



Komunikasi Publik Humas Terminal Tirtonadi Surakarta dalam Kegiatan Edutrip

Nur'Aini Purwaningsih^{1*}, Esfandani Peni Indreswari², Rahmat Wisudawanto³
¹⁻³Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Adi Sucipto No. 145, Jajar, Kec. Laweyan, Surakarta, Jawa Tengah. 57144

Korespondensi penulis: ainip8924@gmail.com*

Abstract. *Public communication plays a crucial role in delivering targeted transportation information and building a positive image of government institutions in the eyes of the public. One concrete implementation of effective public communication is the Edutrip program, an educational initiative from Surakarta's Tirtonadi Terminal designed to improve public transportation literacy, particularly among students and teachers. This program is not merely an educational visit, but also a strategic tool for Tirtonadi Terminal Public Relations to introduce the terminal's function as a modern and integrated transportation service center. This study aims to analyze the public communication strategies implemented by Tirtonadi Terminal Public Relations in implementing Edutrip, with a primary focus on their interactions with students and teachers as participants. Using a qualitative descriptive approach, the results show that Tirtonadi Terminal Public Relations predominantly applies the Public Information model from Grunig and Hunt (1984), namely by conveying one-way information that is educational and factual. However, in practice, elements of the Two-Way Symmetrical model were also found, particularly through question and answer sessions, discussions, and gathering feedback from participants which were then used as evaluation material for future program improvements. In contrast, the Press Agency and Two-Way Asymmetrical models did not appear dominant, given that the approach used did not focus on excessive promotion or information manipulation, but rather on objective and dialogical education. This adaptive and responsive communication strategy not only increased participants' understanding of public transportation but also helped shape the positive image of Tirtonadi Terminal as a transparent, professional, and educational public institution. These findings emphasize the importance of selecting an appropriate and contextual communication model in building constructive relationships between public institutions and the community.*

Keywords: *Edutrip, Institutional Image, Public Communication, Public Relations, Terminal Tirtonadi.*

Abstrak. Komunikasi publik memegang peran krusial dalam menyampaikan informasi transportasi yang tepat sasaran serta membangun citra positif institusi pemerintah di mata masyarakat. Salah satu implementasi nyata dari komunikasi publik yang efektif adalah program Edutrip, sebuah inisiatif edukatif dari Terminal Tirtonadi Surakarta yang dirancang untuk meningkatkan literasi transportasi publik, khususnya di kalangan pelajar dan guru. Program ini bukan hanya sekadar kunjungan edukatif, tetapi menjadi sarana strategis bagi Humas Terminal Tirtonadi dalam memperkenalkan fungsi terminal sebagai pusat layanan transportasi yang modern dan terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Humas Terminal Tirtonadi dalam pelaksanaan Edutrip, dengan fokus utama pada interaksi mereka dengan siswa dan guru sebagai peserta. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Terminal Tirtonadi dominan menerapkan model Public Information dari Grunig dan Hunt (1984), yakni dengan menyampaikan informasi secara satu arah yang bersifat edukatif dan faktual. Namun, dalam praktiknya juga ditemukan elemen-elemen dari model Two-Way Symmetrical, khususnya melalui sesi tanya jawab, diskusi, dan pengumpulan umpan balik dari peserta yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk peningkatan program ke depan. Sebaliknya, model Press Agency dan Two-Way Asymmetrical tidak tampak dominan, mengingat pendekatan yang digunakan tidak berfokus pada promosi berlebihan atau manipulasi informasi, melainkan pada edukasi yang objektif dan dialogis. Strategi komunikasi yang adaptif dan responsif ini tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta terhadap transportasi publik, tetapi juga turut membentuk citra positif Terminal Tirtonadi sebagai lembaga publik yang transparan, profesional, dan peduli terhadap pendidikan masyarakat. Temuan ini menegaskan pentingnya pemilihan model komunikasi yang tepat dan kontekstual dalam membangun hubungan yang konstruktif antara institusi publik dan masyarakat.

Kata kunci: Citra Institusi, Edutrip, Kehumasan, Komunikasi Publik, Terminal Tirtonadi.

