

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul Skripsi

Opini Publik dalam Rubrik SMS Warga tentang Kualitas Pelayanan Publik

B. Sub Judul Skripsi

Analisis Isi Rubrik SMS Warga terkait Kecenderungan Opini Publik tentang Kualitas Pelayanan Publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta Periode Juni 2009- Juni 2010

C. Latar Belakang

Pertumbuhan Yogyakarta sebagai kota multi predikat yaitu kota pelajar, budaya dan kota tujuan wisata kini telah mengalami banyak perubahan yang signifikan. Sebut saja optimalisasi di bidang kepariwisataan, salah satunya dengan membangun wahana wisata kreatif untuk anak, Taman Pintar. Pembangunan pusat-pusat perbelanjaan seperti *mall* dan *supermarket*, hingga penambahan dan perbaikan berbagai infrastruktur yang mengindikasikan pertumbuhan kota yang dinamis sebagai bagian dari modernisasi Yogyakarta. Modernitas yang diidentikkan dengan tingkat mobilitas yang tinggi juga mulai dirasakan oleh masyarakat. Jika dahulu Yogyakarta mendapat predikat sebagai kota sepeda maka kini kendaraan bermotor seperti motor dan mobil menjadi pilihan utama. Hal ini diperkuat dengan hasil survei Dinas Perhubungan Yogyakarta pada tahun 2004

yang menunjukkan bahwa jumlah kepemilikan sepeda motor di Yogyakarta hampir berbanding lurus dengan jumlah penduduknya sendiri.¹ Informasi lain menyebutkan bahwa hingga tahun 2009 terdapat sekitar satu juta unit sepeda motor dan sekitar 200.000 mobil. Di mana pertumbuhan jumlah kendaraan diperkirakan mencapai 5 sampai 10 persen per tahun.²

Merujuk pada pembenaran atas realita saat ini maka pelayanan publik atau *public services* dapat menjadi solusi untuk mengimbangi pemusatan tingkat mobilisasi masyarakat pada penggunaan kendaraan bermotor pribadi. Pelayanan publik merupakan bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah kepada rakyat yang mengalami fase pembaruan baik dari sisi paradigma maupun format pelayanan seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat dan perubahan yang mengikutinya.³ Sebagai langkah untuk mengimbangi perubahan dan perkembangan tersebut maka kemudian pada awal bulan Februari 2008 yang lalu, Pemerintah Provinsi DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) mengoperasikan layanan transportasi publik baru bagi masyarakat yaitu Trans Jogja. Kehadiran Trans Jogja yang beroperasi pada pukul 06.00 WIB hingga 22.00 WIB diharapkan mampu menekan laju pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor pribadi sehingga kemacetan di daerah perkotaan dapat diminimalkan karena Trans Jogja dapat menjadi sistem pelayanan transportasi kota yang bagus dan murah.

¹http://dishub-diy.net/index.php?option=com_content&view=article&id=185:lalu-lintas-jogja-ruwet-kurangi-daya-tarik&catid=37:berita&Itemid=54, diakses tanggal 21 April 2010 pukul 23.42 WIB

² <http://www.kr.co.id/web/detail.php?sid=194509&actmenu=39>, diakses tanggal 22 April 2010 pukul 00.29 WIB

³ Dr.Lijan Poltak Sinambela dkk. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi*. Bandung, Penerbit Bumi Aksara, 2006, hlm 3

Kini, dua tahun sejak dioperasikan, kehadiran Trans Jogja sebagai bagian dari pelayanan publik sudah pasti mendapatkan banyak perhatian dan evaluasi yang datangnya dari masyarakat sendiri. Secara terbuka, ungkapan terimakasih, kritik, saran, permohonan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pelayanan Trans Jogja dapat disampaikan oleh masyarakat dalam rubrik SMS (Short Message Service) Warga Kolom Yogyakarta yang disediakan oleh Surat Kabar Harian Kompas sejak awal bulan Juni 2009 yang lalu. Sebagai bagian dari media massa, SKH Kompas dalam rubrik SMS Warga hendak memfungsikan salah satu dari empat fungsi media yaitu media massa sebagai media pengawasan atau *surveillance*. Rubrik SMS Warga memungkinkan beragam opini pribadi dari tiap-tiap individu dalam masyarakat termasuk tentang pelayanan Trans Jogja muncul sebagai opini publik dalam media massa. Mengingat bahwa opini publik dapat tersusun jika opini pribadi dimiliki bersama secara luas melalui kegiatan kolektif.⁴

Sebelumnya, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan opini publik seperti yang dilakukan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Lidwina Chometa Halley Eprilianty (2004) yang mengkaji *framing* atau pembingkaihan opini narasumber sebagai bentuk representasi opini masyarakat tentang polemik jabatan gubernur DIY dalam berita-berita *headline* koran lokal DIY yaitu SKH kedaulatan dan SKH Bernas Jogja. Dalam penelitian tersebut, peneliti yang bersangkutan berupaya untuk menemukan *frame* seperti apa yang dipakai oleh media lokal terhadap opini yang disampaikan masyarakat sebagai narasumber dalam pemberitaan polemik jabatan gubernur DIY. Selain itu,

⁴ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung, Remadja Karya CV, 1989, hlm 19

penelitian lain yang dilakukan oleh Santi Kumala Sari, mahasiswi Universitas Kristen Petra, melihat opini publik Semarang terhadap tayangan Dinamika Semarang di TV (televisi) Borobudur.⁵ Penelitian dengan metode penelitian survei ini pada akhirnya mendapatkan hasil penelitian bahwa publik Semarang beropini positif terhadap tayangan Dinamika Semarang yang pada mulanya kontroversial. Kedua penelitian ini memberikan gambaran dan inspirasi kepada peneliti bahwa pengukuran atas opini-opini pribadi yang kemudian menjadi intens dan berakhir sebagai opini publik dapat dilakukan melalui beragam metode penelitian selain inovasi metode pengukuran opini publik populer seperti survei dan *polling*. Kenyataan lain ialah media tak hanya membantu masyarakat mendapatkan informasi tetapi sekaligus mempengaruhi dalam pembentukan opini⁶. Serta kontroversi atas isu menjadi tahapan pembentukan opini publik yang paling mendasar.

Berkaitan dengan topik yang hendak peneliti angkat, berikut ini adalah contoh SMS yang dimuat dalam rubrik SMS Warga tentang pelayanan publik Trans Jogja. Nomer 0813283181xx pada hari Rabu, 03 Juni 2009 mengirimkan pesan yang berbunyi, “*Pemda DIY diharap membuka jalur Trans Jogja Kota-Pakem untuk mengurangi kesemrawutan sepanjang jalan Kaliurang*”. Pesan lain yang dimuat pada hari Senin, 13 Agustus 2009, “*Setahu saya, bus Trans Jogja tidak mengejar setoran, tapi kenapa masih kebut-kebutan (mau jadi pembalap?)*” yang dikirimkan oleh 085629273xx. Atau SMS yang dikirimkan oleh 0856431711xx,

⁵http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/ikom/2008/jiunkpe-ns-s1-2008-51403117-9117-semarang-abstract_toc.pdf, diakses pada 25 April 2010 pukul 23.50 WIB

⁶ Haryatmoko, *Etika Komunikasi*. Yogyakarta, Kanisius, 2007, hlm 146

Kamis 23 Juli 2009, *“Busway di Yogyakarta sangat membantu. Kami berharap busway jalurnya ditambah sampai ke Kaliurang. Karena kaliurang merupakan obyek wisata yang cukup terkenal.”* Berdasarkan sampel pesan-pesan pendek tersebut, dapat diasumsikan bahwa opini-opini yang muncul dalam rubrik SMS Warga merupakan gambaran evaluasi masyarakat sebagai opini publik Yogyakarta atas performa pelayanan publik didapatkan hingga saat ini. Di mana opini publik dalam rubrik SMS warga periode Juni 2009- Juni 2010 dapat merepresentasikan kualitas pelayanan publik Trans Jogja setelah masa dua tahun sejak Trans Jogja mulai dioperasikan. Misalnya apakah opini publik yang terbentuk adalah pro atau kontra atau netral terhadap kualitas Trans Jogja?

Asumsi tentang keterkaitan antara opini publik dan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” tersebut lantas membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang kecenderungan opini publik dengan menggunakan SMS dalam rubrik SMS Warga SKH Kompas Yogyakarta periode Juni 2009- Juni 2010 sebagai media analisis. Penelitian dengan metode analisis isi kuantitatif ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang ada di benak peneliti, serta berbagai pemikiran yang muncul mengenai representasi kualitas pelayanan publik berdasarkan kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga.

D. Perumusan Masalah

Bagaimanakah kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga dalam merepresentasikan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta periode Juni 2009- Juni 2010?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga dalam merepresentasikan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta periode Juni 2009- Juni 2010.

F. Kerangka Teori

F.1. Opini Publik

Definisi opini publik oleh Leonard W. Doob dipaparkan sebagai sikap individu-individu yang tergabung dalam kelompok masyarakat yang sama mengenai sebuah persoalan tertentu.⁷ Pendapat lain dikemukakan oleh William Albiq yang dikutip oleh Sastropetro, opini publik merupakan suatu jumlah dari individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik.⁸ Sedangkan Walter Lippmann secara spesifik menggambarkan opini publik sebagai Opini Umum dengan huruf besar yaitu gambar-gambar yang digerakkan oleh sekelompok orang atau oleh pribadi yang bertindak atas nama kelompok. Di mana gambaran-gambaran dunia di luar diri kita itu berhubungan dengan tingkah laku sesama, sejauh tingkah laku mereka itu menyangkut diri kita, tergantung pada kita, atau menarik perhatian kita, disebut sebagai urusan masyarakat umum.⁹

⁷ Dra. Djoenaesih S. Sunarjo. *Opini Publik*. Yogyakarta, Penerbit Liberty, 1984, hlm 26

⁸ Helena Olih. *Opini Publik*. Jakarta, Penerbit Indeks, 2007

⁹ Walter Lippmann. *Opini Umum*. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia, 1998, hlm 26

Dalam proses pembentukannya, opini ditandai dengan adanya respon aktif masyarakat atas pelayanan bus Trans Jogja. Respon sendiri dapat terdiri atas tiga komponen yakni keyakinan, nilai-nilai dan ekspektasi perorangan.¹⁰ Seperti halnya beragam opini yang muncul di dalam rubrik SMS Warga, komponen keyakinan menandakan pikiran atau kognisi publik terhadap pelayanan Trans Jogja. Komponen nilai-nilai yang berkaitan dengan affeksi menandakan pilihan atau prioritas yang dimiliki publik untuk tujuan tertentu tentang pelayanan Trans Jogja. Sedangkan komponen ekspektasi menandakan keinginan publik terhadap pelayanan publik Trans Jogja. Misalnya keinginan-keinginan masyarakat atas perbaikan atau penambahan fasilitas yang menunjang dalam pelayanan bus Trans Jogja.

