara peneliti dalam *formative research* Humas Daop 2 Bandung dalam tahap analisis organisasi adalah

Struktur organisasi pada Humas Daop 2 Bandung telah memiliki struktur organisasi yang baik dalam peletakan pejabat utama hingga kepada *staff* mereka itu sendiri. Struktur organisasi ini juga didukung dengan pola komunikasi organisasi merkea berupa *top-down* dan *bottom-up* sehingga komunikasi yang terjalin di Humas Daop 2 Bandung dapat berjalan dengan baik tanpa adanya hambatan baik dari jajaran bawah hingga jajaran atas.

Budget yang digunakan selama kegiatan sosialisasi pintu keselamatan di 4 daerah dan termasuk Kiaracondong sudah dirasa cukup bagi Humas Daop 2 Bandung. Walaupun nominal ini bersifat



Gambar 1. Bagan Hasil Temuan Analisis Situasi yang Berdampak Pada Analisis Tahap ke-3

mereka dalam *formative research* di Kiaracondong. *Formative research* ini juga sangat berkesinambungan dan saling berhubungan antara tahap 1 sampai dengan tahap 3 yaitu:

confidential tapi peneliti dapat memperkirakan bahwa *budget* Humas Daop 2 Bandung tidak terdapat masalah dan tersalurkan dengan baik untuk

mendukung kegiatan sosialisasi maupun *formative research* ini sendiri.

Rapat internal yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung ini bisa dinyatakan belum cukup ideal dengan jadwal yang telah ditentukan seharusnya. Humas Daop 2 Bandung hanya melaksanakan rapat internal 4 kali dalam satu bulan lamanya untuk membahas yang terdapat pada *formative research* di tahap analisis situasi baik itu secara psikografi dan demografi Kiaracandong. KESI juga dilansir tidak banyak mengikuti kegiatan rapat internal.

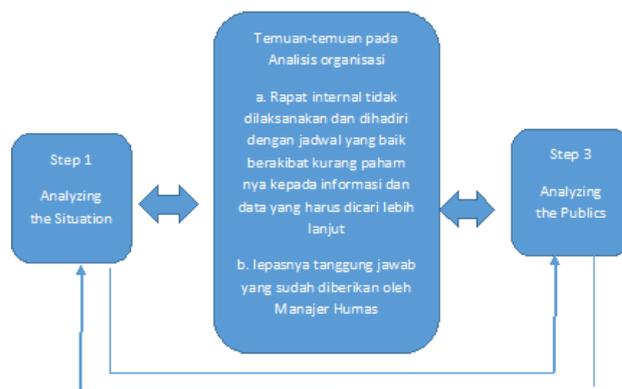
Kerjasama eksternal pada Humas Daop 2 Bandung ini dilakukan dengan menghubungi beberapa media massa lokal yang telah bekerjasama dan juga beberapa aparatur daerah di Kiaracandong. Kerjasama eksternal ini berguna untuk mendukung dan melancarkan sosialisasi pintu keselamatan yang telah dibuat oleh Humas Daop 2 Bandung.

dengan kerap kali membantu para warga untuk menjaga kebersihan dan bekerjasama berkenaan ketertiban di stasiun Kiaracandong. Kegiatan berupa tanggung jawab bersama ini merupakan sebuah upaya kegiatan organisasi mereka untuk mendukung dan membantu daerah Kiaracandong dalam menata ulang ketertiban dan juga kedisiplinan di daerah tersebut.

Sehingga peneliti akhirnya menemukan temuan-temuan kembali yang disampaikan pada Gambar 2 yang menjelaskan analisis organisasi mereka saat menjalani *formative research* pada tahap analisis organisasi mereka.

