

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada prinsipnya komunikasi merupakan fitrah manusia, dimana selama manusia masih mempunyai intuisi ingin tahu dan menyampaikan sesuatu kepada sesamanya, maka terjadilah sebuah kegiatan komunikasi. Semakin berkembangnya kehidupan manusia, membuat peranan komunikasi semakin menjadi suatu hal yang tidak terlelakan, hal tersebut dilakukan untuk kepentingan berinteraksi, menjalin hubungan dengan sesama, dan memecahkan suatu masalah.

Setiap perusahaan atau organisasi sudah pasti membutuhkan tenaga ahli di bidang komunikasi, hal ini bertujuan untuk memberikan suatu pesan atau informasi kepada publik. Tenaga ahli tersebut adalah *Public Relation*. Komunikasi dan *Public Relation* merupakan dua sisi yang saling melengkapi dalam proses penyebaran informasi. Jenis informasi yang diberikan biasanya berupa kemajuan tentang suatu perusahaan atau organisasi, hal ini diberikan demikian karena untuk membentuk citra organisasi di mata publik. *Public Relation* merupakan salah satu ujung tombak perusahaan, dikarenakan *Public Relation* merupakan suatu wadah yang berperan dalam proses publikasi yang berkaitan dengan perusahaan, sehingga dapat dikenal oleh publik secara luas yang nantinya bisa bersaing dalam kemajuan industri di era globalisasi ini.

Public Relation merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan alur komunikasi di perusahaan atau organisasi, saling memelihara, dan

dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya, dan ikut terlibat dalam menangani isu-isu yang ada dalam lingkup manajemen. (Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, 2010 : 13).

Kehadiran *Public Relations* dalam suatu lembaga atau instansi dapat menjadi Jembatan penghubung antara lembaga dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan *Publik Relation* adalah untuk menyebarkan suatu informasi, menciptakan, memelihara dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Maka dari itu *Public Relation*-lah yang merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan publiknya.

Seorang *Public relation* sering dikaitkan dengan urusan iklan, media, pers, bahkan bertemu dengan klien untuk mendapatkan suatu kerjasama dengan mengambil hati seorang klien. Namun seiring dengan berkembangnya jaman dan kemajuan di bidang komunikasi, profesi seorang *Public Relation* tidak hanya berhubungan dengan media atau mengambil hati klien saja, melainkan jauh lebih luas dan kompleks. *Public Relation* saat ini mengurus segala macam bentuk komunikasi modern yang berkembang mengikuti jaman seperti urusan organisasi yang komersil datau non komersil.

Seorang *Public Relation* juga memiliki peran penting, dimana perannya mengambil fungsi dalam pembuatan media internal dan akan di desain semenarik mungkin agar dapat di terima dengan baik dan benar oleh seluruh kalangan karyawan dalam perusahaan. Banyak perusahaan swasta maupun badan usaha milik negeri lainnya sekarang ini tengah menggunakan media komunikasi internal yang

bertujuan untuk menjadi jembatan antar perusahaan dengan publik internalnya. Dalam lingkup internal PT. Len Industri (Persero) jumlah karyawan yang sudah bekerja lama dan milenial mempunyai persentasi yang sama, untuk itu tugas seorang *Public Relation* untuk bisa mengemas bahan informasi sesuai dengan karyawan yang berbeda latar belakang.

Komunikasi internal biasanya membahas tentang bagaimana anggota organisasi untuk mengejar suatu target sesuai tujuan perusahaan, contohnya saja Ketika seorang atasan mengadakan pertemuan untuk membahas suatu program kerja yang nantinya akan memiliki dampak yang baik bagi organisasi atau perusahaan. Contoh lainnya yaitu ketika *Public Relation* menyampaikan informasi mengenai kemajuan perusahaan kepada karyawannya. Dalam komunikasi internal sendiri diharapkan terjalin suatu hubungan yang baik antara pemegang saham, direktur, dan karyawannya. Komunikasi memiliki peran aktif dalam perusahaan atau organisasi dalam membina suatu hubungan yang harmonis antar karyawan. Baik itu *top* manajemen dengan pimpinan, pimpinan dengan karyawan, ataupun sesama karyawan dengan karyawan lainnya. Apabila dalam suatu organisasi atau perusahaan terciptanya suasana yang harmonis, terciptanya citra, budaya, warna suasana yang kondusif, dan menyenangkan, maka kinerja meningkat, serta produktivitas bisa tercapai secara optimal.

