

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman kebutuhan akan informasi semakin penting bagi kita, karena komunikasi mempunyai peranan penting bagi kebutuhan hidup manusia, sehingga membuat banyak orang yang secara sadar menyediakan waktunya untuk mengakses informasi dan mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Komunikasi menjadi sangat penting dalam pelaksanaan pembangunan manusia seutuhnya dan pengembangan akan menjadi titik berat salah satu pembangunan adalah bidang komunikasi. Media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan, biasanya sasaran komunikannya berada di tempat yang jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleteks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media yang sering digunakan dalam proses komunikasi.

Public Relations atau humas pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya, karena ciri hakiki dari komunikasi gumas adalah *two way communications* (Komunikasi dua arah/timbal balik). Arus komunikasi timbal balik ini yang harus dilakukan dalam kegiatan kehumasan, sehingga terciptanya umpan balik yang merupakan prinsip pokok dalam humas (Soemirat & Ardianto 2007:11) .

Dalam organisasi tugas Humas adalah sebagai penghubung antara organisasi dengan publik. Fungsi humas bisa lebih terperinci lagi yaitu menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga atau perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan *goodwill* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk mencipta kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik).

Untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut, humas melakukan fungsi sebagai penghubung antara perusahaan dengan internal perusahaan dan pihak luar. Dalam mengelola hubungan tersebut, humas dituntut agar memiliki segala kemampuan dan kesiapan dalam menghadapi situasi apa pun. Hal ini dimaksudkan agar humas dapat menjadi jembatan perusahaan dalam berhubungan internal perusahaan dan pihak luar. Fungsi ini dimaksudkan agar humas dapat lebih bisa menyerap informasi yang ada di luar perusahaan dan menjadikannya sebagai data yang nantinya akan turut membantu perusahaan mengambil kebijakan atau keputusan.

Komunikasi yang berlangsung antara top manajemen dengan karyawannya atau perusahaan dengan publiknya tidak hanya terjadi secara tatap muka. Agar lebih efisien dalam penyebaran informasi, sebuah instansi atau organisasi membutuhkan suatu media komunikasi yang menyediakan informasi lengkap yang dibutuhkan untuk diketahui oleh khalayaknya. Khalayak yang dimaksud adalah semua pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan baik dari

internal perusahaan dan juga masyarakat atau pihak luar (eksternal). Salah satu media komunikasi yang dikelola dan diterbitkan sendiri oleh humas adalah media internal atau *house jurnal* yaitu media yang memuat banyak informasi yang berguna bagi karyawan, agar mereka dapat memenuhi tujuan perusahaan serta mengetahui kondisi yang ada di dalam perusahaan itu. PT. PLN (Persero) Distribusi Jakarta Raya & Tangerang menerbitkan tiga bentuk media internal, yaitu majalah cahaya, bulletin, dan web portal sebagai sarana informasi yang ditujukan kepada staff dan karyawan perusahaan.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan pada media internal majalah cahaya. Karena majalah merupakan media yang menyajikan informasi yang sifatnya tahan lama dan biasanya cenderung disimpan lama sebagai referensi di masa yang akan datang. Selain itu isi majalah biasanya berupa artikel yang disertai gambar (foto) sehingga lebih menarik untuk dibaca serta memiliki cover dan kertas yang lebih eksklusif dibanding media lain. Penerbitan media internal merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh bagian humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jakarta Raya & Tangerang dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan perusahaan, harapan-harapan perusahaan terhadap karyawan, serta aktivitas perusahaan. Disisi lain, media internal juga dapat menjadi sarana dalam menampung aspirasi seluruh karyawan terhadap perusahaan.

Majalah Cahaya diterbitkan setiap dua bulan sekali dengan Oplah 4000 eksemplar setiap terbit, didistribusikan di seluruh unit PT. PLN Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang ada sekitar 4 unit AJ (area jaringan), 1 unit (area pelayanan distribusi) dan 35 unit APL (area pelayanan) yang ada di wilayah DKI Jakarta

dan Tangerang. Publikasi ini dimaksudkan untuk memberikan informasi yang mendalam tentang sosialisasi kebijakan, program, aktivitas PT. PLN (persero) Disjaya & Tangerang. Pembaca Majalah Cahaya yang menjadi objek penelitian ini adalah karyawan PT PLN (persero) Distribusi Jakarta Raya & Tangerang, yang memiliki 6 bagian, yaitu Bidang Niaga, Bidang Distribusi, Bidang Perencanaan, Bidang SDM dan Organisasi, Bidang Keuangan, Bidang Komunikasi, Hukum, dan Administrasi.

Majalah Cahaya berperan untuk membentuk citra positif tentang perusahaan kepada seluruh karyawan. Serta dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan informasi Seluruh Karyawan PT PLN Disjaya & Tangerang. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai sejauhmana penerimaan isi rubrik siapa dia Majalah Cahaya oleh pembacanya (seluruh karyawan).

Karena majalah cahaya berisi beberapa rubrik, penulis memfokuskan penelitian pada rubrik yang diangkat menjadi berita utama dari majalah cahaya pada edisi tersebut. Judul berita utama tersebut adalah "*dua penyelam PLN Disjaya & tangerang, ikut pecahkan guiness world record*", berita utama tersebut terdapat pada rubrik "siapa dia" dalam majalah cahaya, sehingga penulis memilih rubrik ini sebagai fokus utama dalam penelitian. Dari uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Penerimaan Isi rubrik siapa dia Majalah Cahaya Edisi ke-4 Tahun 2009 oleh Karyawan PT. PLN (persero) Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menemukan rumusan masalah sebagai berikut :

“ Sejuahmana Penerimaan Isi Rubrik Siapa Dia Majalah Cahaya Edisi ke-4 Tahun 2009 Oleh Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jakarta Raya & Tangerang”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah pokok penelitian, tujuan dari penelitian yaitu, untuk mengetahui dan mengukur sejauhmana penerimaan isi rubrik siapa dia majalah cahaya pada edisi ke-4 tahun 2009 dapat sampai kepada karyawan PT. PLN (persero) Distribusi Jakarta Raya & Tangerang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi media internal. Juga memberikan pengetahuan & wawasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk Humas PT. PLN (Persero) Disjaya & Tangerang dalam mengelola media

internal, sehingga Majalah Cahaya dapat memenuhi kebutuhan informasi serta menjembatani antara pihak perusahaan dengan seluruh karyawan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun pokok-pokok hasil penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR BAGAN

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat Penelitian

1.5 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.2 Operasionalisasi Variabel / Konsep / Kategorisasi

2.3 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.2 Sumber Data

3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.5 Realibilitas dan Validitas Alat Ukur

3.6 Analisis Data

BAB IV Hasil Penelitian

4.1 Subjek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Pembahasan

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran-saran