1. LATAR BELAKANG

Sektor pelayanan publik memegang peranan vital dalam memastikan kesejahteraan dan mobilitas masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi publik merupakan fondasi yang tak tergantikan dalam membangun jembatan antara institusi penyedia layanan dan khalayak luas. Komunikasi publik, jauh melampaui sekadar penyebaran informasi satu arah, adalah sebuah proses strategis yang dirancang untuk membentuk persepsi, menumbuhkan kepercayaan, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat terhadap program, kebijakan, atau layanan yang ditawarkan (McQuail, 2010). Pentingnya komunikasi yang transparan dan efektif ini menjadi semakin krusial dalam sektor transportasi, di mana interaksi langsung dengan masyarakat menuntut dukungan komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif untuk meningkatkan pemahaman, serta persuasif untuk mendorong penggunaan dan kepatuhan terhadap aturan yang berlaku (Perloff, 2017).

Terminal Tirtonadi, yang berlokasi strategis di Kota Surakarta, Jawa Tengah, adalah salah satu fasilitas transportasi darat utama yang memiliki peran esensial sebagai penghubung mobilitas masyarakat antarwilayah. Sebagai terminal tipe A, fungsinya melampaui sekadar tempat transit yang merupakan bagian integral dari sistem pelayanan publik yang lebih luas, berkontribusi pada konektivitas regional dan nasional. Namun, di balik peran krusial ini, Terminal Tirtonadi, seperti banyak fasilitas transportasi publik lainnya, masih dihadapkan pada tantangan signifikan dalam membangun dan mempertahankan citra positif di mata masyarakat. Meskipun berbagai perbaikan dan modernisasi sarana prasarana telah gencar dilakukan oleh pihak pengelola, stigma negatif lama terkait aspek keamanan, kenyamanan, atau bahkan kesan kumuh yang melekat pada terminal bus seringkali masih bertahan di benak sebagian masyarakat. Persepsi negatif ini terutama dialami oleh mereka yang jarang atau belum pernah secara langsung mengakses layanan terminal dalam beberapa tahun terakhir. Membangun kembali kepercayaan dan citra positif merupakan pekerjaan jangka panjang yang membutuhkan strategi komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif (Fombrun, 1996).

Untuk merespons tantangan citra negatif dan sekaligus mengemban mandat pelayanan publik yang lebih luas dalam meningkatkan literasi transportasi, pihak Humas Terminal Tirtonadi Surakarta telah menginisiasi program inovatif bernama Edutrip. Inisiatif edukatif ini secara khusus ditujukan bagi pelajar dari berbagai jenjang pendidikan, mulai dari usia dini hingga menengah, serta masyarakat umum. Melalui kegiatan kunjungan dan pembelajaran langsung yang mendalam di lingkungan terminal, peserta diajak untuk mengenal lebih dekat seluk-beluk operasional transportasi publik, memahami berbagai aspek keselamatan perjalanan, serta menumbuhkan kesadaran akan urgensi dan manfaat penggunaan moda

transportasi umum dalam kehidupan sehari-hari. Program Edutrip ini dirancang secara cermat sebagai sarana pembelajaran berbasis pengalaman langsung, yang tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga membentuk mindset positif melalui interaksi konkret. Lebih dari itu, Edutrip merupakan bagian integral dari strategi komunikasi kehumasan untuk membangun kedekatan emosional dan kepercayaan antara Terminal Tirtonadi dan masyarakat (Cutlip dkk., 2006). Edukasi publik semacam ini telah terbukti menjadi strategi kunci dalam memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat, serta meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui peningkatan kesadaran dan literasi (Rogers, 2003).

Penyelenggaraan program Edutrip tentu sangat bergantung pada komunikasi publik yang dijalankan oleh humas selama program berlangsung. Berbeda dengan kegiatan sosialisasi yang berfokus pada penyebaran informasi awal, penelitian ini secara spesifik menyoroti efektivitas komunikasi humas pada momen interaksi langsung dengan peserta Edutrip. Cara informasi disampaikan secara *real-time* di lapangan, dinamika interaksi yang terjalin antara staf humas dan peserta (termasuk sesi tanya jawab dan diskusi), serta respons humas terhadap tanggapan, pertanyaan, dan masukan dari audiens saat kegiatan berjalan, adalah aspek krusial yang menentukan sejauh mana pesan edukatif dapat diterima, dipahami, dan bahkan memengaruhi persepsi serta sikap peserta secara positif. Model-model komunikasi kehumasan dari Grunig dan Hunt (1984) menjadi kerangka analisis yang relevan untuk mengevaluasi jenis interaksi yang terjadi. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana komunikasi publik yang dijalankan Humas Terminal Tirtonadi khususnya selama pelaksanaan program Edutrip mampu memengaruhi pemahaman masyarakat dan memperbaiki persepsi publik terhadap terminal. Kajian ini juga bertujuan melihat bagaimana komunikasi yang dirancang secara strategis (Hallahan dkk., 2007) dan berpusat pada dialog dapat memperkuat citra lembaga pemerintah, khususnya di bidang pelayanan transportasi, sebagai lembaga yang terbuka, edukatif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Publik