Tahap Analisis Publik dalam Kegiatan *Formative research* yang dilakukan Humas PT.KAI (Persero) Daop 2 Bandung terhadap Strategi Sosialisasi pintu Keselamatan

Pada tahap analisis publik terakhir *formative research* ini peneliti mendapatkan penjelasan dimana



Gambar 2. Bagan Hasil Temuan Analisis Organisasi yang Berdampak pada Analisis publik dan dipengaruhi oleh Analisis situasi

Humas Daop 2 Bandung juga diketahui telah memberikan sebuah kegiatan eksternal di Kiaracandong

ternyata pada analisis publik ini merupakan tahap yang cukup penting dengan telah dilakukannya dua tahap sebelumnya yaitu:

Key characteristic, categories of key publics yang dilakukan pada Humas Daop 2 Bandung sudah cukup baik untuk mendata daerah mana saja di Kiaracondong yang perlu diinformasikan mengenai sosialisasi pintu keselamatan ini. Disamping itu juga humas juga menganalisis bagaimana warga Kiaracondong mencari informasi mengenai sosialisasi ini. Sehingga tergambar jelas publik seperti apakah daerah Kiaracondong dalam menerima informasi yang akan diberikan oleh Humas Daop 2 Bandung. Apakah publik Kiaracondong merupakan publik yang acuh tak acuh atau peduli dalam menerima informasi tersebut.

Categories of publics serta *characteristic of publics* di Kiaracondong ini saat humas melakukan *formative research* seperti apakah *opinion leaders* yang dibutuhkan pada warga Kiaracondong. *Opinion leaders* ini sendiri akan sangat mempengaruhi emosional warga dalam menerima informasi yang diberikan Humas Daop 2 Bandung. Dorongan dari *opinion leaders* ini akan memberikan sebuah gretakan dan ketegasan kepada warga Kiaracondong untuk bekerjasama dalam ikut tertiba saat berlalu linta di pintu keselamatan serta warga yang bertempat tinggal di daerah rel kereta api.

Tahap analisis publik ini ternyata menjadi sangat kurang akan data dikarenakan pada tahap analisis situasi yang dilakukan oleh Humas Daop 2 Bandung tidak dilakukan secara langsung saat melakukan observasi. Data-data demografis dan psikografis dirasa kurang pada saat penganalisisan. Ditunjang pula ketika Humas Daop 2 Bandung kurang mengadakan rapat internal dan adanya pelepasan tanggung jawab saat kegiatan sosialisasi.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Pendalaman analisis data dan fakta pada dasarnya belum dilakukan secara teliti dan dilakukan secara langsung ke tempat kejadian perkara sementara *crisis centre* perlu dipisahkan untuk meringankan pekerjaan Humas Daop 2 Bandung pada analisis organisasi. Tidak terbentuknya pendalaman data dan fakta yang dilakukan secara *comprehensive* oleh Humas Daop 2 Bandung dan tidak ada pengolahan TKP secara langsung oleh Humas membuat data dan fakta yang didapatkan oleh Mitra Humas menjadi kurang mendalam. Jika Humas melakukan secara langsung dengan melihat apa yang terjadi di lapangan dan dilakukan secara konstan maka akan terlihat apa saja data-data yang diperlukan dan dipahami oleh Humas selama melakukan *research* untuk program sosialisasi pintu keselamatan ini. Dengan tidak adanya observasi secara langsung yang dilaksanakan akan menjadikan sebuah ketidakefektifan pada kegiatan *Formative Research* yang dilaksanakan Humas Daop 2 Bandung dan berpengaruh pada analisis tahap selanjutnya.