Opini-opini yang muncul antara lain berupa: 1) kritikan contohnya: “Setahu saya, bus Trans Jogja tidak mengejar setoran, tapi kenapa masih kebut-kebutan (mau jadi pembalap?)” atau “Bunyi klakson bus Trans Jogja kok tidak standar? Bunyinya yang kayak (maaf! hewan terjepit) sangat mengagetkan pengguna jalan. Apalagi yang berumur tidak muda lagi. Tolong Pak Polisi perhatikan hal ini”, 2) saran dan usulan contohnya: “Pemda DIY diharap membuka jalur Trans Jogja Kota-Pakem untuk mengurangi kesemrawutan sepanjang jalan Kaliurang” atau “Saya usul: halte bus depan UNY difungsikan sebagai halte bus Trans Jogja di Jalan Affandi sisi barat, trotoar depan susteran CB+depan Realino dijadikan halte di sisi timur”, ungkapan pujian atau terimakasih contohnya: “Busway di Yogyakarta sangat membantu. Kami berharap busway jalurnya ditambah sampai ke Kaliurang. Karena kaliurang merupakan obyek wisata yang cukup terkenal”.

Ragam pesan pendek di atas merupakan bentuk respon masyarakat sebagai pengguna pelayanan publik terhadap kualitas pelayanan bus Trans Jogja yang telah dirasakan hingga saat ini. Maka respon-respon masyarakat dalam rubrik SMS Warga tersebut merupakan contoh nyata tentang apa yang disebut dengan ‘opini’. Sedangkan masyarakat yang terepresentasikan melalui individu-individu

¹⁰ Zulkarimen Nasution. *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*. Jakarta, Ghalia Indah, 1990, hlm 91

yang beropini dalam rubrik SMS Warga adalah 'publik' karena merupakan kelompok orang yang tertarik akan sebuah isu.¹¹

Menurut Dan Nimmo (1989:23-25) opini publik terbentuk melalui empat tahapan pembentukan, yakni 1) adanya konflik yang berpotensi menjadi isu, 2) kepemimpinan politik, 3) interpretasi personal dan pertimbangan sosial serta 4) pemublikasian opini pribadi. Seperti yang disebutkan di atas, isu merupakan tahap awal munculnya opini publik. Permasalahan, pertikaian atau pun perselisihan yang terpublikasikan berpotensi menjadi isu dan dapat berujung pada kemunculan opini publik ketika isu tersebut menjadi isu umum dan sifatnya kontroversi. Dalam hal ini, Trans Jogja sebagai bagian dari pelayanan publik dirasakan masih mempunyai banyak kekurangan sehingga berpotensi mendapatkan respon dari masyarakat sebagai sebuah isu umum.

Tahap kedua yaitu adanya kepemimpinan politik. Kepemimpinan politik yang dimaksud ialah munculnya sosok pemimpin yang memimpin publikasi atas isu yang ada. Sosok pemimpin tersebut sangat dimungkinkan untuk merangsang komunikasi tentang isu melalui berbagai saluran massa, interpersonal dan organisasi. Dalam hal ini, Rubrik SMS Warga dapat dipersonifikasikan sebagai sosok pemimpin politik dalam fase pembentukan opini publik dikarenakan rubrik tersebut berperan membukakan ruang untuk publikasi atas isu.

Tahap ketiga yakni munculnya interpretasi personal. Di mana interpretasi personal memberikan gambaran tentang opini yang ada. Munculnya pesan-pesan pendek dalam rubrik SMS Warga merupakan ragam interpretasi personal tiap-tiap

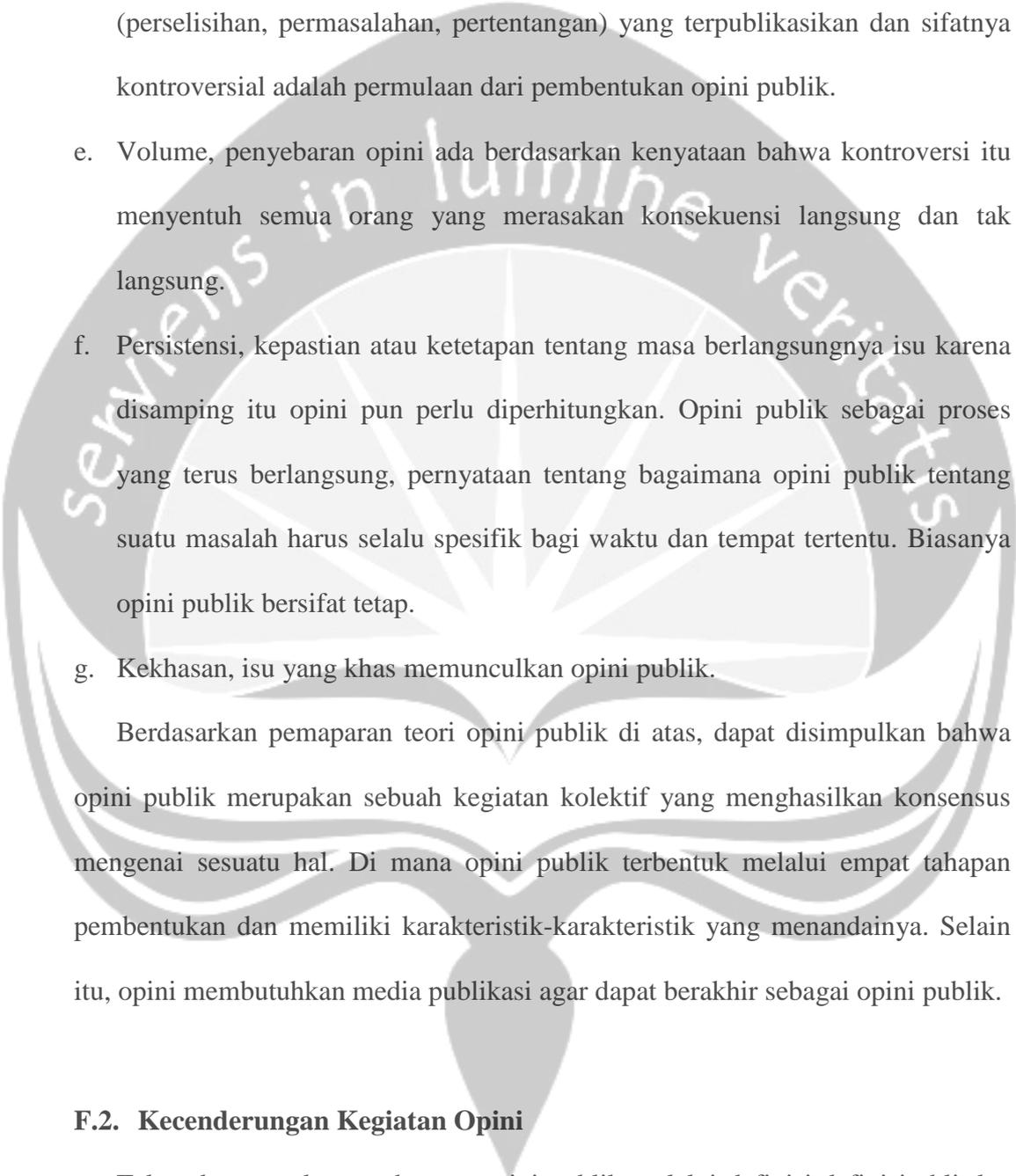
¹¹ *Ibid*, hlm 91

masyarakat tentang pelayanan publik bus Trans Jogja. Tahap terakhir dalam proses pembentukan opini publik yaitu penyesuaian opini pribadi tiap-tiap individu dalam satu kesamaan persepsi tentang opini tersebut. Pada akhirnya, kesamaan persepsi masyarakat Yogyakarta merupakan opini publik yang merepresentasikan kualitas pelayan publik Trans Jogja.

Berdasarkan tahapan pembentukan opini publik, karakteristik opini publik dapat dijabarkan sebagai berikut¹²:

- a. Mempunyai isi. Opini adalah tentang sesuatu. Publikasi atas konflik yang berpotensi menjadi isu merupakan isi dari sebuah opini. Dengan kata lain, opini adalah respon aktif yang bermuatan isu atau kabar angin atau apapun itu tentang suatu masalah.
- b. Opini publik mempunyai arah. Sejak proses pembentukan opini publik dimulai, opini publik secara alami akan mengarah (diarahkan atau tidak) pada sebuah keputusan final atas opini publik tersebut, seperti percaya-tidak percaya tentang sosok pemimpin dalam pemilu, mendukung-menentang diterapkannya UU Pornografi, dsb.
- c. Intensitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan keadaan tentang tingkatan atau ukuran. Dalam ranah opini publik, intensitas dapat diartikan sebagai ukuran ketajaman terhadap isu seperti kuat, sedang atau lemah. Semakin kuat isu maka opini publik yang terbentuk akan semakin mengerucut pada sebuah keputusan atas isu tersebut.