Berbagai teori komunikasi, mulai dari perspektif fungsional hingga kritis, memberikan kerangka untuk memahami kompleksitas interaksi manusia (Littlejohn & Foss, 2011). Komunikasi publik menurut Denis McQuail (2010) adalah proses penyampaian pesan oleh individu atau institusi kepada khalayak luas melalui media tertentu dengan tujuan untuk memberikan informasi, memengaruhi opini, serta mendorong partisipasi masyarakat. Komunikasi ini bersifat terbuka, dapat diakses oleh publik, dan biasanya dilakukan oleh

lembaga resmi seperti pemerintah atau organisasi publik dalam kepentingan umum. McQuail menekankan bahwa komunikasi publik bukan sekadar proses penyebaran informasi satu arah, tetapi dapat membentuk interaksi dua arah jika medianya memungkinkan, terutama dalam konteks modern yang memanfaatkan media digital. Dalam komunikasi publik, isi pesan harus relevan, mudah dipahami, dan mampu menciptakan pemahaman bersama antara pengirim dan penerima pesan. Oleh karena itu, komunikasi publik memainkan peran penting dalam membangun hubungan antara lembaga dan masyarakat, termasuk dalam kegiatan edukatif seperti yang dilakukan humas instansi pemerintah. Studi awal mengenai komunikasi massa seringkali merujuk pada model linear Lasswell (1948) yang mengidentifikasi siapa mengatakan apa, kepada siapa, melalui media apa, dan dengan efek apa.

Kehumasan

Kehumasan atau *public relations* merupakan suatu fungsi komunikasi yang strategis dan terencana untuk membangun serta memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006), kehumasan berperan penting dalam menyampaikan informasi secara efektif, mengelola citra organisasi, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Dalam konteks instansi publik seperti Terminal Tirtanadi, fungsi humas tidak hanya sebatas menyebarkan informasi, tetapi juga menciptakan komunikasi dua arah yang melibatkan interaksi dan partisipasi aktif publik. Melalui kegiatan edukatif seperti program Edutrip, humas berperan sebagai jembatan komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan edukasi sekaligus membentuk persepsi positif masyarakat terhadap terminal sebagai fasilitas transportasi yang aman, nyaman, dan informatif. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang dijalankan oleh humas sangat menentukan keberhasilan program dan pencapaian tujuan lembaga dalam membangun citra serta kepercayaan publik.

Model Komunikasi Grunig dan Hunt

Grunig dan Hunt (1984) mengembangkan empat model komunikasi dalam praktik kehumasan yang mencerminkan berbagai cara organisasi berinteraksi dengan publiknya. Model pertama adalah *press agency* yang bersifat satu arah dan fokus pada publisitas untuk menarik perhatian, kemudian *public information* yang juga satu arah namun menekankan penyebaran informasi yang akurat dan edukatif. Model ketiga adalah *two-way asymmetrical*, di mana komunikasi dua arah digunakan untuk memengaruhi dan mengubah sikap publik tanpa mengubah posisi organisasi. Terakhir, model *two-way symmetrical* yang ideal, menekankan dialog dua arah yang seimbang dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Model-model ini membantu dalam memahami strategi komunikasi humas dalam

menyampaikan pesan dan membangun hubungan dengan audiens secara efektif, seperti yang dilakukan oleh Humas Terminal Tirtonadi dalam program Edutrip.

Citra Lembaga Publik

Citra lembaga publik merupakan persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak masyarakat mengenai karakteristik, kredibilitas, dan kualitas pelayanan sebuah institusi pemerintah atau organisasi pelayanan publik. Menurut Fombrun (1996), citra adalah hasil dari pengalaman, komunikasi, dan interpretasi masyarakat terhadap organisasi yang bersangkutan, yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan dukungan publik. Citra yang positif penting bagi lembaga publik karena dapat meningkatkan legitimasi, mempermudah komunikasi, serta mendukung keberhasilan program yang dijalankan. Oleh karena itu, pengelolaan citra melalui komunikasi yang konsisten, transparan, dan responsif menjadi aspek utama dalam strategi humas lembaga publik.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan rencana terstruktur yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi dengan memilih pesan, media, dan metode penyampaian yang tepat kepada audiens sasaran. Menurut Hallahan dkk. (2007), strategi komunikasi berfokus pada bagaimana pesan disusun dan disebarakan agar dapat memengaruhi persepsi dan perilaku publik secara efektif dan efisien. Dalam konteks pelayanan publik, strategi komunikasi harus mampu menjembatani kebutuhan informasi masyarakat serta membangun hubungan yang positif antara lembaga dan publiknya. Keberhasilan strategi komunikasi sangat bergantung pada pemahaman audiens, pemilihan saluran komunikasi yang sesuai, serta evaluasi berkelanjutan terhadap respons dan dampak pesan yang disampaikan.

