

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Public relations* atau humas secara garis besar adalah komunikator sebuah perusahaan, organisasi atau lembaga dengan publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal. Aktivitas *public relations* adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga yang bersangkutan. Keberadaan *public relations* dalam suatu lembaga atau organisasi adalah sebuah indikasi bahwa *public relations* memiliki peran yang penting yaitu memberikan informasi secara tepat, akurat sehingga mampu diterima dan dapat dipahami oleh publik.

Menurut Nova (2011:49), fungsi *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antarlembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi. Dalam upaya mencapai citra positif dan opini publik yang menguntungkan tidak terlepas dari bentuk yang bersifat *two way communication* (komunikasi dua arah). Komunikasi yang berlangsung antara atasan dengan bawahannya atau perusahaan dengan publiknya tidak hanya terjadi secara tatap muka. Untuk itu, *public relations* dalam berkomunikasi dan membentuk citra serta opini publik memerlukan media komunikasi.

Dalam instansi pemerintah atau perusahaan media berperan sebagai mitra kerja yang mendukung kegiatan *public relations*. Media internal merupakan salah satu media bentuk kegiatan *public relations* sebagai penyampaian dan penerimaan informasi yang diterbitkan sebuah lembaga (perusahaan, instansi, organisasi) untuk kalangan internal. Dalam komunikasi internal, media yang dapat digunakan adalah *house jurnal*. Istilah *house jurnal* ini digunakan oleh Perhumas (*Public Relations Association of Indonesia*) untuk menyebutkan media internal perusahaan. Menurut Jefkins dalam Elvinaro & Soemirat (2002:23) menyebutkan bahwa ada lima bentuk utama *house jurnal* yaitu *The Sales Bulletin, The Magazine, The Newspaper, The Newsletter, The Wall Newspaper*.

Hampir setiap perusahaan atau lembaga memiliki media internal, salah satunya adalah Kementerian Perhubungan RI (Kemenuh). Dalam setiap sektor fungsional yang ada di Kementerian Perhubungan pasti mempunyai permasalahan internal, seperti kesenjangan antara masing-

masing pegawai yang mana dapat mengakibatkan komunikasi menjadi tidak efektif dan dapat mempengaruhi kualitas kerja, *miss communication* dan juga kurangnya informasi yang dibutuhkan pegawai menyangkut aktivitas lingkungan internal, program kerja, dan lainnya. Untuk itu, dengan adanya media internal diharapkan dapat menciptakan *sense of belonging* serta komunikasi antar pegawai menjadi lebih efektif. Kementerian Perhubungan mempunyai beberapa media internal dan salah satunya adalah *Newsletter Moda*. *Newsletter Moda* adalah media komunikasi dan sambung rasa yang ditujukan khusus untuk pegawai Kementerian Perhubungan. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dari pimpinan kepada bawahan yang lebih modern, sebagai media komunikasi dari pegawai untuk pegawai, mempererat tali kekeluargaan dan *sense of belonging* dari setiap pegawai yang bekerja

*Newsletter Moda* pertama kali dibuat pada tahun 2008 oleh BKIP (Biro Komunikasi dan Informasi Publik) dan hanya mempunyai empat halaman yang berisi rubrik seremonia atau kegiatan menteri perhubungan. Pada saat pertama kali dibuat, *Newsletter Moda* diterbitkan satu kali dalam dua minggu. Karena kebutuhan informasi pegawai yang semakin berkembang, *Moda* bertransformasi menjadi sebuah *newsletter* yang lebih kecil dan isi dari pembahasannya dibuat lebih ringan serta penambahan rubrik yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pegawai Kementerian Perhubungan RI

Saat ini, *Newsletter Moda* memiliki 14 rubrik yang berjumlah 24 halaman. Rubrik *Newsletter Moda* diantaranya yaitu Beranda, Sambung Rasa, Warta Karsa, Profil, Seremonia, Catatan Ahli, Kilas Perjalanan, P3K, P-Pop, Udeka, Rekomendasi, Transit, Tips, Lensawan. *Newsletter Moda* diterbitkan sebanyak enam edisi dalam setahun dan mengangkat tema yang berbedadise tiap edisinya. *Newsletter Moda* dicetak sebanyak 900 eksemplar dan didistribusikan ke beberapa UPT (Unit pelayanan Transportasi) Kementerian Perhubungan seperti darat, laut, udara, dan perkeretaapian.