¹² Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung, Remadja Karya CV, 1989, hlmn 29

- 
- d. Konflik dan kontroversi selalu menandai munculnya opini publik. Seperti yang dipaparkan dalam tahapan pembentukan opini publik, segala bentuk isu (perselisihan, permasalahan, pertentangan) yang terpublikasikan dan sifatnya kontroversial adalah permulaan dari pembentukan opini publik.
 - e. Volume, penyebaran opini ada berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tak langsung.
 - f. Persistensi, kepastian atau ketetapan tentang masa berlangsungnya isu karena disamping itu opini pun perlu diperhitungkan. Opini publik sebagai proses yang terus berlangsung, pernyataan tentang bagaimana opini publik tentang suatu masalah harus selalu spesifik bagi waktu dan tempat tertentu. Biasanya opini publik bersifat tetap.
 - g. Kekhasan, isu yang khas memunculkan opini publik.

Berdasarkan pemaparan teori opini publik di atas, dapat disimpulkan bahwa opini publik merupakan sebuah kegiatan kolektif yang menghasilkan konsensus mengenai sesuatu hal. Di mana opini publik terbentuk melalui empat tahapan pembentukan dan memiliki karakteristik-karakteristik yang menandainya. Selain itu, opini membutuhkan media publikasi agar dapat berakhir sebagai opini publik.

F.2. Kecenderungan Kegiatan Opini

Tak terbatas pada pemahaman opini publik melalui definisi-definisi ahli dan karakteristik yang menandainya, opini publik juga dipahami sebagai sebuah proses yakni proses pengungkapan makna melalui kepercayaan, nilai dan

pengharapan sebagai bentuk konsensus publik atas beragam persepsi individu-individu yang muncul. Dalam perjalanannya, kegiatan opini memiliki kecenderungan yang digambarkan Dan Nimmo sebagai garis tindakan¹³. Di mana kecenderungan tidak menentukan perilaku terlebih dahulu melainkan kecenderungan adalah kecenderungan dari sebuah kegiatan yang menunjukkan garis tindakan kepada seseorang dan kecenderungan akan mengalami perubahan ketika makna dari kegiatan disusun dalam pemahaman subjektif dan diaplikasikan dalam perilaku sesuai dengan pemaknaan tersebut.

Hubungan antara kecenderungan dan kegiatan kemudian dipaparkan oleh Miller, Balanter, dan Pribam dalam Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek¹⁴ ke dalam tiga tahap pokok tindakan yakni citra, rencana dan operasi. Citra adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kognisi, afeksi dan konasi seseorang yang dapat berubah sesuai pengalaman. Di mana terdapat empat fase citra¹⁵ yakni: representasi di mana citra adalah cermin suatu realitas, ideologi di mana citra menyembunyikan dan memberikan gambaran yang salah tentang realitas, citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas namun berperan sebagai penampakkannya dan citra tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan realitas apa pun sehingga citra hanya menjadi yang menyerupai dirinya.

Rencana merupakan sesuatu hal yang terdapat di dalam citra dan terdiri atas perintah yang diberikan seseorang kepada dirinya sendiri dengan melakukan kegiatan tanpa disadari kapan rencana tersebut disusun dan dilaksanakan. Sedangkan operasi adalah apa yang dilakukan seseorang dalam tindakannya

¹³ Dan Nimmo, Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek. Bandung. Penerbit Rosda. 2000, hlm 3

¹⁴ *Ibid*, hlm 4

¹⁵ Haryatmoko. Etika Komunikasi. Yogyakarta. Penerbit Kanisius, 2007, hlm 33

tersebut. Kemudian kaitan antara tindakan dengan proses opini adalah opini disebut sebagai kegiatan. Di mana opini menggabungkan citra dunia atas objek tertentu, rencana yang berupa interpretasi atas objek tertentu dan operasi yang berupa tanggapan bermakna.

Seperti halnya kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga tentang kualitas pelayanan publik “Trans Jogja”, SMS-SMS merupakan gambaran opini publik yang merepresentasikan kecenderungan opini sebagai citra atau rencana atau operasi masyarakat atas kualitas pelayanan Trans Jogja.

F.3. SMS sebagai Pesan

Sesuai dengan model komunikasi Lasswell dalam Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar¹⁶ yakni *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*, unsur pesan (says what) merupakan bahan untuk analisis isi. Di mana pesan adalah sesuatu yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan melalui sebuah media. Pesan merupakan seperangkat simbol baik itu verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan yang dimaksudkan oleh komunikator. Seperti halnya pesan dalam *short message service* atau SMS¹⁷.

The short message service (SMS) is the ability to send and receive text messages to and from mobile telephones. The text can comprise of words or numbers or an alphanumeric combination.

SMS sebagai pesan juga tersusun atas tiga komponen yakni SMS sebagai sebuah makna, sebuah simbol yang dapat digunakan untuk menyampaikan makna, dan juga mempunyai bentuk atau organisasi pesan. Di mana simbol terpenting

¹⁶ Deddy Mulyana, 2005 Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. PT. Renaja Rosdakarya Offset. Bandung. halaman 136

¹⁷ Diakses dari www.fortunecity.com pukul 20.45 pada tanggal 2 oktober 2010

adalah kata-kata (verbal) atau bahasa yang dapat merepresentasikan objek atau gagasan atau perasaan. SMS sendiri merupakan fasilitas pengiriman pesan *alphanumeric* (teks) dari komunikator kepada komunikan melalui telepon seluler yang pertama kali dikirimkan pada Desember 1992 dari media komputer ke telepon seluler dalam jaringan Vodafone GSM di Inggris¹⁸. SMS berisikan kata-kata yang dapat memungkinkan terjadinya proses perpindahan makna atau tukar pikiran. Rubrik SMS Warga merupakan wadah dari pesan-pesan yang dikirimkan oleh masyarakat sebagai sumber pesan kepada pihak-pihak yang terkait seperti halnya Dishub DIY, PT. Jogja Tugu Trans, dan Pemda DIY atau masyarakat itu sendiri selaku penerima pesan terkait kualitas pelayanan Trans Jogja yang dirasakan oleh masyarakat Yogyakarta.

F.4. Pelayanan Publik

Boris Libois seperti yang dikutip Haryatmoko, mendefinisikan pelayanan publik¹⁹ sebagai:

Semua kegiatan yang pemenuhannya harus dijamin, diatur, dan diawasi oleh pemerintah karena pemenuhannya diperlukan untuk perwujudan dan perkembangan kesalingtergantungan sosial dan pada hakikatnya, perwujudan sulit terlaksana tanpa campur tangan kekuatan pemerintah.

Definisi lain dalam Kepmenpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003 menyatakan pelayanan publik²⁰ sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara Negara. Merujuk pada gagasan di atas, negara atau pemerintah merupakan salah satu unsur penting dalam konsep pelayanan publik. Unsur

¹⁸ Ibid, akses dari www.fortunecity.com

¹⁹ *ibid*, hlm 73

²⁰ Kepmenpan dikutip dari buku Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi, hlmn5

lainnya ialah pemenuhan akan kebutuhan publik itu sendiri. Negara atau pemerintah memiliki peranan penting dikarenakan segala upaya peningkatan pelayanan publik (pelayanan bagi masyarakat) sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan sosial merupakan tanggung jawab negara sepenuhnya. Negara sebagai penyelenggara pelayanan publik diharapkan mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan ciri umum yang menandai pelayanan publik²¹ yaitu pelayanan publik berarti lebih penting dibanding dengan kegiatan lain sejenis, maka diatur secara khusus.

Dalam penyelenggaraan pelayanan publik terdapat tiga prinsip dasar pelayanan publik yaitu kontinuitas, kesetaraan dan adaptif. Boris Libois dalam Etika Jurnalistik menjelaskan masing-masing prinsip sebagai berikut:

- a. prinsip kontinuitas dapat dipahami sebagai tetap berlangsungnya penyelenggaraan pelayanan publik sekalipun dalam kondisi minimum. Dengan pengertian, pelayanan bus Trans Jogja akan tetap beroperasi walapun terjadi kendala internal misalnya pemogokan kerja karyawan bus Trans Jogja atau perbaikan selter dan unit bus Trans Jogja di trayek tertentu.
- b. prinsip kesetaraan dapat dipahami sebagai kesetaraan penerimaan kualitas pelayanan oleh masyarakat tanpa adanya diskriminasi. Dalam pelayanan Trans Jogja, semua kalangan masyarakat dapat menikmati kualitas pelayanan yang sama tanpa memandang identitas, kategorisasi publik serta letak geografis.
- c. prinsip adaptif dipahami sebagai ikut berkembangnya penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan sosial masyarakat. Seperti halnya,

²¹ *Ibid*, hlmn 74

penambahan dan pembangunan selter Trans Jogja di berbagai titik yang potensial, perbaikan selter, atau penambahan unit bus.

Untuk dapat menilai kualitas pelayanan publik bus Trans Jogja yang diberikan oleh Pemda DIY, terdapat beberapa kriteria kualitas dalam Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi yang dapat dijadikan cermin dari kualitas pelayanan sehingga mampu mencapai kepuasan pelanggan. Kriteria-kriteria tersebut dipaparkan sebagai berikut ²²:

- a. transparansi, pelayanan bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Sosialisasi penggunaan Trans Jogja kepada masyarakat merupakan salah satu upaya transparansi yang diberikan oleh pengelola dan Pemda DIY agar pelayanan menjadi lebih maksimal.
- b. akuntabilitas, pelayanan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sesuai dengan ketentuan Peraturan Gubernur (Pergub) DIY No. 5 Tahun 2008²³ disebutkan bahwa:

Tarif angkutan bus perkotaan Trans-Jogja adalah:

1. Tarif Umum sebesar Rp. 3.000,- per perjalanan.
2. Tarif Reguler/Langgan :
 - untuk Umum sebesar Rp. 2.700,- per perjalanan.
 - untuk Pelajar sebesar Rp.2.000,- per perjalanan.
3. Tarif uji coba sebesar Rp.1.000,- per perjalanan.

²² Sinambela, *op.cit.* hlmn. 6

²³ <http://birohukumdiy.net84.net/produk-hukum/Pergub-2008/Pergub-5-2008.pdf>, diakses tanggal 10 Mei 2010 pukul 10.37 WIB

Dengan demikian, semua penyelenggaraan pelayanan publik, apapun itu, harus dijalankan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku sehingga dapat dinyatakan akuntabel.