Berbicara mengenai proses komunikasi, selain memenuhi kebutuhan komunikasi perusahaan dengan publik eksternalnya, perusahaan pun harus fokus membina komunikasi dengan pihak internalnya yaitu karyawan perusahaan itu sendiri, hal ini menjadi tugas pihak manajemen dalam menyediakan fasilitas

komunikasi. Bagi perusahaan besar dengan jumlah karyawan yang banyak dan beragam jenis latar belakang, tidaklah mudah dalam membina suatu kegiatan komunikasi, baik secara vertikal maupun horizontal.

Komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang mengalir dari jabatan yang memiliki tingkatan tinggi kepada mereka yang memiliki jabatan yang lebih rendah. Komunikasi ini biasanya terjadi saat atasan memberikan suatu perintah pekerjaan kepada stafnya, dan ketika stafnya tidak memahami akan perintah tersebut, maka staf akan menanyakan perihal perintah yang dianggapnya kurang jelas, maka dari hal tersebut terjadi suatu kegiatan komunikasi atas ke bawah atau vertikal.

Komunikasi Horizontal yang terjadi pada sebuah organisasi atau perusahaan biasanya dilaksanakan oleh dua pihak yang mempunyai level pekerjaan yang sejajar dalam suatu perusahaan, seperti Jabatan se-level, maupun eselon. Komunikasi horizontal ini berguna untuk menginformasikan sesuatu yang penting secara lurus, komunikasi horizontal Sangat diperlukan dalam mengatasi hal-hal yang sangat mendesak dikarenakan jenis interaksi ini dapat mempercepat waktu dan memudahkan koordinasi sehingga mempercepat suatu pengambilan keputusan untuk melakukan tindakan. untuk itu komunikasi horizontal sangat erat kaitannya dengan masalah-masalah perusahaan contohnya saja untuk melakukan perbaikan dalam hal sinkronisasi pekerjaan, sebagai tindakan pemecahan masalah yang timbul, saling bertukarnya informasi, sebagai tindakan pemecahan konflik, serta dapat membina ikatan melalui kegiatan bersama melalui pertemuan-pertemuan di dalam suatu perusahaan.

Komunikasi Horizontal merupakan jenis komunikasi yang banyak digunakan dalam proses komunikasi, dikarenakan Komunikasi Horizontal menyebabkan terjadinya sebuah dialog, sehingga menimbulkan kepuasan terhadap topik yang di bahas, dalam suatu perusahaan komunikasi horizontal ini biasanya digunakan untuk membahas suatu pekerjaan mengenai pendapat secara satu arah, bagaimana tanggapan lawan bicara terhadap persoalan yang disampaikan.

Kurangnya kesadaran dalam membina suatu komunikasi antara karyawan menyebabkan proses komunikasi yang kurang harmonis, sehingga terjadi kesenjangan penyampaian informasi antar karyawan di lingkungan dimana bekerja. Untuk itu dengan adanya media internal, diharapkan dapat menjadi suatu pelantara penyampaian informasi yang nantinya dapat menciptakan dan memelihara hubungan yang baik antara pihak manajemen dan karyawan dalam lingkup perusahaan atau organisasi.

Kondisi harmonis ini harus di pertahankan dan dikembangkan demi kemajuan perusahaan, salah satunya adalah PT. Len Industri (Persero) yang merupakan perusahaan produk dalam bidang elektronika untuk industri dan prasarana yang memiliki karyawan yang cukup besar. Untuk itu eksistensi perusahaan harus tetap di pertahankan dan dikembangkan demi kemajuan lini bisnis organisasi atau perusahaan di Indonesia dan di kancah internasional. Dalam hal dikenalnya suatu organisasi atau perusahaan tidak terlepas perannya dari media, karena media merupakan sesuatu yang menjadi penghubung organisasi perusahaan dalam mengembangkan sayap dan nama perusahaan atau organisasi untuk di kenal oleh publiknya.

