

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai tantangan dan perubahan yang luar biasa cepat di era globalisasi ini ditambah dengan membanjirnya arus informasi melalui berbagai alat atau media komunikasi memiliki pengaruh cukup besar terhadap masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa informasi menjadi komoditi yang sangat penting bahkan mengarah kepada kebutuhan yang harus dipenuhi.

Informasi yang lengkap dan mutakhir mengenai apa yang ada dan yang sedang terjadi terutama di dunia bisnis, harus dimiliki agar tidak terhimpit dan tertinggal jauh di tengah arus kemajuan jaman dewasa ini dan persaingan pasar. Hal ini juga membawa konsekuensi terhadap kompleksnya permasalahan yang dihadapi dalam mendapatkan informasi yang diperlukan serta kemampuan permasalahan dalam mengantisipasinya.

Bagi organisasi berskala besar seperti PT. Medco Downstream Indonesia, dalam memenuhi kebutuhan karyawan akan informasi tidaklah mudah dan untuk itu organisasi perlu menerbitkan media internal dalam rangka memenuhi kebutuhan karyawannya akan informasi. Kebutuhan akan informasi merupakan pemenuhan kebutuhan tingkat yang paling tinggi untuk pengaktualisasian diri.

Seiring dengan semakin berkembangnya bisnis PT Medco Downstream Indonesia, semakin banyak juga jumlah karyawan yang bekerja di perusahaan di bidang perminyakan tersebut, membuat organisasi perusahaan membutuhkan suatu wadah komunikasi untuk menjembatani hubungan yang berkesinambungan antara karyawan dengan Top level. Untuk mencapai hal tersebut Public Relations PT Medco Downstream Indonesia menerbitkan media internal dengan nama “ENERGIZER” sebagai media informasi dan forum komunikasi publik internal maupun eksternal. Diharapkan dengan adanya media internal ini dapat berperan serta berfungsi sebagai alat penyebar luasan informasi yang bersifat penerangan, pendidikan dan hiburan secara internal dalam perusahaan.

Di dalam “ENERGIZER” terdapat rubrik-rubrik seperti fokus utama, usaha dan profil mitra, info produk, seminar & workshop, tips dan seputar berita mengenai rencana bisnis ke depan dengan perusahaan lain serta penghargaan/ award yang di dapat oleh karyawan atas partisipasinya dalam kegiatan perusahaan.

Selain sebagai jembatan antara karyawan dengan manajemen puncak, dengan media internal ini diharapkan menjadi jembatan antar sesama karyawan. Hal ini ditujukan agar perusahaan bisa lebih dekat lagi dengan karyawan sehingga menimbulkan rasa memiliki (*sense of belonging*). Selain sebagai jembatan komunikasi, media internal dapat menjadi *tools*/ alat publikasi tersendiri bagi perusahaan dikalangan eksternal publik.

Sebagai salah satu perusahaan PMDN eksplorasi minyak dan gas bumi yang *GCG* (*good corporate governance*) dan dengan semakin berkembangnya bisnis,

perusahaan merasa perlu melakukan berbagai bentuk komunikasi khususnya antara karyawan dengan atasan (komunikasi internal) yaitu melalui media internal yang dinamakan **“ENERGIZER”**. Hal ini tentunya diharapkan dapat membawa dampak / pengaruh positif, baik itu sikap, pengetahuan, cara berpikir maupun cara bekerja yaitu secara afektif, kognitif maupun konatif. Upaya tersebut dilakukan dengan menampilkan media internal berupa buletin, dengan nama **“ENERGIZER”** yang dikirimkan melalui email ke masing-masing karyawan dan juga disediakan di magazine box untuk karyawan yang setiap harinya tidak menggunakan komputer supaya informasi dapat dilakukan secara merata dengan masa terbit empat bulan sekali dalam setahun.

Energizer merupakan suatu media internal yang ditujukan untuk publik internal berisikan tentang beberapa informasi permasalahan, yang sifatnya Top Down maupun Bottom Up, tujuannya untuk menciptakan kondisi yang well-informed dan membina loyalitas antara karyawan dengan perusahaan.

Terbitan media internal dapat berupa dalam bentuk news letter, buletin, majalah atau tabloid. Dan pengelolaannya ditangani oleh Departemen Promosi, Advertising dan Informasi tetapi dalam hal ini di tangani oleh Departemen KM (Knowlegde Management). Ragam sajiannya dapat berupa foto, pengumuman, artikel berita (spot maupun features) tentang perusahaan, fokus utama, usaha dan profil mitra, info produk, seminar & workshop, kegiatan perusahaan sampai dengan hiburan.

Penelitian ini berupaya untuk menelaah secara dekat dilapangan mengenai tanggapan karyawan terhadap semua isi media internal tersebut. Fokus penelitian mengenai tingkat perhatian dan tingkat pengetahuan karyawan pada media internal “ENERGIZER” di PT Medco Downstream Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut “Sejauh mana tingkat perhatian dan tingkat pengetahuan karyawan PT. Medco Downstream Indonesia terhadap isi “ENERGIZER”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya perhatian karyawan PT. Medco Downstream Indonesia terhadap isi buletin “ENERGIZER” edisi bulan Januari – April 2011
2. Mengetahui pengetahuan karyawan PT. Medco Downstream Indonesia terhadap isi buletin “ENERGIZER” edisi bulan Januari – April 2011
3. Mengetahui adanya hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan karyawan PT. Medco Downstream Indonesia terhadap isi buletin “ENERGIZER” edisi bulan Januari – April 2011

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi data yang empiris dan teoritis kepada mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya bidang hubungan masyarakat mengenai peranan media internal (dalam hal ini buletin) sebagai media informasi di dalam organisasi / perusahaan.

2. Kegunaan Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan buletin memberikan input / masukan kepada perusahaan dalam rangka meningkatkan tingkat perhatian dan pengetahuan sehingga dapat menumbuhkan pemahaman terhadap perusahaan serta dapat juga menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pembuatan buletin “ENERGIZER” selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, fokus perhatiannya tertuju kepada media internal bernama “ENERGIZER” sebagai alat komunikasi untuk mendapatkan pemahaman, kepercayaan serta citra baik. Media internal ENERGIZER timbul dari ide sekelompok karyawan yang menginginkan adanya suatu alat / *tools* komunikasi yang dapat menjadi jembatan antara karyawan dengan pimpinan. Media internal diterbitkan untuk keperluan publik di dalam organisasi terutama para karyawan yang

sehari-harinya bekerja dalam lingkungan organisasi. ENERGIZER dimaksudkan untuk menyebarkan pesan yang didalamnya berkaitan dengan perusahaan, berita perusahaan, usaha kemitraan, training/ pelatihan, profil dan kegiatan karyawan.

1.6. Sistematika Penulisan

Penyusunan penulisan ini dibagi atas lima bab, yang masing-masing bab dibagi-bagi atas sub bab. Secara garis besar sistematika penulisan dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka pemikiran, dan Sistematika Penulisan

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai studi literatur dari beberapa pakar komunikasi mencakup definisi, aspek, tujuan dan kegunaan serta hal lainnya yang berhubungan dengan komunikasi

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang dilakukan serta tehnik-tehnik dalam pengumpulan data serta uji dari validitas data yang di dapat

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang perusahaan yang di teliti serta permasalahannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari laporan skripsi. Pada bagian ini penulis mencoba menarik kesimpulan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penulisan skripsi.