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

**1Resti Agustina 2Isnawijayani  
1Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Bina Darma Palembang Jl. Jend A. Yani No.12 Plaju, Palembang**

**Email: 1**[**RestinaAgustina@gmail.com**](mailto:RestinaAgustina@gmail.com) [2Isnawijayani23@gmail.com](mailto:2Isnawijayani23@gmail.com)

***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 izovation comfort and convenience in the community in interacting with others.*

***Keywords****: Post Office, Services, Communication*

***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 dikota 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 dijalan 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 dikantor 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*

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 memuaskas 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 situasidan kondisi sekarang sudah mengharuskan setiap pemerintahan, baik pusat maupun daerah mewujudkan pelayanan pubik 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 yag 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 megenai bagaimana bentuk pola dari kualiatas pelayanan, dan juga ingin mengetahui Bagaiamana pola pelayanan kantor pos palembang terhadap nasabah.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Bentuk Pola komunikasi pelayanan yang di PT.Pos Indonesia Wilayah Palembang?
2. Bagaimana Pola dan jenis pelayanan PT.Pos Palembang terhadap nasabah?
3. Bagaimana pelayanan PT.Pos sebelum dan sekarang?
   1. **Tujuan Penelitian**
4. Berdasar latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk Mengetahui Pola komunikasi pelayanan yang di PT.Pos Indonesia Wilayah Palembang
5. Untuk mengetahui Pola dan jenis pelayanan PT.Pos Palembang terhadap nasabah.
6. Untuk mengetahui pelayanan PT.Pos sebelum dan sekarang.

**2.METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Kerangka Teoritis**
2. Teori Komunikasi Pelayanan

Menurut Hardiansyah (2015:16) Teori ini merupakan bagian dari teori komunikasi, fungsi utama dari pemerintah adalah memberikan pelayanan, menyelenggarakan pembangunan dan menyelenggarakan pemerintahan untuk mengatur dan mengurus masyarakatnya, dengan menciptakan ketentraman dan ketertiban yang mengayomi dan mensejahterakan masyarakatnya.

Menurut Hardiansyah (2015:16) Pelayanan pubik mencakup penyelenggaraan public good dan public regulation. Public good, berkaitan dengan penyelenggaraan infrastruktur, barang dan jasa, termsuk pelayanan dasar atau inti yang menjadi tugas dan fungsi utama pemerintah pusat/pemerintah daerah.

sedangan public regulation berkaitan dengan pembentukan peraturan perundang undangan dan kebijakan dalam kerangka menciptakan ketentraman dan ketertiban. Merut UU No 25 Than 2009 pasal 1 yang dimaksud dengn pelayanan public adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan daalam kerangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peraturan UU bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administrative yang disediakan oleh pelayanan public.

1. New Public Service (NSP)

New Public Service (NPS) sebagai paradigma terbaru dari administrasi publik meletakkan pelayanan publik sebagai kegiatan utama para administrator negara/daerah. Salah satu intisari dari prinsip NPS adalah bagaimana administrator publik mengarti kulasikan dan membagi kepentingan (shared interests) warga negara melalui pelayanan publik.

Kualitas pelayanan publik akan selalu menarik untuk dikaji dan dibahas, karena masyarakat selalu mengalami dinamika, ilmu pengetahuan dan teknologi pun selalu mengalami perkembangan dengan pesat.

Seiring dengan hal tersebut, tentu saja konsep, dimensi, indikator-indikator tentang kualitas pelayanan publik akan mengalami perubahan seiring dengan perubahan zaman. Kemampuan beradaptasi dengan perubahan tersebut, akan menjadi modal bagi pengambil kebijakan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan publik.

1. **Kerangka konseptual**
2. Komunikasi

Menurut para ahli komunikasi dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat dikatakan penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

Dan definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Defines tersebut memberikan beberapa oengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan.

Effendilmenyebutkanpada beberapa hal ini merupakan hambatan nkomunikasi, yang.harus dijadikan perhatian penting bagi=komunikator, jikaningin komu nikasi nya sukses adalah Ganggaun lSebagaimana, yang telah 8diketahui9t erdapat 10dua jenis ngangguanb daripjalannya komunikasi,-Dan =menurut . Sifatnyap terbagimduanyakni gangguan. Mekanik danm gangguan simantik.

* Gangguanxsimantikz(mechanical,lchannelmnoise)

Pengertiancdaringanngguanpmekanik[yakni hambatanqyangmpenyebabnyaaadalah salah satu dari alatnadalam ckomunikasimmengalamivgangguan sehinggavtidakhbisandifungsikan.fdapatldicontohkansebagai berikut: Suara[ganda (interferensidalpesawat) nradioldisebabkan;duampemancarpyangoberdempetanngelombangnya; atau gambarnyang,tidakmterang pada televise, atau dapat pulaokita contohkanlpada Surat kabar yang tulisannyackabur./Dapat pula dicontohkan pada loudspeaker yang,berdegung ketika digunakan.