Edukasi Publik dalam Layanan Publik

Edukasi publik dalam layanan publik merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh lembaga pemerintah atau organisasi untuk memberikan pengetahuan, meningkatkan kesadaran, dan membentuk perilaku positif masyarakat melalui penyampaian informasi yang edukatif dan komunikatif. Menurut Rogers (2003), edukasi publik berperan penting dalam proses perubahan sosial dengan membekali masyarakat pemahaman yang lebih baik terkait hak, kewajiban, serta manfaat layanan yang disediakan. Program edukatif dalam layanan publik seperti kampanye keselamatan, pelatihan, atau kegiatan pembelajaran interaktif bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan kemandirian masyarakat dalam menggunakan layanan publik secara optimal. Dengan demikian, edukasi publik menjadi strategi kunci dalam memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat serta meningkatkan kualitas pelayanan publik.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang meneliti fenomena komunikasi publik secara mendalam dalam konteks alami tanpa manipulasi, dengan fokus pada makna dan proses komunikasi yang terjadi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian kualitatif, pemahaman mendalam terhadap konteks dan perspektif subjek penelitian menjadi kunci (Moleong, 2017). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali bagaimana Humas Terminal Tirtonadi menyampaikan informasi dan mengelola komunikasi publik dalam rangka kegiatan Edutrip, serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi tersebut (Creswell, 2014). Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data, yang dilakukan dengan teknik wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi yang terkait dengan kegiatan Edutrip. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih narasumber yang dianggap memiliki informasi relevan dan mendalam, seperti Kepala Humas, dan Staf Humas. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi metode dan sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen guna memastikan konsistensi dan kedalaman data (Denzin, 1978). Analisis data dilakukan secara induktif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang berkelanjutan agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat dan dapat dipercaya tentang model komunikasi publik yang diterapkan dalam kegiatan Edutrip di Terminal Tirtonadi (Miles dkk., 2014).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian mengenai implementasi komunikasi publik oleh Humas Terminal Tirtonadi Surakarta selama kegiatan Edutrip berlangsung, dengan analisis mendalam pada model komunikasi berdasarkan teori Grunig dan Hunt (1984), serta dampaknya terhadap interaksi dengan siswa sekolah dan guru.

Dinamika Komunikasi Publik dalam Kegiatan Edutrip

Selama program Edutrip, komunikasi publik yang dilakukan oleh Humas Terminal Tirtonadi Surakarta tidak hanya sebatas penyebaran informasi, melainkan sebuah proses interaktif yang melibatkan siswa sekolah dan guru sebagai partisipan aktif. Observasi dan wawancara menunjukkan bahwa fokus komunikasi adalah pada membangun pemahaman dan pengalaman langsung peserta, di mana staf Humas dan pemandu aktif berinteraksi dengan audiens dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari penyambutan hingga sesi penutup, menciptakan suasana yang kondusif untuk edukasi dan eksplorasi. Konsep ini sejalan dengan pandangan McQuail (2010) yang menyatakan bahwa komunikasi publik bukan sekadar

penyebaran informasi satu arah, tetapi dapat membentuk interaksi dua arah jika mediana memungkinkan, terutama dalam konteks modern. Maria Intan Larasati, Koordinator Staf Humas bagian informasi Terminal Tirtonadi, menjelaskan bahwa "kami dari humas itu tidak memberikan informasi saja, tapi juga merayu untuk ayo datang ke terminal buat Edutrip di terminal gitu," menunjukkan adanya upaya lebih dari sekadar informatif. Upaya untuk menarik minat partisipasi masyarakat juga dapat dilihat dari perspektif manajemen pemasaran yang berfokus pada daya tarik program (Kotler & Keller, 2016). Proses persuasi melalui komunikasi, yang bertujuan untuk mengubah sikap atau perilaku audiens, merupakan aspek penting dalam kampanye edukatif (Perloff, 2017).

