

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, setiap organisasi harus memiliki humas masing-masing untuk membangun citra & reputasinya baik di internal maupun eksternal. Peran humas pada setiap organisasi menentukan sukses atau tidaknya citra dan reputasi yang sudah dibangun oleh seorang humas. Humas organisasi memiliki peran yang sangat bertanggung jawab untuk mempertahankan nama baik sang organisasi. Tidak hanya organisasi non-profit saja yang mempunyai humas, tetapi pada sebuah instansi juga memiliki humas yang sangat berperan penting dalam mempertahankan citranya pada publik internal maupun eksternal.

Kegiatan humas atau yang dijabarkan sebagai hubungan masyarakat, adalah *public relations (PR)* yang mempunyai tugas untuk menyampaikan apa yang harus disampaikan kepada relasi dan rekan bisnisnya. Seorang humas juga harus bisa menguasai dalam hal menulis. Humas memiliki peran penting dalam hal menulis, baik itu didalam menulis siaran pers, artikel, *advertorial* dan kegiatan menulis humas yang lain.

Humas di instansi pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mensosialisasikan kebijakan maupun peraturan yang mereka buat. Memberi informasi secara berkala tentang kebijakan pemerintah, hasil-hasil kerja institusi, serta memberi pengertian terhadap kehidupan sosial masyarakat. Selain itu, humas pemerintahan juga harus dapat memberi masukan-masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, maupun yang sedang diusulkan. (Kusumastuti, 2002:37)

Humas diharuskan memiliki keterampilan dalam menyampaikan komunikasi baik itu di internal maupun eksternal. Selain itu humas juga harus tau apa saja media yang digunakan dalam menyampaikan publikasi baik itu di internal dan eksternal. Di dalam sebuah instansi memiliki kegiatan media publikasi baik di dalam publik internal maupun eksternal. Salah satu contoh media tersebut ialah majalah internal yang masuk ke dalam kategori *House Journal* atau media internal. Selain harus bisa menulis, seorang humas juga harus memperhatikan faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam pembuatan majalah internal tersebut.

Media *Public Relations (PR)* merupakan *tools PR* dalam melakukan pekerjaannya sebagai PR salah satunya adalah menginformasikan perusahaan kepada publik, tentunya seorang PR memiliki media untuk memberitakan informasi tersebut. (Ruslan, 2014 : 195)

Humas sangat berperan besar dalam mawadahi komunikasi di organisasi. Media internal melangsungkan komunikasi dalam hubungan antara pegawai dan organisasi. Dengan jumlah pegawai yang sangat besar dalam sebuah organisasi, seorang humas harus tahu cara yang tepat untuk menjalin hubungan tersebut melalui sebuah majalah internal.

Media adalah sarana yang sangat dibutuhkan agar pencapaian komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan. Media internal merupakan medium yang diharapkan mampu memberikan edukasi dan informasi khalayaknya yaitu pegawai.

Media internal menjadi salah satu alat untuk melangsungkan komunikasi antara manajemen dan pegawai. Kehadiran media internal menjadi sarana untuk memberitakan berbagai perkembangan perusahaan dan juga mampu menjadi sarana menambah informasi, pengetahuan, memacu kinerja dan menumbuhkan semangat kebersamaan.

Media internal atau *House Journal* adalah media korporat atau media perusahaan yang diterbitkan untuk kalangan terbatas dan tidak diperjualbelikan (Ardianto 2011 : 141)

Humas organisasi pada sebuah instansi memiliki peran yang sangat penting dan keberadaannya sangat dibutuhkan di dalam instansi tersebut. Sama halnya dengan media internal yang dibangun oleh humas organisasi, media internal yang dibangun akan berjalan efektif dengan disembarkannya media tersebut secara merata diseluruh bagian instansi kepada publik internalnya.

Seorang humas yang menjadi jembatan antara informasi dalam media internal kepada para pegawai harus membuat artikel dari segi beberapa aspek, seperti pengetahuan, edukasi, dan hiburan. Hal ini juga berpengaruh kepada sang pegawai apakah mereka merasa terpenuhi informasinya atau tidak.