- c. kondisional, pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efektivitas dan efisiensi. Misalnya penggunaan tarif flat atau datar dalam pelayanan bus Trans Jogja. Dengan menggunakan tarif flat maka pentarifan biaya adalah sama tanpa memperhitungkan jarak tempuh.
- d. partisipatif, pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. kesamaan hak, pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun misalnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lain-lain.
- f. keseimbangan hak dan kewajiban, pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Tak terbatas pada kriteria kualitas pelayanan publik, Fitzsimmons dan Fitzsimmons dalam Budiman seperti yang dikutip oleh Sinambela²⁴ menyebutkan bahwa terdapat lima indikator dalam pelayanan publik, yaitu:

1. *Reliability*, terdiri dari kemampuan yang diberikan oleh unit-unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan benar.

²⁴ *Ibid*, hlmn 7

2. *Tangibles*, ditandai dengan penyediaan sumber daya manusia dan sumber daya lain yang memadai dalam pelayanan publik. Penyediaan sumber daya tersebut antara lain terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi.
3. *Responsiveness*, adanya kemauan dari penyelenggara pelayanan untuk membantu konsumen sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini ditandai dengan keinginan dalam melayani konsumen dengan cepat dan tanggap.
4. *Assurance*, ditandai dengan tingkat perhatian dari pengelola pelayanan terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.
5. Empati, ditandai dengan tingkat kemauan pengelola pelayanan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Empati dapat dilakukan melalui beragam upaya seperti layanan suara konsumen dalam rangka mengetahui kebutuhan masyarakat sebagai pelanggan.

Pelayanan publik yang maksimal dan optimal tentunya berpedoman pada prinsip dasar pelayanan publik yang diikuti oleh penerapan kriteria kualitas pelayanan publik sebagai cerminan kualitas pelayanan publik tersebut serta mempertimbangkan indikator-indikator yang menandai kualitas pelayanan itu sendiri.

F.4. Kebijakan Publik

Kebijakan publik dalam Reformasi Pelayanan Publik didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diputuskan oleh pemerintah untuk dikerjakan maupun tidak dikerjakan. Disebutkan pula bahwa dalam perspektif kebijakan, hal-hal yang

kemudian dipilih dan dikerjakan pemerintah selalu bersifat strategis. Sifat strategis yang dimaksud ialah mengandung nilai-nilai strategis baik dari sudut politik maupun ekonomi. Demikian pula dengan kebijakan pemerintah DIY yang mengatur pelayanan publik Trans Jogja. Kebijakan-kebijakan yang dicanangkan dalam pengelolaan Trans Jogja haruslah membawa nilai strategis bagi pengelolaan Trans Jogja itu sendiri. Selain itu, kebijakan juga harus membawa dampak yang positif bagi Dinas Perhubungan Pemerintah DIY selaku pengelola Trans Jogja, PT. Jogja Tugu Trans atau JTT selaku perusahaan operator Trans Jogja dan masyarakat selaku konsumen Trans Jogja. Berikut ini ialah empat jenis kebijakan dengan perbedaan tingkat keterlibatan pemerintah dalam hal penyusunan dan implementasi²⁵, yakni:

1. *Protective regulatory policy* merupakan kebijakan pemerintah yang disusun untuk melindungi kelompok minoritas, rentan, miskin, dan mereka yang terisolasi. Misalnya kebijakan pemerintah untuk membangun rumah singgah bagi anak-anak jalanan dan pengemis. Atau membangun panti jompo bagi manula-manula yang tidak mempunyai keluarga.
2. *Competitive regulatory policy* merupakan kebijakan yang dimaksudkan untuk mendorong kompetisi antarpelaksana kebijakan guna mewujudkan efisiensi pelayanan publik. Misalnya kebijakan dalam penyediaan transportasi publik di antara pengelola pelayanan transportasi publik.
3. *Distributive regulatory policy* yakni kebijakan yang dimaksudkan untuk melakukan distribusi sumber daya kepada masyarakat. Dalam kebijakan ini,

²⁵ *Ibid*, hlmn 15-16

pemerintah bertanggung jawab dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat misalnya kebijakan dalam masalah kesehatan atau pendidikan.

4. *Redistributive regulatory policy* yakni kebijakan pemerintah yang dimaksudkan untuk melakukan alokasi sumber daya yang ada di masyarakat. Misalnya kebijakan dalam perpajakan guna perbaikan kualitas pelayanan bagi masyarakat juga penarikan retribusi.

Merujuk pada perspektif kebijakan publik yang memiliki sifat strategis baik dari segi ekonomi maupun politik maka kebijakan publik atas pelayanan publik seyogyanya tepat sasaran jika kebijakan tersebut disusun berdasarkan target (publik) yang jelas dan sesuai. Seperti halnya kebijakan atas pelayanan publik Trans Jogja sebagai transportasi publik yang baru di Yogyakarta.

G. Kerangka Konsep

Opini publik adalah kegiatan kolektif sebagai bentuk pemikiran bersama atau konsensus publik atas sebuah permasalahan tertentu seperti halnya opini publik terhadap kualitas pelayanan publik Trans Jogja. Opini publik pada dasarnya mempunyai ciri-ciri atau karakteristik. Di mana opini memiliki isi, arah, intensitas, ada kontroversi atau konflik yang menandai opini, mempunyai volume, opini bersifat relatif tetap atau persisten dan opini mempunyai kekhasan. Demikian halnya dengan opini-opini pribadi yang muncul dalam rubrik SMS Warga, beragam karakteristik opini publik menandai opini-opini tersebut sehingga SMS-SMS yang dipublikasikan tersebut dapat dipahami sebagai konsensus publik

atau pemikiran bersama masyarakat Yogyakarta terhadap kualitas pelayanan publik Trans Jogja sebagai moda transportasi massal di Yogyakarta.

Pemberian pelayanan publik yang maksimal merupakan alasan utama sebuah pelayanan publik diselenggarakan bagi masyarakat. Pembaruan format pelayanan juga penambahan fasilitas pelayanan yang mengikuti pelayanan publik tersebut menandakan adanya indikasi perbaikan kualitas pelayanan dari penyelenggara bagi masyarakat selaku pengguna. Untuk dapat menilai kualitas pelayanan publik, terdapat enam (6) kriteria kualitas pelayanan publik yang dapat dijadikan cerminan kualitas pelayanan dalam mencapai kepuasan pelanggan. Kriteria kualitas pelayanan tersebut di antaranya transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak, serta keseimbangan hak dan kewajiban dalam penyelenggaraan pelayanan publik tersebut. Demikian pula dengan kualitas pelayanan publik Trans Jogja, Pemda DIY selaku penanggung jawab dan PT. JTT selaku penyelenggara dan operator bus Trans Jogja diharapkan mampu meningkatkan pelayanan publik Trans Jogja sehingga kualitas pelayanan publik Trans Jogja semakin membaik di mata masyarakat Yogyakarta selaku pengguna layanan publik tersebut.

Penelitian ini ingin mengetahui kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga dalam merepresentasikan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta. Peneliti mengambil dari beberapa karakteristik opini publik dan kriteria kualitas pelayanan publik yang dijadikan unit analisis. Untuk menganalisis hal tersebut, peneliti telah menyusun unit analisis ke dalam beberapa kategori dengan batasan-batasan, antara lain dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL 1
Unit Analisis dan Kategorisasi Penelitian

Dimensi	Unit Analisis	Kategorisasi	Sub Kategorisasi
Karakteristik Opini Publik	1. Isi Opini	<ul style="list-style-type: none"> • Kritik • Pujian • Harapan • Kombinasi kritik dan pujian • Kombinasi kritik dan harapan • Kombinasi pujian dan harapan • Kombinasi ketiga kategorisasi (kritik, pujian dan harapan) 	
	2. Arah Opini	<ul style="list-style-type: none"> • Pro kualitas Trans Jogja • Kontra kualitas Trans Jogja • Netral kualitas Trans Jogja 	
	3. Konflik atau Kontroversi	Ada atau tidaknya konflik dalam SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak Ada
	4. Volume Opini (<i>placement</i> opini dalam rubrik SMS Warga)	<ul style="list-style-type: none"> • Halaman A • Halaman C atau D atau G 	
	5. Intensitas Opini	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kalimat dalam sampel SMS • Jenis kalimat menurut fungsinya yang ditemukan dalam sampel SMS 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 kalimat • 2 kalimat • 3 kalimat • Lebih dari 3 kalimat • Kalimat pernyataan • Kalimat pertanyaan

			<ul style="list-style-type: none"> • Kalimat perintah • Kalimat seruan • Kombinasi kalimat pernyataan dan pertanyaan • Kombinasi kalimat pernyataan dan kalimat perintah • Kombinasi kalimat pernyataan dan kalimat seruan • Kombinasi kalimat pertanyaan dan kalimat perintah • Kombinasi kalimat pertanyaan dan kalimat seruan • Kombinasi kalimat perintah dan kalimat seruan • Kombinasi kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan, dan kalimat perintah • Kombinasi kalimat pernyataan,
--	--	--	---

			<p>kalimat pertanyaan dan kalimat seruan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kombinasi kalimat pernyataan, kalimat perintah dan kalimat seruan • Kombinasi kalimat pertanyaan, kalimat perintah dan kalimat seruan • Kombinasi keempat jenis kalimat (kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan, kalimat perintah dan kalimat seruan)
	1. Transparansi	Aspek-aspek kategorisasi transparansi ditemukan sampel SMS	<p>dalam yang dalam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan pelayanan • Akses pelayanan • Sosialisasi pelayanan • Kombinasi kemudahan pelayanan dan akses pelayanan • Kombinasi kemudahan pelayanan dan