* GangguannSimantik (semantic nose).Pengertian dari gangguan simantik adalahmgangguanmyangmdisebabkan oleh kesalahan padalbahasapyangmdigunakan. Disebutkan bahwa gangguan bsimantik tersebut seringoterjadi pdikarenakan ]beberapa;factoropenyebab sebagai berikut:
* Kata-katalyang digunakanomdidalam percakapannya berasal dari1 bahasaz asing2yang kurang dimengerti sebagian ,masyarakat.
  + - * + Perbedaan Bahasa yangodigunakanhantara pembicara dengan bahasanyang.digunakan oleh penerima.
        + Struktur[bahasa,yang digunakan berbeda sehinggammembingungkan penerima.
        + PerbedaanbLatarlbelakang budaya yang menyebabkanmperbedaan persepsi terhadap symbolkbahasa.

Dampakpdariladanya Gangguan simantik ini Berakibat sangat lfatalyjika terjadi, karenanya sebisa mungkin dihindari,p pada hakikatnyap orang;yang komunikasi memahami suatu bahasa denganlberbagaibcara. Sehingga mereka memiliki pengertiany yangm berbeda dengan pengertian yang dimiliki olehn komunikator. Karena,gangguan ini komunikasi dapat gagal total.

1. PelayananbPublik

Pelayananvpublikmadalah aktivitas dari suatu kegiatan yang dilaukanc dalam.rangka,memenuhi kebutuhan dari pelayanan sesuai dengan aturanpundang-undang.

Bagi setiap warga negara atas hakvbarang,,jasa,ldanlpelayanan.administrative yang disediakan oleh penyelenggarabpelayanancpublic.

**2.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada penelitian iniyangqdigunakanradalahideskriptifnkualitatif, yang mana peneliti berusaha untuk menggambarkanosecara,detailnmengenai segala data informasi yang diperoleh dari suatu ohubunganc dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dan metode pengumpulan datanyap dengano caralwawancara,.observasi dan juga dokumentasi.

**2.3.1 Informan**

Informan.pada1penelitian2inizterdiriedari informan utama dan informan pendukung. Informan u,pertama apada peneliticiniladalah Erna Puji Rahayu, (28th) selaku Manejer Pelayananm Jasax Keuangan dikantornpos yang dapat memberikan informasi-informasi mendalam p mengenai pelayanann sebagai media komunikasi denganm nasabah/ masyarakat.

Informan pendukung dalam peneliti ini yangmpertama madalahlDewio Sartika (38) selaku Staff Pelayanan dari kantor Pos, dan Informan nyangv kedua iadalah1Eka1pransiska pratiwi (30th) selaku Staf Customer Servis.

1. **HASILDANnPEMBAHASAN**

**3.1 Bentuk Pola komunikasi pelayanan yang gdi pPT. Pos iIndonesiawWilayah Palembang**

PolaaKomunikasimmerupakan serangkaian dua kata, karna keduanya mempunyaimketerkaitan.maksa,sehingga mendukung makna lainnya. Kata pola dalammKBBI.artinya bentuk atau system, Cara .atau mbentu .(struktur)/yangmtepat, yang mana pola dapat dikatakan contoh atauncetakan.cPolaxjugazbisaadiartikan bentuk atau cara menunjukkan dari suatu objek.

Sedangkanpistilahlkomunikasib

berasal dari Bahasa Latin communicatos yang bartinya vberbagi,ataucmenjadi.milik bersama. Kata sifatnya communs yang bermaknacumummatauubersama-sama. secara umum pola komunikasi (patternssoffcommunications)yyanggada dilingkungan Pt. Pos Indonesia Sebagai berikut:

* + Komunikasivdariiatasskebbawah Yakni komuikasi dari atasan kepada bawahannatauppengikut.aAliran komunikasi ini umumnya terkait denganttanggunggjawabbpimpinan dalam organisasi.
  + Komunikasiddaribbawahhkeatas Yakni komunikasi dari bawah keatasmmerupakanvpemindahan informasi dari bawahan atau pengikutbkepadamatasankatauypimpinan. Komunikasi ini biasanya berisikanilaporanllaporanpkerja,.penyampaian aspirasi dan sebagainya.
  + komunikasiohorizontalkKomunikasi horizontal merupakan komunikasi yangoterjadiaantarbbagian-bagian yang memeiliki posisi sejajar atau sederajatddalammsuatuoorganisasi. Dalam hal ini, komunikasi dilakukannuntukmmelakukannpersuasimmempengaruhiddannmemberikan informasi kepada bagian lain yang sederajat.
  + KomunikasivdiagonalmKomunikasi diagonal merupakan komunikasi yanggmelibatkannantara dua tingkat (levellorganisasiiyanggberbeda).biasanya, komunikasi ini terjadi pada organisasi yang berskala besar.

**3.2 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 .

1. 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 degan cara lisan dan lambang non verbal melalui isyarat dan lain-lain.

1. 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.

1. 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.

1. 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 komunikan ke komunikator, yang mana menjadi penentu utama keberhasilan komunikasi.

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

**3.3 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 membayaran 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 teransaksi. 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 parsel yang dimiliki PT. Pos Indonesia pihak perusahaan lainnya meminta bantuan dari pos untuk pengiriman sampai ke plosok. 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 laiinnya 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 dulukan 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 paketnya 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.

1. **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 parsel.
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**

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: Gadja Mada 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: Simbiosa 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.