Media komunikasi merupakan salah satu sarana dalam menyampaikan Suatu informasi dari pengirim informasi kepada penerima informasi. Media informasi memiliki dua sifat yaitu media komunikasi internal dan media informasi yang bersifat eksternal. Media komunikasi internal adalah suatu media yang digunakan untuk menyebarkan informasi di dalam lingkup internal. Media informasi eksternal adalah media informasi yang dapat dipergunakan untuk menjalin sebuah koneksi dan memberikan suatu informasi dengan pihak luar. Media Komunikasi pun mempunyai beberapa bentuk yaitu media cetak, media elektronik, dan media digital. Tidak dapat dipungkiri media informasi akan selalu berevolusi sesuai dengan perkembangan jaman.

Media internal merupakan suatu sarana penyampaian pesan atau informasi yang disampaikan dan diterima semata-mata hanya bersifat internal di lingkungan perusahaan, dan bersifat eksternal biasanya bersifat non komersial. Suatu media internal harus dapat dipahami dan diterima dengan mudah oleh seluruh karyawan serta mampu memenuhi kebutuhan informasi karyawannya, sehingga dengan adanya media internal ini akan tercipta hubungan yang harmonis dan memotivasi etos kerja karyawan agar tujuan perusahaan tercapai dengan baik.

Fungsi media internal yaitu untuk memberikan informasi kegiatan yang dilakukan perusahaan yang bersifat kegiatan internal, sehingga tugas dari anggota *Public Relation* bertanggung jawab atas apa yang dilaksanakan supaya tujuan dari jaringan internal ini berfungsi. Seperti halnya, kondisi keadaan kerja yang baik dan produktif merupakan suatu hal yang nyaman dan sehat. Cirinya dari poin penting ini agar sesuai target dengan proses interaksi yang menimbulkan timbal balik.

Jenis media internal dalam perusahaan memiliki empat bentuk diantaranya lisan, tertulis, elektronik, dan konvensional. Bentuk pertama yaitu lisan merupakan jenis komunikasi yang disampaikan secara langsung melalui suara, contohnya dapat berupa *briefing* suatu kegiatan internal, rapat dengan atasan mengenai rencana kerja, diskusi mengenai hambatan-hambatan yang terjadi di dalam suatu perusahaan, dan ceramah di tempat beribadah.

Bentuk kedua yaitu tulisan merupakan informasi yang dituangkan dalam bentuk cerita, kemudian disebarkan untuk disampaikan kepada target pembaca. Contohnya dapat berupa surat untuk menyampaikan suatu maksud dan tujuan, brosur untuk menyampaikan suatu produk atau suatu kegiatan. Brosur ini diperuntukan tidak hanya diberikan kepada rekan bisnis saja, tetapi juga untuk karyawan. Untuk itu, karyawan dapat mengetahui maksud atau informasi yang perusahaan ingin sampaikan. Terakhir *company profile* yang mempunyai fungsi untuk mengenalkan suatu *general* perusahaan yang di dalamnya terdapat produk perusahaan.

Majalah internal ini tidak kalah penting dari media lainnya di lingkungan perusahaan, karena majalah internal merupakan salah satu media yang akan menjadi suatu dokumen bernilai untuk meningkatkan citra suatu perusahaan atau organisasi. *Public Relation* mempunyai tanggung jawab untuk mengelola kegiatan internal serta bertanggung jawab agar hubungan internal dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, hal tersebut dapat terealisasi dengan memberikan fasilitas yang menunjang untuk menjadi penghubung komunikasi antara pihak

manajemen dan karyawan perusahaan, Fasilitas tersebut salah satunya melalui majalah internal yang diterbitkan,