Public Information

Model *Public Information* terwujud nyata dalam setiap sesi Edutrip melalui penyampaian informasi penting dan akurat mengenai berbagai aspek terminal, dari fungsi area keberangkatan dan kedatangan, standar keamanan, hingga teknologi operasional. Penyampaian ini dilakukan secara komprehensif, dimulai dengan presentasi pengantar sebelum tur, dilanjutkan dengan penjelasan detail di lapangan saat mengunjungi setiap fasilitas, dan terkadang didukung oleh materi edukasi cetak atau digital untuk memperkuat pemahaman. Fokus utamanya adalah memastikan siswa dan guru menerima pengetahuan baru tentang operasional terminal secara jelas dan mudah dicerna, membentuk fondasi pemahaman mereka melalui penyampaian pesan yang informatif dan terstruktur, sesuai dengan karakteristik model *public information* yang ditekankan oleh Grunig dan Hunt (1984) sebagai penyebaran informasi yang akurat dan edukatif. Maria Intan Larasati menjelaskan bahwa isi promosi "biasanya kami memperkenalkan transportasi darat seperti Bis Trans Jateng ke Solo-Gemolong, Gemolong kesini, habis itu kami mengadakan Edutrip tentang Terminal Tirtonadi yang isinya itu seperti pemberangkatan bis, kegiatan di sekeliling terminal, terus ada yang namanya taman edukatif, itu taman lalu lintas yang isinya itu rambu-rambu lalu lintas yang berada di setiap perjalanan. Nah itu ada disitu, nanti anak-anak TK tersebut bisa mempelajari taman edukatif tersebut," menegaskan fokus pada penyebaran informasi edukatif yang rinci.

Two-Way Symmetrical

Meskipun model *Public Information* mendominasi dalam penyampaian materi, aspek *Two-Way Symmetrical* menjadi krusial dalam interaksi selama Edutrip, terutama saat sesi tanya jawab interaktif di mana siswa dan guru aktif diundang untuk mengajukan pertanyaan, dan staf Humas maupun pemandu dengan sabar menjawab, mengklarifikasi keraguan, serta memberikan penjelasan tambahan. Selain itu, seringkali muncul diskusi spontan selama tur, yang direspons antusias oleh staf Humas, mengubah momen tersebut menjadi kesempatan

edukasi yang lebih personal dan mendalam, di mana Humas dapat mendengarkan langsung persepsi, kekhawatiran, atau bahkan saran dari peserta, menunjukkan semangat saling memahami dan membangun hubungan yang lebih personal dan mutual. Pendekatan ini mencerminkan karakteristik model *Two-Way Symmetrical* dari Grunig dan Hunt (1984) yang menekankan dialog dua arah yang seimbang dan saling menguntungkan, didukung oleh pernyataan Wisnu Kuncoro, Kepala Divisi Humas, bahwa "jika ada masukan dari peserta atau masyarakat terkait program Edutripnya itu sudah pernah ada... itu kan biasanya disampaikan juga secara langsung." Maria Intan Larasati juga menambahkan bahwa "setiap masukan selalu ada tapi kami saring," dan "saran dari masyarakat itu kami gunakan untuk memperbaiki program."

Press Agency dan Two-Way Asymmetrical

Dalam konteks komunikasi saat kegiatan Edutrip berlangsung, model *Press Agency* yang berfokus pada publisitas berlebihan, serta model *Two-Way Asymmetrical* yang bertujuan memengaruhi tanpa mengubah organisasi, tidak menjadi karakteristik utama. Komunikasi lebih berorientasi pada edukasi faktual dan dialog terbuka, bukan pada kampanye promosi berlebihan atau upaya manipulatif untuk mengubah sikap tanpa dasar dialog yang jujur, sehingga menciptakan lingkungan belajar yang otentik dan partisipatif bagi siswa dan guru sebagai peserta. Hal ini konsisten dengan pernyataan Grunig dan Hunt (1984) yang membedakan keempat model berdasarkan tujuan dan sifat alur komunikasinya. Wisnu Kuncoro secara eksplisit menyatakan bahwa promosi program Edutrip dibuat "jelas mbak itu mbak... nggak perlu yang misterius, karna kan nanti penentu keputusannya kan tetep di guru," yang menekankan transparansi daripada upaya menarik perhatian yang sensasional.