Media internal berupa majalah sebagai salah satu media komunikasi dalam instansi dapat memudahkan arus komunikasi dua arah antara kebijakan dan manajemen pemerintahan dan pegawai maupun sebaliknya. Instansi pun tidak perlu menjelaskan sebuah kebijakan dan peraturan satu persatu kepada pegawai. Melalui majalah internal, pegawai pun menjadi tahu kebijakan dan peraturan terbaru yang berlaku dalam lingkup instansi pemerintahan.

Penerbitan majalah internal bisa dikatakan penting untuk sebuah instansi. Dari sebuah majalah internal, informasi yang ingin disampaikan oleh instansi tersebut dapat menjangkau ribuan pegawainya secara keseluruhan, dan juga kepuasan informasi yang didapatkan pegawainya juga cukup didapatkan karena sampai kepada setiap bagian yang ada di instansi.

Melalui sebuah media internal yang berupa majalah dalam sebuah instansi, para pegawai juga menjadi tahu aktivitas yang dilakukan dalam instansinya, apa saja yang dilakukan oleh menteri di dalam beberapa kegiatan, dan juga isu apa

yang sedang terjadi, dan beberapa tips dan hiburan yang dapat membuat pegawai menjadi tahu informasi terbaru. Sama halnya dengan Kementerian Perhubungan RI, yang memiliki banyak sektor dan membutuhkan media untuk menyebarkan informasi secara merata kepada pegawainya.

Humas di dalam subbagian biro komunikasi publik dalam Kementerian Perhubungan (Kemenhub RI) yaitu publikasi memiliki peran dalam pembuatan majalah internal. Majalah internal ini dibuat untuk pegawai di dalam Kemenhub RI agar mendapatkan pengetahuan, edukasi dan hiburan bagi mereka, serta juga informasi sosialisasi peraturan dan kebijakan terbaru dalam transportasi seperti darat, udara, laut, dan perkeretaapian dalam Kemenhub RI.

Media internal “majalah” mulai di terbitkan oleh biro komunikasi dan informasi publik (BKIP) pada tahun 2009 yang diberi nama majalah Media Komunikasi dan Sambung Rasa Internal Kementerian Perhubungan (MODA). Majalah ini dicetak sebanyak 900 per edisi. Dimana majalah ini diterbitkan setiap dua bulan sekali. Majalah MODA ini berkonsep *in magazine house* yang fungsinya untuk memberikan informasi mengenai internal dan eksternal di dalam instansi departemen Kemenhub RI dan pegawainya. Para pembaca majalah ini khususnya pegawai akan mendapatkan informasi, pengetahuan, edukasi dan hiburan setiap membaca majalah tersebut. Pendistribusian majalah moda ini disebar ke seluruh lini di Kemenhub RI seperti sekretariat jenderal, inspektorat jenderal, direktorat jenderal perhubungan darat, direktorat jenderal perhubungan laut, direktorat jenderal perhubungan udara, direktorat jenderal perkeretaapian termasuk unit pelaksana teknis.

Isi dari majalah moda ini ditulis secara seimbang dari beberapa unit transportasi yang dinaungi oleh Kemenhub RI yaitu mengenai transportasi darat, udara, laut, dan perkeretaapian. Di dalam majalah ini dibuat beberapa bagian rubrik-rubrik untuk membuat majalah ini menjadi menarik diantaranya yaitu beranda, sambung rasa, warta karsa, seremonia, profil, p3k, kilas perjalanan, transit, dan tips. Setiap rubrik yang dibuat oleh majalah moda di tiap edisi akan berubah agar para pembaca juga tidak merasa bosan dan jenuh untuk membacanya dan memberikan informasi dan pengetahuan mengenai Kemenhub RI.

Majalah MODA diterbitkan dengan penampilan yang berbeda dari edisi-edisi sebelumnya untuk menarik perhatian para pembacanya agar tertarik untuk mengetahui apa saja informasi dan pengetahuan yang dimuat oleh majalah tersebut. *Cover* majalah adalah hal yang terpenting untuk menarik perhatian para pembacanya, untuk *cover* majalah moda disajikan dalam bentuk full color dan juga dimuatnya beberapa foto Menhub RI yang dijadikan panutan oleh seluruh pegawai Kemenhub RI agar mendapatkan image yang baik. Majalah MODA dibuat semenarik mungkin agar para pembacanya khususnya pegawai pada Sekretariat Jenderal di Kementerian Perhubungan RI tertarik untuk membacanya.