Majalah internal merupakan majalah yang ada pada instansi pemerintah, perusahaan swasta, juga komunitas. Majalah internal sendiri memiliki fungsi sebagai media untuk menciptakan gambaran pada kalangan internal dan eksternal, terutama karyawan untuk memperkenalkan dan memberikan informasi secara luas mengenai perusahaan. Oleh karena itu, seorang *Public Relation* harus mempunyai berbagai macam strategi dalam mengembangkan media komunikasi, khususnya majalah internal supaya menjadi lebih bermanfaat dalam penyampaian informasi atau pengetahuan mengenai perusahaan.

Buletin saat ini memang sudah sangat jarang dibicarakan oleh orang, walaupun buletin masih eksis sampai sekarang, buletin juga memiliki tempat sendiri di hati para pencintanya disamping adanya media *online* yang bertebaran. Dalam skripsi ini peneliti membahas tentang Buletin internal dimana Buletin adalah publikasi yang mengangkat perkembangan suatu topik atau aspek tertentu dan diterbitkan secara teratur dalam waktu yang relatif singkat. Buletin juga ditujukan untuk khalayak yang lebih sempit, yang berkaitan dengan bidang tertentu saja. Berita yang dimuat dalam buletin seringkali singkat dan padat seperti fakta yang dimana penulisannya menggunakan bahasa penulisan formal dan banyak kata teknis yang berhubungan dengan bidang yang dibahas.

Desain foto ilustrasi suatu kegiatan yang dimuat dalam Buletin seringkali formal, dan pilihan ukuran penerbitan buletin biasanya adalah A4 (210 X 297 mm). Untuk Buletin yang terbit secara teratur biasanya dalam jangka waktu sedang yaitu

1-3 bulan, serta diterbitkan dalam jumlah halaman yang lebih tebal antara 36-120 halaman. Buletin berisi informasi dari berbagai bidang keahlian baik berupa keahlian sains, keahlian kompetensi maupun gaya hidup sehari-hari berupa saran-saran.

Keberadaan media internal sangatlah penting dalam sebuah perusahaan karena tidak mungkin bagi perusahaan untuk dapat menjangkau semua publiknya. Dengan adanya media internal proses penyebaran informasi akan merata dan serempak kepada seluruh karyawan internal perusahaan. Perusahaan yang menggunakan majalah internal sebagai salah satu media yang digunakan dalam menyampaikan informasi antara manajemen perusahaan dan karyawannya adalah PT. Len Industri (Persero). "Buletin Len" ini merupakan nama majalah internal yang digunakan *Public Relation* sebagai salah satu media penyampaian informasi kepada karyawannya. Perusahaan di bidang elektronika ini memiliki pegawai serta lingkup kerja yang luas. Maka sangat diperlukan adanya hubungan komunikasi yang baik dan harmonis diantara perusahaan dengan publik internalnya.

Buletin Len ini dikelola oleh *Public Relation* PT. Len Industri (Persero) tampilan Buletin Len sendiri sangat beragam terdiri dari beberapa kategori diantaranya kategori pertama adanya liputan utama, terdiri dari artikel yang membahas seputar produk baru, kerjasama dengan perusahaan lain, perkembangan proyek, peresmian proyek. Kategori kedua yaitu berita dimana berisi kegiatan-kegiatan partisipasi yang di ikuti oleh PT. Len Industri (Persero). Kategori ketiga yaitu pengenalan pengelolaan resiko dengan standar yang telah di tetapkan, kategori empat merupakan galeri photo komunitas yang aktif di lingkungan internal

perusahaan, dan kategori ke lima galeri foto dimana berisi foto-foto dokumentasi kegiatan, galeri media yang berisi pencapaian perusahaan yang dipublikasikan melalui berbagai macam media, serta kuis teka-teki silang yang dihadirkan sebagai sarana hiburan tambahan bagi karyawan. Sedangkan untuk kritik, saran, dan komentar dapat digunakan oleh karyawan dalam menyampaikan ide, gagasan, serta tempat untuk berbagi informasi perusahaan yang bisa disampaikan melalui email redaksi. Dengan adanya majalah Internal ini Semua produk, dan peristiwa, atau *event* yang terjadi dapat tersampaikan kepada seluruh karyawan.