Kriteria Kualitas Pelayanan Publik			<p>sosialisasi pelayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kombinasi akses pelayanan dan sosialisasi pelayanan • Kombinasi ketiga aspek transparansi (kemudahan pelayanan, akses pelayanan dan sosialisasi pelayanan)
	2. Akuntabilitas	Ada atau tidak ada permasalahan tentang tarif tiket Trans Jogja dalam sampel SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada
	3. Kondisional	Ada atau tidak ada permasalahan tentang penggunaan sistem tarif flat Trans Jogja dalam sampel SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada
	4. Partisipatif	Ada atau tidak ada opini aspiratif-solutif masyarakat terhadap pelayanan Trans Jogja dalam sampel SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak Ada
	5. Kesamaan hak	Ada atau tidak ada diskriminasi dalam pelayanan Trans Jogja dalam sampel SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada
	6. Keseimbangan hak dan kewajiban	Ada atau tidak ada keadilan dalam pelayanan Trans Jogja dalam sampel SMS	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak ada

Sumber : Kerangka Konsep

H. Definisi Operasional

Unit analisis dan kategorisasi di atas merupakan acuan dalam melakukan penelitian dalam penelitian ini. Diharapkan bahwa unit analisis dan kategorisasi dapat diaplikasikan sebagai pedoman penelitian untuk melihat representasi opini publik dalam rubrik SMS Warga terkait pelayanan publik Trans Jogja dalam SKH Kompas Kolom Yogyakarta periode Juni 2009 hingga Juni 2010. Berikut ini adalah penjabaran tiap-tiap unit analisis dan kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Untuk kriteria opini publik dijabarkan sebagai berikut:

1. Isi Opini

Isi merupakan kriteria pertama dalam opini publik. Hal ini dikarenakan opini adalah tentang sesuatu, maka kejelasan isi opini menandakan bahwa opini tersebut layak disebut sebagai sebuah opini publik. Dalam penelitian ini, isi opini dibagi menjadi tiga kategori yakni:

- a. Kritik. Contoh isi opini berupa kritikan terhadap kualitas pelayanan Trans Jogja dalam rubrik SMS Warga seperti, “Setahu saya, bus Trans Jogja tidak mengejar setoran, tapi kenapa masih kebut-kebutan (mau jadi pembalap)” yang dimuat pada tanggal 13 Agustus 2009 dikirimkan oleh no. 085629273xx.
- b. Pujian dan atau ungkapan terimakasih. Contoh isi opini berupa pujian terhadap kualitas pelayanan Trans Jogja dalam Rubrik SMS Warga seperti, “Busway di Yogyakarta sangat membantu. Kami berharap busway jalurnya ditambah sampai ke Kaliurang. Karena kaliurang merupakan

obyek wisata yang cukup terkenal.” Yang dimuat pada tanggal 23 Juli 2009 dikirimkan oleh no. 0856431711xx.

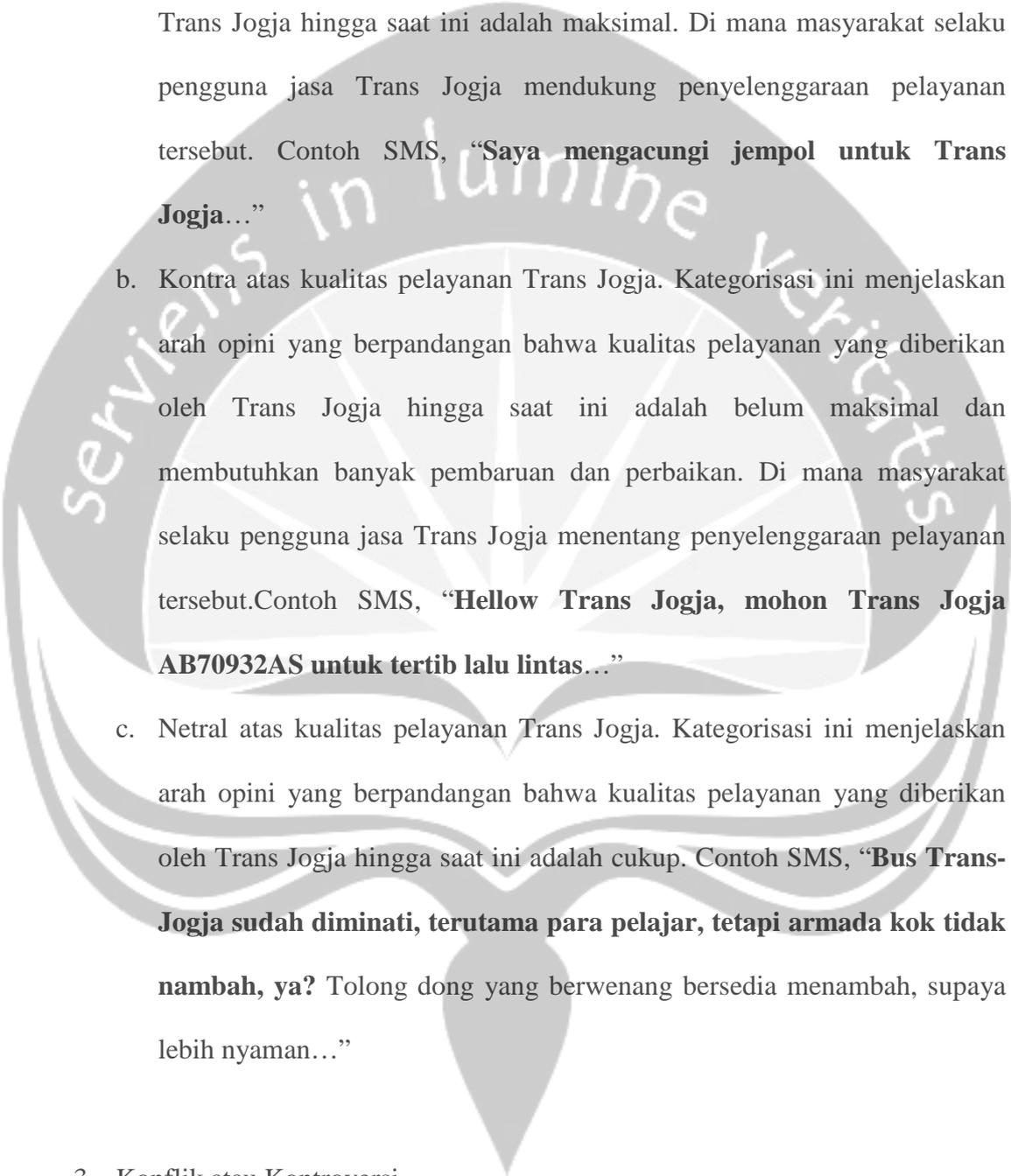
- c. Harapan, himbauan, usulan dan atau saran. Contoh isi opini berupa himbauan, usulan dan atau saran terhadap kualitas pelayanan Trans Jogja dalam rubrik SMS Warga seperti “Pemda DIY diharap membuka jalur Trans Jogja Kota-Pakem untuk mengurangi kesemrawutan sepanjang jalan Kaliurang”, yang dimuat pada tanggal 03 Juni 2009 dikirimkan oleh no. 0813283181xx.
- d. Kombinasi kritik dan pujian, yakni sampel SMS yang mempunyai isi opini berupa kombinasi kategori kritik dan kategori pujian. Misalnya SMS berikut: “Bangga dan bingung saya sebagai warga asli Jogja. Bangga karena transportasi umum dah bagus yaitu bus way. Bingung dengan terminal bus way kayak kos-kosan anak kuliahan.” yang dimuat pada tanggal 10 Mei 2010 dikirimkan oleh no. 027469433xx.
- e. Kombinasi kritik dan harapan, yakni sampel SMS yang mempunyai isi opini berupa kombinasi kategori kritik dan kategori harapan. Misalnya SMS berikut: “Hellow Trans-Jogja, mohon Trans Jogja AB70932AS untuk tertib berlalu lintas. Betapa terkejutnya saya ketika hampir diserempet bus nopol tersebut di kawasan depan Pasar Kranggan. Mohon jangan ugal-ugalan karena Trans Jogja mencerminkan citra lembut orang Jogja.” yang dimuat pada tanggal 14 April 2010 dikirimkan oleh no. 081802796xx.
- f. Kombinasi pujian dan harapan, yakni sampel SMS yang mempunyai isi opini berupa kombinasi kategori pujian dan harapan. Misalnya SMS

berikut: “Sejak ada Trans-Jogja, warga Yogya jadi lebih tertib, santun, dan sangat menikmati moda transportasi ini. Keren sekali. Mohon Dishub DIY bisa menambah selter-selter dan armada Trans-Jogja di lokasi yang strategis.” yang dimuat pada tanggal 29 Juni 2010 dikirimkan oleh no. 0856430830xx.

- g. Kombinasi ketiga kategorisasi dalam isi opini, yakni sampel SMS yang mempunyai isi opini berupa kombinasi ketiga kategori yaitu kategori kritik, kategori pujian dan kategori harapan. Misalnya SMS berikut: “Saya hanya ingin memberikan masukan kepada pihak Trans-Jogja. Memang dengan adanya Trans-Jogja telah memberikan kemudahan bagi masyarakat Yogya sekitar, tapi kurangnya kursi tunggu di shelter Trans-Jogja membuat sebagian calon penumpang ada yang berdiri bahkan jongkok. Masih ada juga petugas Trans-Jogja yang cuek dengan penumpang. Mohon perhatiannya, terimakasih.” yang dimuat pada tanggal 17 November 2009 dikirimkan oleh no. 0852289112xx.