Analisis organisasi berupa *Internal Environment* merupakan hal fundamental yang harus dilakukan dan akan berdampak pada lepas tanggung jawabnya oleh pihak internal. Tak pelak memang bahwa unsur perusahaan yang dimulai dari kalangan internal akan sangat mempengaruhi bagaimana *output* yang akan dihasilkan baik untuk sebuah program maupun kepada eksternal perusahaan tersebut. lingkungan baik itu hubungan internal haruslah dibangun dengan kesadaran dan tanggung jawab bagi masing-masing

elemen yang ada di Humas Daop 2 Bandung. Dengan ditemukannya temuan-temuan pada hubungan internal dimana rapat internal tidak dilaksanakan secara kurang rutin dan baik. Ini akan menjadikan Humas memiliki berbagai hambatan baik itu *missed communication*, ketidakpahaman mengenai program tersebut serta akan terlewatkannya *brainstorming* seperti yang telah disampaikan oleh Manajer Humas Daop 2 Bandung itu sendiri. Ketidakpahaman ini yang akan ditakutkan berdampak pada lepasnya tanggung jawab Humas Daop 2 Bandung pada pelaksanaan.

Humas Daop 2 Bandung belum cukup memberikan keakuratan data pada analisis publik berupa data lengkap yang merupakan pembukaan pada pengetahuan Humas, begitupun *stages of development* yang dilakukan pada analisis publik. Tahap terakhir pada kegiatan *formative research* ini memang cukup banyak dan padat pada pengaplikasiannya dan akan menghasilkan sebuah target publik yang akurat untuk suatu program pada kegiatan Humas. Dengan adanya analisis publik seperti ini sudah akan menjelaskan dan menggambarkan lebih jauh Humas Daop 2 Bandung untuk dapat mengidentifikasi dan memilah-memilah publiknya untuk dikembangkan menjadi publik yang aktif dan dapat membantu kegiatan Humas Daop 2 Bandung.

SARAN PENELITIAN

Humas Daop 2 Bandung haruslah memaksimalkan kembali analisis situasi mereka baik itu Mitra Humas yaitu Komunitas Edan Sepur Indonesia sebagai mitra yang dapat diandalkan dan memberikan kontribusi dalam

membantu program dan kegiatan Humas Daop 2 Bandung. Dengan memaksimalkan mitra ini secara teratur dan *comprehensive* akan menghasilkan sebuah *research* situasi atau isuyang sangat berkualitas dan akan membantu pekerjaan Humas Daop 2 Bandung yang akan berhubungan pada publiknya secara langsung. Humas Daop 2 Bandung juga wajib mengikuti kesertaannya pada lapangan saat mendalami pencarian data dan fakta agar Humas dapat menambahkan dan menganalisa data dan temuan-temuan yang ditemukannya untuk memperkuat *formative research* pada Humas Daop 2 Bandung itu sendiri.

Analisis organisasi dapat ditingkatkan lagi pada *internal environment* sebagai bentuk pelaksanaan dari internal Humas Daop 2 Bandung sebelum kepada khalayak eksternal yang lebih luas. Dengan meningkatkan dan lebih sadar akan hubungan internal ini Humas Daop 2 Bandung dapat memberikan sebuah internal pada humas yang baik serta solid untuk dijalankan baik kepada staff-staff nya maupun asisten manajer. *Internal environment* yang kuat pada analisis organisasi ini dapat dikatakan sebagai jantung dari *research* yang sedang dilaksanakan sehingga Humas Daop 2 Bandung harus bisa menjaga profesionalitas dan tanggung jawab untuk terhindarinya lepas tanggung yang telah diberikan oleh masing-masing elemen yang ada di Humas Daop 2 Bandung berikut mitra humas yaitu KESI.

DAFTAR PUSTAKA

Agung Wasesa, Silih dan Macnamara, Ji,, 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta
Citra Aditya.

- Creswell, John W. 2009. *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Penterjemah Achmad Fawaid.
- Effendy, Onong Uchajana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hardiman, F. Budi. 2003. *Melampaui Positivisme Dan Modernitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta, Erlangga.
- Morissan, M.A. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Muhadjir, Noeng. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogja: Rake Sarasin
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Saraswati, Mila dan Ida Widaningsih. 2006. *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Smith, D Ronald. 2005. *Strategic Planning for Public Relations, second edition*, Laurence Erlbaym Associates Publisher, London.
- Soekanto, Soerjono. 1993. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- _____. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.