Kehadiran Buletin Len di PT. Len Industri (Persero), dilihat dari penyajiannya, serta informasi yang disajikan bentuknya sangat beragam. Semua informasi seputar perusahaan tersampaikan, namun akses karyawan terbatas dikarenakan pencetakan jumlah Buletin terbatas, sehingga tidak semua karyawan mendapatkan Buletin. Hal ini menyebabkan tidak semua karyawan mendapatkan informasi mengenai perkembangan dan pencapaian perusahaan,

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemanfaatan media internal dalam membina hubungan harmonis antar karyawan di PT. Len Industri (Persero). Sehingga penelitian ini berjudul “PEMANFAATAN MEDIA INTERNAL DALAM MEMBINA HUBUNGAN HARMONIS ANTAR KARYAWAN (Studi Deskriptif pada “Buletin Len” PT. Len Industri (Persero)).

1.2 Fokus Penelitian

Buletin merupakan salah satu media penyampaian informasi yang penting di lingkungan perusahaan, walaupun sifatnya masih tradisional, tetapi kehadirannya ditunggu oleh karyawan. Jenis informasi yang disampaikan pun beragam, sehingga pembaca dapat menikmati berbagai artikel yang disajikan. Dalam buletin len Pembaca tidak hanya sekedar melihat isi dan informasi yang di sampaikan, namun juga melihat bagaimana bentuk buletin, dan desain yang dibuat.

Sebagai contohnya media penyampain informasi kepada karyawan dimana terdapat pemenuhan informasi mengenai perusahaan adalah “Buletin Len” itulah nama majalah internal yang selalu hadir setiap 2 (dua) sampai 3 (tiga) bulan sekali di lingkungan PT. Len Industri (Persero). untuk penyebaran buletin sendiri masih dirasa kurang dikarenakan jumlah yang dicetak tidak banyak, dan diperuntukan bagi karyawan tertentu saja, sehingga penyebaran buletin bersifat pararel dari satu pembaca ke pembaca lainnya.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merasa perlu memberikan batasan masalah, sehingga masalah yang diteliti hanya fokus kepada **BAGAIMANA PEMANFAATAN MEDIA INTERNAL DI LINGKUNGAN PT. LEN INDUSTRI PERSERO TERHADAP KEHARMONISAN HUBUNGAN KARYAWANNYA.**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan Penelitian ini dibuat untuk membantu peneliti dalam proses penelitian memegani batasan-batasan masalah yang diteliti. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti memberikan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengemasan Informasi oleh *Public Relation* dalam Buletin Len?
2. Bagaimana Pemenuhan Informasi dalam Buletin Len?
3. Bagaimana Pengelolaan Media Internal oleh *Public Relation* PT. Len?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini dibuat untuk menjawab hubungan yang menjadi perhatian dalam pertanyaan penelitian, untuk itu tujuan dari adanya penelitian yang berjudul sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengemasan Informasi oleh *Public Relation* dalam Buletin Len
2. Untuk Mengetahui Pemenuhan Informasi pada Buletin Len
3. Untuk Mengetahui Pengelolaan Buletin Len oleh *Public Relation* PT. Len

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta ciri khususnya bagi praktisi *Public Relation* tentang Pemanfaatan Media Internal Dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan. Untuk itu Kegunaan sendiri secara umum dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa menaruh sumbangan pemikiran serta memperkaya wawasan terhadap ilmu pengetahuan bidang *Public Relation* terutama dalam Pemanfaatan Media Internal Buletin Len di Lingkungan PT. Len Industri (Persero).

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan hasil penelitian ini secara praktis diharapkan memberikan sumbangan bagi pemecahan persoalan yang berhubungan dengan Pemanfaatan Media Internal Dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan, Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mencari solusi bagi pemecah perkara yang ditemukan.