2. Arah Opini

Opini publik mempunyai arah. Sejak proses pembentukan opini publik dimulai, opini publik secara alami akan mengarah (baik diarahkan atau tidak) pada sebuah keputusan final atas opini publik tersebut, seperti percaya-tidak percaya tentang sosok pemimpin dalam pemilu, mendukung-menentang diterapkannya UU Pornografi, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, arah opini dalam rubrik SMS Warga dikategorikan sebagai berikut:

- 
- a. Pro atas kualitas pelayanan Trans Jogja. Kategorisasi ini menjelaskan arah opini yang berpandangan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Trans Jogja hingga saat ini adalah maksimal. Di mana masyarakat selaku pengguna jasa Trans Jogja mendukung penyelenggaraan pelayanan tersebut. Contoh SMS, **“Saya mengacungi jempol untuk Trans Jogja...”**
- b. Kontra atas kualitas pelayanan Trans Jogja. Kategorisasi ini menjelaskan arah opini yang berpandangan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Trans Jogja hingga saat ini adalah belum maksimal dan membutuhkan banyak pembaruan dan perbaikan. Di mana masyarakat selaku pengguna jasa Trans Jogja menentang penyelenggaraan pelayanan tersebut. Contoh SMS, **“Hellow Trans Jogja, mohon Trans Jogja AB70932AS untuk tertib lalu lintas...”**
- c. Netral atas kualitas pelayanan Trans Jogja. Kategorisasi ini menjelaskan arah opini yang berpandangan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Trans Jogja hingga saat ini adalah cukup. Contoh SMS, **“Bus Trans-Jogja sudah diminati, terutama para pelajar, tetapi armada kok tidak nambah, ya? Tolong dong yang berwenang bersedia menambah, supaya lebih nyaman...”**

3. Konflik atau Kontroversi

Definisi opini menurut KBBI ialah pendapat, pikiran, pendirian. Di mana di dalam beropini, konflik dan kontroversi bisa saja muncul dan menandai

terbentuknya opini publik. Seperti yang dipaparkan dalam tahapan pembentukan opini publik, segala bentuk isu (perselisihan, permasalahan, pertentangan) yang terpublikasikan dan sifatnya kontroversial adalah permulaan dari terbentuknya opini publik. Dalam penelitian ini, konflik atau kontroversi dapat dilihat dari kemunculan jargon atau kosakata khusus tentang sesuatu, metafora atau perumpamaan atau pengandaian berdasarkan persamaan atau perbandingan, *depiction* sebagai penggambaran denotatif atau kalimat dengan penekanan negatif dalam tiap-tiap teks pesan pendek (SMS) dalam rubrik SMS Warga.

a. Ada. Kategorisasi ini ditandai dengan adanya jargon, metafora atau *depiction* atau kalimat dengan penekanan negatif dalam teks pesan pendek (SMS) dalam Rubrik SMS Warga. Seperti contoh: “Setahu saya, bus Trans Jogja tidak mengejar setoran, tapi kenapa masih kebut-kebutan (**mau jadi pembalap?**)” yang dimuat pada 13 Agustus 2009 dikirimkan oleh no. 085629273xx atau “Bunyi klakson bus Trans Jogja kok tidak standar? Bunyinya yang kayak (**maaf! hewan terjepit**) sangat mengagetkan pengguna jalan. Apalagi yang berumur tidak muda lagi. Tolong Pak Polisi perhatikan hal ini”. yang dimuat pada tanggal 25 Juli 2009 dikirimkan oleh no. 085667287xx.

b. Tidak Ada. Kategorisasi ini ditandai dengan tidak adanya jargon, metafora atau *depiction* atau kalimat dengan penekanan negatif dalam teks pesan pendek (SMS) dalam Rubrik SMS Warga. Seperti contoh: “Busway di Yogyakarta sangat membantu. Kami berharap busway jalurnya ditambah

sampai ke Kaliurang. Karena kaliurang merupakan obyek wisata yang cukup terkenal.”

4. Volume Opini

Volume, penyebaran opini ada berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tak langsung. Dalam penelitian ini, volume opini ditandai dengan *placement* atau penempatan opini (pesan pendek atau SMS) dalam rubrik SMS Warga. Di mana menurut pengasuh Rubrik SMS Warga, SMS pada halaman A memiliki nilai *significance* bagi pembaca. Apakah pesan dimuat pada halaman A, atau pada halaman C atau D atau G?

- a. Halaman A. Penempatan pesan pendek atau SMS pada halaman A mengindikasikan bahwa opini tentang kualitas pelayanan publik dianggap penting karena *placement* SMS ada pada halaman depan Kolom Yogyakarta SKH Kompas.
- b. Halaman C atau D atau G. Penempatan pesan pendek atau SMS pada halaman C atau D atau G mengindikasikan bahwa opini tentang kualitas pelayanan publik dianggap cukup penting karena *placement* SMS ada pada halaman tengah Kolom Yogyakarta SKH Kompas.

5. Intensitas Opini

Definisi intensitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan keadaan tentang tingkatan atau ukuran. Dalam penelitian ini, kategorisasi intensitas diartikan sebagai ukuran ketajaman terhadap isu. Dimana

pengukuran ketajaman isu dikaji oleh peneliti melalui panjang-pendek pesan yang dilihat dari jumlah kalimat dalam sampel SMS dan jenis kalimat menurut fungsinya dalam sampel SMS.

a. Jumlah kalimat dalam SMS. Dalam satu sampel SMS, berapakah jumlah kalimat penyusun pesan atau SMS dalam rubrik SMS Warga?

- 1 kalimat.
- 2 kalimat.
- 3 kalimat.
- Lebih dari 3 kalimat.

b. Jenis kalimat menurut fungsinya yang ditemukan dalam SMS²⁶. Dalam satu sampel SMS, termasuk dalam jenis kalimat apakah sampel SMS tersebut?

- Kalimat pernyataan atau deklaratif. Kalimat pernyataan digunakan oleh pembicara untuk membuat pernyataan sehingga isi dari pernyataannya adalah berupa berita. Oleh karena itu kalimat deklaratif juga disebut kalimat berita. Dalam bentuk tulis, kalimat berita diakhiri dengan tanda titik. Misalnya: **“Pukul 13.02 bus Trans Jogja nomor armada 40 AB 7089 AS berjalan dengan pintu tidak tertutup di Jl Kusumanegara...”**
- Kalimat pertanyaan atau interogatif. Kalimat tanya biasanya digunakan untuk meminta ataupun memperoleh informasi atau reaksi (jawaban) yang diharapkan. Kalimat tanya ditandai oleh adanya kata tanya seperti

²⁶ Hasan Alwi dkk. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta, Balai Pustaka, 2003, hlm 352-362

apa, siapa, berapa, kapan, dan bagaimana. Kalimat tanya dalam bahasa tulis diakhiri dengan tanda tanya (?). Misalnya: “**Halo bagaimana nasib halte Trans-Jogja yang di depan UIN dan di tempat lain?**”

- Kalimat perintah atau imperatif. Kalimat perintah dipakai jika penutur ingin ‘menyuruh’ atau ‘melarang’ seseorang untuk berbuat sesuatu. Kalimat perintah juga dapat disebut kalimat suruhan dan permintaan. Kata seperti *tolong, coba, silahkan, sudilah, kiranya, minta, mohon, ayo, mari, harap, dan hendaknya* sering dipergunakan dalam kalimat imperatif. Misalnya: “Hellow Trans-Jogja, **mohon Trans Jogja AB70932AS untuk tertib lalu lintas...**”
- Kalimat seruan atau eksklamatif. Kalimat seru dipakai jika penutur ingin mengungkapkan perasaan yang kuat atau yang mendadak. Seperti ketika hendak menyatakan perasaan kagum atau heran. Kalimat seru ditandai oleh kata *alangkah, betapa, atau bukan main*. Misalnya: “**Ayo. Busway Trans-Jogja selter Instiper segera diaktifkan dan diperbagus. Semangat! Mahasiswa menunggumu.**”
- Kombinasi kalimat pernyataan dan pertanyaan. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pernyataan dan pertanyaan dalam satu sampel SMS. Misalnya: “**Kenapa** jalur Trans-Jogja pelit halte? Dari perempatan Mirota sampai Kentungan hanya ada dua halte. Sepanjang lingkaran utara juga. **Jalan yang saya lihat jarak antarhaltanya cukup berdekatan hanya di Mangkubumi dan Malioboro.** Ini bukan

persoalan sepele. Tujuan Trans-Jogja memperkenalkan sistem transportasi massal tidak akan tercapai: orang akan malas naik Trans-Jogja karena walaupun tujuannya dilewati jalur bus tidak ada halte yang cukup dekat.” Kalimat pernyataan ditemukan dari informasi yang diberikan oleh pengirim SMS sedangkan kalimat pertanyaan ditandai oleh penggunaan kata tanya dan tanda baca berupa tanda tanya.

- Kombinasi kalimat pernyataan dan kalimat perintah. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pernyataan dan perintah dalam satu sampel SMS. Misalnya: “**AC bus trans-jogja banyak yang mati** sehingga penumpang kepanasan. Kalimat ini menunjukkan kalimat pernyataan sedangkan kalimat Kalau tanpa AC **mestinya jendela bus bisa dibuka dan tarif harus diturunkan.**” Kalimat pernyataan ditemukan dari informasi pengirim SMS tentang AC bus yang sering mati sedangkan kalimat perintah ditandai oleh kata **mestinya** yang menunjukkan perintah.
- Kombinasi kalimat pernyataan dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pernyataan dan kalimat dalam satu sampel SMS. Misalnya: “**Pukul 13.02 bus Trans-Jogja nomor armada 40 AB 7089 AS berjalan dengan pintu tidak tertutup** di Jl Kusumanegara. **Ini berbahaya.**” Kalimat pernyataan ditemukan dari kalimat “Pukul 13.02 bus Trans-Jogja nomor armada 40 AB 7089 AS berjalan dengan pintu tidak tertutup” sedangkan kalimat “ini

berbahaya” menunjukkan kalimat seruan yang kuat dari pengirim SMS.

- Kombinasi kalimat pertanyaan dan kalimat perintah. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pertanyaan dan kalimat perintah dalam satu sampel SMS. Misalnya: “**Untuk dinas perhubungan, bagaimana nasib selter Trans-Jogja yang belum beroperasi? Jangan terlalu lama didiamkan** karena akan menjadi sasaran vandalisme.”
- Kombinasi kalimat pertanyaan dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pertanyaan dan kalimat seruan dalam satu sampel SMS. Misalnya: “**Haduh**, halte Trans-Jogja **kapan selesai? Wahai** pemerintah, tidak tahukah Anda bahwa kami masyarakat Jogja sangat membutuhkan fasilitas umum tersebut. Jangan mentang-mentang terjerat kasus, lalu halte-halte terbengkalai.”
- Kombinasi kalimat perintah dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat perintah dan kalimat seruan dalam satu sampel SMS. Misalnya kalimat berikut: “**Hellow Trans-Jogja, mohon** Trans Jogja AB70932AS untuk tertib berlalu lintas...”
- Kombinasi kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan, dan kalimat perintah. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan dan kalimat perintah dalam satu sampel SMS. Misalnya: “PT Trans Tugu Jogja, **kapan** Trans-Jogja sampai kampus UMY? Kami yang ditinggal di daerah kota (timur) sangat **mengharapkan**

adanya rute ke UMY. Hal tersebut akan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi.”