Rubrik-rubrik yang ditampilkan pada *Newsletter Moda* tidak hanya berisi tentang pembahasan yang berat seperti aktivitas menteri dan para petinggi lainnya. Namun pembahasan dari *Newsletter Moda* ini juga membahas informasi menarik seperti rekomendasi tempat wisata, kesehatan, motivasi pekerjaan, tips-tips, maupun informasi tentang pegawai Kementerian Perhubungan itu sendiri. Untuk itu, penulis ingin mengetahui bidang masalah isi dari *Newsletter Moda* dan apakah informasi yang disajikan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi para pegawai Kementerian Perhubungan atau belum terpenuhi informasinya.

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan peneliti terhadap lima pegawai Kementerian Perhubungan, penulis menyimpulkan bahwa empat

pegawai suka membaca *Newsletter* Moda dan satu pegawai lainnya hanya melihat sekilas isi dari *Newsletter* Moda. Ada beberapa rubrik yang menurut mereka menarik dan sesuai dengan minat serta informasi yang dibutuhkan mereka, seperti rubrik Kilas Perjalanan, Profil, dan Udeka. Mereka mengatakan bahwa informasi yang dibutuhkan sebagian besar sudah terpenuhi, hanya saja ada beberapa hal yang perlu dievaluasi seperti ukuran *font*, jarak penulisan yang terlalu dekat, *layout*, warna, serta penambahan rubrik seperti tentang pegawai yang menginspirasi, dan mengenai millennial Kementerian Perhubungan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, dapat terlihat bahwa sebagian besar informasi yang dibutuhkan pegawai Kementerian Perhubungan sudah terpenuhi, hanya saja minat dan informasi yang dibutuhkan pegawai beradapada rubrik yang berbeda-beda. Untuk itu peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut “*Bagaimana Bidang Masalah Isi Newsletter Moda dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pegawai Kementerian Perhubungan RI Pada Isinya?*”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bidang masalah *Newsletter* Moda.
2. Untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi pegawai Kementerian Perhubungan RI.
3. Untuk mengetahui bidang masalah isi *Newsletter* Moda dan pemenuhan kebutuhan informasi pegawai Kementerian Perhubungan RI.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh penulis, maka hasil yang penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam menyelenggarakan dan menyampaikan informasi berupa tulisan berbentuk *Newsletter* Moda sebagai sumber pemenuhan kebutuhan informasi pegawai di lingkungan Kementerian Perhubungan RI.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi Kementerian

Perhubungan RI bahwa *Newsletter* Moda dapat dijadikan sebagai sumber pemenuhan kebutuhan pegawainya.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Laporan ini akan dibagi menjadi 3 BAB, yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi uraian mengenai konsep dasar yang digunakan serta kerangka pemikiran yang relevan dengan fokus penelitian yang menjadi dasar penelitian

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang dua metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengukur bidang masalah, digunakan metode analisis isi yang bersifat kuantitatif, yaitu rumusan masalah penelitian, menetapkan unit analisis, kategori dan definisi kategori, sampling, realibilitas koding, analisis data. Untuk mengukur pemenuhan kebutuhan digunakan metode survei, yaitu rumusan masalah penelitian, menetapkan unit analisis, populasi dan sampel, menyusun instrumen (teknik pengumpulan data), validitas dan reliabilitas, operasional variabel.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang hasil dari dua metode, yaitu analisis isi dan survei berdasarkan bidang masalah dan pemenuhan kebutuhan informasi pegawai Kementerian Perhubungan RI.

#### **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan pembahasan dari hasil penelitian survei berdasarkan bidang masalah dan pemenuhan kebutuhan informasi pegawai Kementerian Perhubungan RI.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari semua bab yang telah dibahas.