Dampak Komunikasi terhadap Pengalaman dan Citra

Dinamika komunikasi yang terjadi selama Edutrip, terutama perpaduan antara penyampaian informasi yang jelas dan dialog interaktif, memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman siswa dan guru karena mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman langsung yang memperkuat pemahaman mereka tentang fungsi dan peran Terminal Tirtonadi. Hal ini berkontribusi pada pembentukan citra positif Terminal Tirtonadi sebagai lembaga publik yang transparan, profesional, dan peduli terhadap pendidikan masyarakat, sejalan dengan pandangan Fombrun (1996) bahwa citra adalah hasil dari pengalaman, komunikasi, dan interpretasi masyarakat. Keberhasilan Humas dalam menjalin komunikasi yang efektif dan interaktif dengan siswa dan guru selama Edutrip menunjukkan penerapan strategi komunikasi yang adaptif dan berorientasi pada audiens, seperti yang diungkapkan Hallahan et al. (2007) yang menekankan fokus pada bagaimana pesan disusun

dan disebarikan agar memengaruhi persepsi. Maria Intan Larasati menegaskan bahwa Humas selalu melakukan "survei kepuasan terhadap guru, atau kalau ada wali muridnya atau orang tuanya murid kami juga ada surveinya," yang menjadi dasar evaluasi dan perbaikan program, mencerminkan komitmen terhadap peningkatan layanan publik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi publik yang diterapkan oleh Humas Terminal Tirtonadi Surakarta dalam kegiatan Edutrip secara efektif memadukan model *Public Information* dengan *Two-Way Symmetrical* dari Grunig dan Hunt (1984). Selama kegiatan, penekanan utama adalah penyampaian informasi yang akurat dan edukatif mengenai operasional terminal serta fasilitas edukasi kepada siswa sekolah dan guru. Namun, komunikasi tidak hanya satu arah, adanya sesi tanya jawab interaktif dan diskusi spontan memungkinkan terciptanya dialog dua arah. Humas aktif mendengarkan pertanyaan dan masukan dari peserta, bahkan menggunakannya sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan program di masa depan, meskipun tidak ada niat untuk memanipulasi atau hanya berfokus pada publisitas berlebihan. Keberhasilan komunikasi ini berdampak positif pada pengalaman peserta Edutrip, yang tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tetapi juga pengalaman langsung yang memperkuat pemahaman mereka. Pada akhirnya, strategi komunikasi yang terencana dan interaktif ini berhasil membangun citra positif Terminal Tirtonadi sebagai lembaga publik yang transparan, profesional, dan peduli terhadap pendidikan serta keselamatan masyarakat sejak usia dini.

Berdasarkan temuan ini, ada beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, Humas Terminal Tirtonadi dapat lebih mengoptimalkan interaksi dua arah dengan mengembangkan forum umpan balik yang lebih terstruktur dan menambahkan aktivitas interaktif seperti simulasi atau permainan peran. Hal ini akan mendorong partisipasi yang lebih mendalam dari peserta dan memperkuat pembelajaran mereka. Kedua, meskipun promosi saat ini banyak dibantu oleh Trans Jateng dan Pemerintah Kota, Humas Terminal Tirtonadi perlu mengembangkan strategi promosi mandiri yang lebih agresif dan terencana. Ini termasuk merealisasikan rencana untuk mendatangi sekolah-sekolah secara langsung atau meningkatkan produksi konten digital yang lebih menarik dan informatif di media sosial. Ketiga, pemanfaatan masukan dari guru dan siswa harus menjadi bagian integral dari pengembangan kurikulum Edutrip. Analisis berkala terhadap masukan dari survei dan diskusi dapat membantu mengidentifikasi tema-tema baru atau area perbaikan yang relevan, serta mendorong kolaborasi lebih erat dengan dinas pendidikan atau perwakilan guru untuk menyelaraskan materi Edutrip dengan kurikulum sekolah. Dengan menerapkan saran-saran ini, Humas

Terminal Tirtonadi dapat terus memperkuat efektivitas komunikasi publiknya, tidak hanya dalam menyebarkan informasi tetapi juga dalam membangun hubungan yang lebih kokoh dan saling menguntungkan dengan masyarakat, serta terus meningkatkan citra positif sebagai fasilitas transportasi yang edukatif dan terpercaya.

DAFTAR REFERENSI

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations* (9th ed.). Pearson Education.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
<https://doi.org/10.1080/15531180701285244>.
<https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). Harper & Row.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2012). *Public relations: The profession and the practice* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Rajawali Pers.
- Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003290056-3>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsep dan aplikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. H. (2015). *Think: Public relations* (4th ed.). Pearson Education.