- Kombinasi kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi antara kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan dan kalimat seruan dalam satu sampel SMS.
- Kombinasi kalimat pernyataan, kalimat perintah dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi kalimat pernyataan, kalimat perintah dan kalimat seruan dalam satu sampel SMS. Misalnya: **“Sejak ada Trans-Jogja, warga Yogya jadi lebih tertib, santun, dan sangat menikmati moda transportasi ini. Keren sekali. Mohon** Dishub DIY bisa menambah selter-selter dan armada Trans-Jogja di lokasi yang strategis.”
- Kombinasi kalimat pertanyaan, kalimat perintah dan kalimat seruan. Jika ditemukan kombinasi kalimat pertanyaan, kalimat perintah dan kalimat seruan dalam satu sampel SMS.
- Kombinasi keempat jenis kalimat. Jika ditemukan kombinasi keempat jenis kalimat yakni kalimat pernyataan, kalimat pertanyaan, kalimat perintah dan kalimat seruan.

6. Persistensi opini

Persistensi adalah kepastian atau ketetapan tentang masa berlangsungnya isu. Kontinuitas isu dari waktu ke waktu dalam opini publik merupakan hal yang wajib diperhitungkan. Opini publik sebagai proses yang terus berlangsung,

menegaskan pernyataan tentang bagaimana opini publik tentang suatu masalah harus selalu spesifik bagi waktu dan tempat tertentu. Biasanya opini publik bersifat tetap. Dalam penelitian ini, persistensi opini adalah kategorisasi yang mutlak. Dikatakan demikian karena kemunculan pesan pendek atau opini atau SMS dalam rubrik SMS terkait kualitas pelayanan publik Trans Jogja bersifat kontinu atau persisten. Indikatornya adalah kemunculan pesan yang selalu dimuat dalam rubrik SMS Warga setiap bulannya dalam periode 12 bulan *time frame* penelitian. Maka secara tidak langsung, kontinuitas kemunculan SMS sebagai representasi opini-opini pribadi masyarakat membenarkan bahwa opini publik adalah bersifat persisten.

7. Kekhasan opini

Kekhasan merupakan salah satu aspek signifikan dalam opini publik. Di mana isu yang khas memunculkan opini publik. Dengan kata lain, opini publik akan berkembang dan bersifat persisten karena adanya kekhasan dalam isu tersebut. Dalam penelitian ini, semua sampel SMS terkait kualitas pelayanan publik Trans Jogja merupakan isu yang khas karena semua SMS merupakan bentuk apresiasi masyarakat dengan masing-masing keunikan yang ditemukan dalam setiap sampel SMS yang dikirimkan oleh masyarakat dalam rubrik SMS Warga SKH Kompas Kolom Yogyakarta.

Untuk kriteria kualitas pelayanan publik:

1. Transparansi

Kategori transparansi dimaknai sebagai sifat pelayanan publik yang terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Sosialisasi penggunaan Trans Jogja, kemudahan dalam pelayanan dan akses yang menjangkau semua kalangan masyarakat merupakan salah satu upaya transparansi yang diberikan oleh pengelola dan Pemda DIY agar pelayanan menjadi lebih maksimal.

a. Kemudahan dalam pelayanan. Berkaitan dengan kemudahan dalam pelayanan, apakah dalam setiap pelayanan yang diberikan oleh Trans Jogja, masyarakat selaku konsumen Trans Jogja, selalu diberikan kemudahan dalam menerima pelayanan. Di mana kemudahan dapat diukur dari sisi keamanan, sisi kenyamanan serta fasilitas pelayanan yang berikan bagi konsumen. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no. 0857293030xx pada tanggal 27 April 2010, **“Salut dengan halte Trans-Jogja di selter Prambanan yang menyediakan toilet umum dengan benar-benar bersih.”**

b. Akses pelayanan. Berkaitan dengan akses pelayanan, apakah dalam pengelolaan pelayanannya, Trans Jogja dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat yang membutuhkan moda transportasi publik ini. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no. 0813926454xx pada tanggal 6 Agustus 2009, **“Bus Trans-Jogja kok tidak ada yang lewat jalan**

Magelang. Dari jalan Magelang ke Malioboro belum ada bus kota yang langsung, harus ganti berkali-kali. Berat diongkos.”

- a. Sosialisasi pelayanan. Berkaitan dengan sosialisasi pelayanan, apakah dalam pengelolaan pelayanan Trans Jogja (dari awal hingga saat ini), pengelola memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait cara menggunakan layanan Trans Jogja atau sosialisasi tentang penambahan jalur trayek atau perubahan jalur trayek Trans Jogja. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no. 081741238xx pada tanggal 25 Agustus 2009, “**Kami mahasiswa baru ingin sekali mendapat informasi** jalur setiap bus Trans-Jogja, seperti dibagikan selebaran dan di dalamnya berisi tujuan setiap Trans Jogja. Bus A, ke tempat ini, dan lain-lain.”
- b. Kombinasi kemudahan pelayanan dan akses pelayanan. Jika ditemukan kombinasi antara kategori kemudahan pelayanan dan akses pelayanan dalam satu sampel SMS. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no. 0812291345xx pada tanggal 8 Maret 2010, “Untuk dinas perhubungan, bagaimana **nasib selter Trans-Jogja** yang belum beroperasi? Jangan terlalu lama didiamkan karena **akan menjadi sasaran vandalisme.**”
- c. Kombinasi kemudahan pelayanan dan sosialisasi pelayanan. Jika ditemukan kombinasi antara kategori kemudahan pelayanan dan sosialisasi pelayanan dalam satu sampel SMS.
- d. Kombinasi akses pelayanan dan sosialisasi pelayanan. Jika ditemukan kombinasi antara kategori akses pelayanan dan sosialisasi pelayanan dalam satu sampel SMS. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no.

0818041879xx pada tanggal 5 Mei 2010, “**Selter depan SD Lempuyangwangi Jalan Hayam Wuruk, apa tidak dikaji dulu mau membangun perletakannya?** Para pengantar dan penjemput banyak sering menyeberang dan parkir di pinggir jalan, ramai sekali hingga macet, logikanya kok tidak dipakai. **Sosialisasi juga tidak ada**, model hantam kromo saja. Kaya preman.”

- e. Kombinasi ketiga kategorisasi transparansi. Jika ditemukan kombinasi antara ketiga kategorisasi transparansi yakni kemudahan pelayanan, akses pelayanan dan sosialisasi pelayanan dalam satu sampel SMS.

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas berarti pelayanan publik dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk kategorisasi ini, peraturan perundang-undangan lebih dikhususkan pada Peraturan Gubernur (pergub) DIY No. 5 Tahun 2008 tentang penerapan tarif tiket Trans Jogja. Apakah dalam sampel SMS terdapat keluhan masyarakat tentang akuntabilitas Trans Jogja terkait tarif tiket Trans Jogja sesuai dengan Pergub DIY No. 5 Tahun 2008? Misalnya SMS berikut: “AC bus trans-jogja banyak yang mati sehingga penumpang kepanasan. **Kalau tanpa AC mestinya jendela bus bisa dibuka dan tarif harus diturunkan.**”

- a. Ada
- b. Tidak ada

3. Kondisional

Kondisional, pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efektivitas dan efisiensi. Misalnya penggunaan sistem tarif flat atau *flat fare* (sistem tarif atau penghitungan biaya tanpa memperhitungkan jarak jauh atau dekat) dalam pelayanan bus Trans Jogja. Apakah dalam sampel SMS terdapat keluhan masyarakat tentang penggunaan sistem tarif flat Trans Jogja?

- a. Ada
- b. Tidak ada

4. Partisipatif

Partisipatif, pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat. Untuk kategorisasi ini, partisipatif yang dimaksud adalah (lebih dikhususkan pada) SMS-SMS aspiratif-solutif masyarakat terlepas dari SMS-SMS yang berisi usulan atau permintaan terkait peningkatan kualitas operasinal Trans Jogja seperti AC bus yang mati, pembangunan shelter, penambahan jalur trayek, sosialisasi pelayanan dan sebagainya. Misalnya SMS yang dikirimkan oleh no. 0857290375xx pada tanggal 4 November 2009, “Saya ingin memberi saran, **di setiap halte bus Trans-Jogja disediakan tempat parkir sepeda yang memadai dan aman** supaya orang-orang yang tempat tinggalnya jauh dari halte bisa naik sepeda dari rumah.” Atau SMS yang dikirimkan oleh no. 08139227702xx pada tanggal 2 Oktober 2009, “Mohon shelter bus Trans-Jogja

juga **dilengkapi dengan radio komunikasi atau penunjuk arah** supaya penumpang bisa tahu posisi dan kondisi bus penuh atau tidak sehingga tidak terjadi penumpukan penumpang atau menunggu terlalu lama seperti saat-saat musim liburan.” Apakah dalam sampel SMS terdapat pesan-pesan yang aspiratif-solutif?

- a. Ada
- b. Tidak ada

5. Kesamaan hak

Kesamaan hak, pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun misalnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lain-lain. Apakah dalam pelayanan yang diberikan Trans Jogja pernah terjadi perbedaan perlakuan atau diskriminasi bagi suku, ras, agama, golongan atau status sosial tertentu? Apakah dalam sampel SMS terdapat keluhan masyarakat tentang adanya perlakuan diskriminatif dalam pelayanan Trans Jogja?