Pada Sekretariat Jenderal di Kemenhub RI terdapat 13 unit, diantaranya yaitu biro perencanaan, biro kepegawaian dan organisasi, biro keuangan, biro hukum, biro umum, pusat pengelolaan transportasi berkelanjutan, pusat teknologi informasi dan komunikasi perhubungan, biro komunikasi informasi dan publik, mahkamah pelayaran, sekretariat pengurus unit nasional korpri, sekretariat komite nasional keselamatan transportasi, pusat fasilitas kemitraan dan kelembagaan internasional, dan biro layanan pengadaan dan pengelolaan bmn.

Dari uraian diatas penulis menyimpulkan tujuan dibuatnya Majalah MODA adalah untuk mensosialisasikan atau mempublikasikan informasi mengenai kebijakan dan kegiatan yang dilakukan Kemenhub RI baik pusat maupun daerah, membina hubungan harmonis antar pegawai serta beberapa tips ataupun kilas perjalanan untuk memberikan edukasi dan hiburan bagi pegawai Kemenhub RI khususnya di Sekretariat Jenderal.

Media internal ini bisa ditujukan untuk menambah nilai plus bagi pegawai yang mempunyai minat dan baca khususnya yang senang dalam tulis menulis berita yang memberikan informasi, pengetahuan, dan hiburan di dalam isinya, dan juga para pembacanya dapat menambah pengetahuan. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian mengenai motif membaca “majalah MODA” terhadap pegawai Sekretariat Jenderal Kemenhub RI untuk memenuhi kepuasan informasi. Dan apakah majalah ini memiliki motif membaca dan mendapat respon yang baik bagi pegawai sekretariat jenderal Kemenhub RI dalam memenuhi kepuasan informasi.

Setiap pegawai memiliki motif yang berbeda untuk memenuhi kebutuhannya, dan juga, humas tidak tahu apakah kepuasan informasi dalam majalah internal khususnya majalah MODA terpenuhi atau tidak, dan motif yang mendasari mereka untuk membaca majalah MODA sangatlah penting untuk diketahui oleh seorang humas di instansi agar dapat menjalankan majalah internal yang sudah dibuat rutin menjadi lebih baik dibanding edisi sebelumnya.

Untuk mengetahui lebih jauh maka peneliti membuat penelitian dengan judul **“MOTIF MEMBACA MAJALAH MODA TERHADAP KEPUASAN INFORMASI PADA PEGAWAI SEKRETARIAT JENDERAL KEMENTERIAN PERHUBUNGAN RI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diutarakan di atas, maka perumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

“Bagaimana Motif Membaca Majalah MODA Terhadap Kepuasan Informasi Pada Pegawai Sekretariat Jenderal Kementerian Perhubungan RI?”

Oleh sebab itu, penulis ingin mencari tahu bagaimana motif membaca majalah MODA dalam memenuhi kepuasan informasi, oleh karena itu maka penulis membuat penelitian dengan judul **“Motif Membaca Majalah MODA Terhadap Kepuasan Informasi Pada Pegawai Sekretariat Jenderal Kementerian Perhubungan RI”**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Motif Membaca Majalah MODA Terhadap Kepuasan Informasi Pada Pegawai Sekretariat Jenderal Kementerian Perhubungan RI.

1.4 Manfaat penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam dua aspek, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan terkait humas pada media kehumasan di Kementerian Perhubungan RI.
2. Dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu komunikasi dan menjadi bahan masukan Ilmu Komunikasi khususnya Humas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mendapatkan pengalaman langsung motif membaca media kehumasan berupa majalah MODA sebagai pemenuhan kepuasan informasi pada karyawan Sekretariat Jenderal di Kementerian Perhubungan RI.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang sesungguhnya mengenai motif membaca majalah MODA terhadap kepuasan informasi pada karyawan Sekretariat Jenderal Kementerian Perhubungan RI untuk bahan masukan bagi Publikasi dan Pelayanan Informasi (PPI).