- a. Ada
- b. Tidak ada

6. Keseimbangan hak dan kewajiban

Keseimbangan hak dan kewajiban, pelayanan yang yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Apakah masing-masing pihak yakni masyarakat selaku konsumen dan PT. Jogja Trans Tugu

selaku pengelola merasakan keadilan yang sama. Apakah dalam sampel SMS terdapat keluhan masyarakat tentang ketidakadilan dalam pelayanan Trans Jogja?

- a. Ada
- b. Tidak ada

I. Metodologi Penelitian

1. Teknik Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi. Menurut Berelson dan Kerlinger dalam Teknik Praktis Riset Komunikasi, analisis isi merupakan sebuah metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak²⁷. Definisi lain dari Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik untuk membuat inferensi-inferensi (kesimpulan) yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya²⁸. Di mana inferensi-inferensi khusus atau kesimpulan merupakan kunci pembeda antara pemrosesan data simbolik dan data non simbolik yang menunjukkan ranah analisis isi sedangkan konteks adalah lingkungan data. Tujuan utama penelitian dengan teknik Analisis Isi adalah mendeskripsikan pesan yang ada dalam ranah publik dengan perantara teks. Di mana dalam penelitian ini, media analisis adalah teks SMS. Penelitian ini bersifat deskriptif, terutama untuk mendeskripsikan bagaimana kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS

²⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006 halaman 230.

²⁸ Klaus Krippendorff, *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 1991 halaman 15

Warga merepresentasikan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta periode Juni 2009 – Juni 2010.

2. Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Kriyantono, jenis riset deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu²⁹. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat representasi kualitas pelayanan publik berdasarkan kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga SKH Kompas periode Juni 2009- Juni 2010.

Dalam penelitian ini, terdapat tahap-tahap penelitian yang dilakukan peneliti sebelum memulai analisis data. Tahap pertama yang dilakukan adalah penentuan rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimanakah kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga merepresentasikan kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta periode Juni 2009 hingga Juni 2010. Tahap kedua adalah penentuan unit analisis yang diambil dari sumber teori dalam kerangka teori penelitian yakni karakteristik opini publik dan karakteristik kualitas pelayanan publik.

Setelah menentukan unit analisis maka selanjutnya adalah penentuan populasi dan penarikan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah pesan-pesan pendek atau SMS dalam rubrik SMS Warga dalam SKH Kompas Kolom Yogyakarta edisi bulan Juni 2009 hingga Juni 2010. Jika dihitung dengan perkalian jumlah

²⁹ Kriyantono, *op.cit.* hlmn 67

kemunculan rubrik SMS Warga setiap bulan (dalam 12 bulan penelitian di mana hari Minggu dan hari libur nasional, rubrik SMS Warga tidak terbit) dengan rata-rata jumlah SMS perhari, maka populasi yang dapat adalah sebagai berikut:

TABEL 2
Populasi Penelitian

Bulan Penelitian	Jumlah kemunculan Rubrik SMS Warga dalam bulan tersebut	Jumlah rata-rata SMS per hari	Jumlah
Juni 2009	26	15	390
Juli 2009	26	15	390
Agustus 2009	25	15	375
September 2009	24	15	360
Oktober 2009	26	15	390
November 2009	24	15	360
Desember 2009	25	15	375
Januari 2010	25	15	375
Februari 2010	23	15	345
Maret 2010	26	15	390
April 2010	25	15	375
Mei 2010	24	15	360
Juni 2010	26	15	390
Jumlah Total			4875

Sumber : SKH Kompas Yogyakarta

Rata-rata jumlah SMS per hari diperoleh dengan penambahan jumlah SMS terbanyak (yang ditemukan dalam satu tahun penelitian) dengan jumlah SMS tersedikit (yang ditemukan dalam satu tahun penelitian) kemudian dibagi dengan bilangan dua (2) sebagai bilangan pembagi. Maka penghitungan rata-rata jumlah SMS per hari adalah sebagai berikut:

Jumlah SMS terbanyak + Jumlah SMS tersedikit

2

Maka hasil yang diperoleh adalah:

23 (tanggal 23-02-2010) +7 (tanggal 8-06-2010) = 15 SMS

2

Dalam penelitian ini digunakan teknik sampling purposif. Teknik sampling purposif dibuat berdasarkan tujuan penelitian yakni melihat representasi kualitas pelayanan publik Trans Jogja dalam rubrik SMS Warga. Maka penarikan sampel penelitian dibatasi pada pesan-pesan pendek atau SMS dengan tema Trans Jogja selama 12 bulan *time frame* penelitian yakni bulan Juni 2009 hingga Juni 2010.

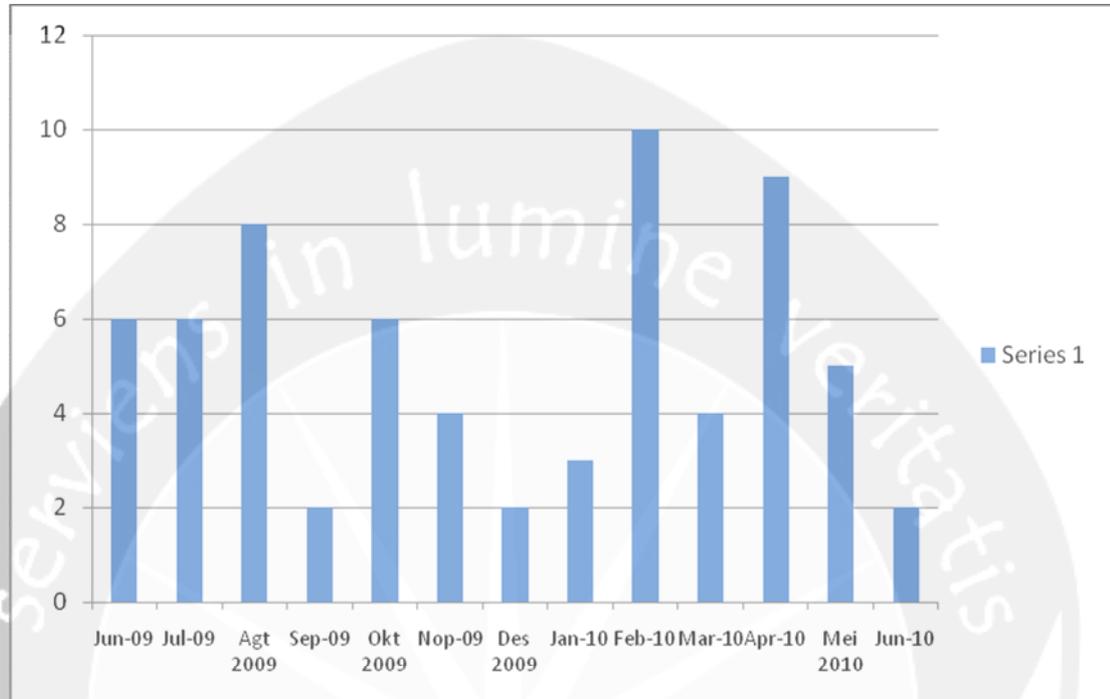
TABEL 3
Sampel Penelitian

Bulan penelitian	Jumlah kemunculan SMS terkait Trans Jogja dalam rubrik SMS Warga
Juni 2009	6 SMS
Juli 2009	6 SMS
Agustus 2009	8 SMS
September 2009	2 SMS
Oktober 2009	6 SMS
November 2009	4 SMS
Desember 2009	2 SMS
Januari 2010	3 SMS
Februari 2010	10 SMS
Maret 2010	4 SMS
April 2010	9 SMS
Mei 2010	5 SMS
Juni 2010	2 SMS
Jumlah total	67 SMS

Sumber : SKH Kompas Yogyakarta

Jika digambarkan dalam grafik maka kemunculan SMS terkait Trans Jogja dalam rubrik SMS Warga adalah sebagai berikut:

GRAFIK 1
Jumlah Kemunculan Sampel Penelitian



Sumber: Hasil pengolahan sampel penelitian

Tahap keempat yang harus dilakukan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan agar hasil penelitian adalah objektif dan reliabel. Uji reliabilitas memunculkan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Secara sederhana prinsip dari uji reliabilitas adalah semakin tinggi persamaan hasil pengkodean di antara dua pengkode, maka semakin reliabilitas kategori yang telah disusun. Peneliti akan melakukan *pretest* dengan cara mengkode sampel ke dalam kategorisasi. Kegiatan ini selain dilakukan peneliti, juga dilakukan oleh dua orang lain yang bertindak sebagai pengkode atau *intercoder* yakni Yosef Bujana Adi dan Aninda Haswari.

Untuk melihat apakah data yang digunakan dalam analisis ini dapat memenuhi harapan, maka dipakai metode uji reliabilitas dengan rumus formula Ole R. Holsti, dengan menggunakan data nominal dalam bentuk presentase pada tingkat persamaan atas kategori yang digunakan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

M = jumlah pernyataan yang disetujui kedua pengkode

N1/N2 = jumlah pernyataan yang dikode oleh kedua pengkode.

Setelah diadakan uji reliabilitas maka peneliti akan mulai menganalisis masalah berdasarkan unit analisis yang telah ditentukan yakni berdasarkan kategori opini publik dan kategori kualitas pelayanan publik tersebut dengan membuat tabel frekuensi hasil koding data dari sampel SMS.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data dapat membantu penelitian agar mendapat hasil penelitian yang maksimal. Berikut ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kecenderungan opini publik dalam rubrik SMS Warga tentang kualitas pelayanan publik “Trans Jogja” pada SKH Kompas Yogyakarta Periode Juni 2009- Juni 2010.

a. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen tertulis berupa sampel SMS Warga dalam SKH Kompas Kolom Yogyakarta periode bulan Juni 2009 hingga Juni 2010.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari, mendalami, dan mengutip teori-teori atau konsep-konsep dari sejumlah literatur, baik buku, jurnal, koran, atau karya tulis lainnya yang relevan dengan topik, fokus atau variabel penelitian.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi langsung dari SKH Kompas Kolom Yogyakarta dan Dinas Perhubungan Yogyakarta mengenai data-data terkait subyek dan obyek penelitian.