

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya sebuah organisasi atau perusahaan sebagian besar ditentukan oleh keberhasilan organisasi atau perusahaan tersebut dalam melakukan komunikasi. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh masing-masing organisasi atau perusahaan dalam melakukan komunikasi, baik komunikasi internal ataupun komunikasi eksternal melalui surat, majalah, telepon, dan lainnya. Hal itu semua pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan publik intern ataupun publik ekstern.

Menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur arus informasi, publikasi, serta pesan dari organisasi kepada publiknya, atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif dari kedua belah pihak merupakan salah satu fungsi humas. (Cutlip 2007 ; 4)

Dengan kata lain, Humas berperan sebagai penghubung atau jembatan komunikasi antara organisasi dengan publik, baik itu dengan publik internal maupun publik eksternal. Karena pada hakekatnya fungsi Humas yaitu, menciptakan hubungan baik dengan segenap publik organisasi atau perusahaan dalam hal menumbuhkan saling pengertian demi tercapainya tujuan bersama didalam perusahaan.

Untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut, Humas tidak hanya digunakan untuk membina hubungan dengan pihak luar (publik eksternal). Namun, penting pula bahwa humas berfungsi sebagai penghubung atau sebagai jembatan komunikasi perusahaan untuk memberikan informasi kedalam (publik internal), antara pimpinan (manajemen perusahaan) kepada karyawan. Dengan keberadaan humas sebagai jembatan komunikasi, setidaknya akan membuat hubungan antara perusahaan dengan karyawan berjalan dengan baik.

Komunikasi yang berlangsung antara pimpinan atau manajemen dengan karyawannya, atau perusahaan dengan publiknya tidak hanya terjadi secara langsung dengan bertatap muka saja. Agar lebih efisien dalam penyampaian informasi, sebuah perusahaan atau organisasi membutuhkan suatu media komunikasi yang menyediakan informasi lengkap yang dibutuhkan untuk diketahui oleh publiknya. Publik disini adalah semua pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan, baik dari internal dan juga eksternal perusahaan.

Salah satu media komunikasi yang diterbitkan untuk kalangan sendiri oleh humas adalah *house jurnal* atau media internal. *House journal* yaitu media yang memuat banyak informasi atau penyampai informasi yang berguna bagi karyawan, agar mereka dapat mengetahui kondisi yang ada di dalam perusahaan. PT Angkasa Pura II menerbitkan Majalah Bandara sebagai media internal yang berfungsi sebagai media informasi atau sarana informasi yang ditujukan kepada seluruh publik sasaran, baik itu publik internal (pimpinan, karyawan dan staff perusahaan) dan juga publik eksternal (pemerintah).

PT Angkasa Pura II (Persero) tidak hanya menerbitkan Majalah Bandara sebagai media informasi di perusahaan, tetapi ada juga media atau sumber informasi lain yang diterbitkan oleh PT Angkasa Pura II antara lain, Buletin Baling-baling, Majalah Dinding (mading) Perusahaan, dan media berbentuk *Website*, yaitu Web Portal.

Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi penelitian pada media internal Majalah Bandara saja. Karena Majalah Bandara merupakan media yang menyajikan informasi yang tahan lama atau awet dari segi isi beritanya, banyak terdapat artikel dan gambar (foto) sehingga lebih menarik untuk dibaca serta memiliki *cover* dan kertas yang lebih *exclusive* dibanding media lain. Selain itu, Majalah Bandara hanya diperuntukan untuk internal perusahaan saja.

Kekurangan yang ada didalam Majalah Bandara, yaitu isi beritanya lebih identik pada kebijakan-kebijakan perusahaan dan banyak memuat pihak-pihak manajemen (pimpinan) dibandingkan pihak karyawan, sehingga tidak adanya ruang untuk karyawan dalam menyampaikan pendapatnya mengenai perusahaan. Selain itu, penerbitan Majalah Bandara tidak rutin sesuai dengan yang telah ditetapkan yaitu dua bulan sekali. Karena kurangnya sumber daya manusia yang membuat Majalah Bandara hanya terbit tiga bulan sekali.

Dalam buletin Baling-baling memiliki format yang berbeda dengan Majalah Bandara. Buletin Baling-baling lebih mengarah pada berita yang sifatnya *up to date*, seperti halnya koran pada umumnya. Karena buletin Baling-baling terbit setiap satu bulan sekali. Dilihat dari segi kualitas kertasnya, Majalah Bandara masih lebih unggul dari buletin Baling-baling, karena format yang

disajikan oleh Baling-baling sama persis dengan koran. Walaupun warna dalam tulisan di Baling-baling tidak hitam-putih, tetapi untuk kualitas kertas jauh lebih baik Majalah Bandara. Disisi lain, buletin Baling-baling selalu menyajikan informasi baru (*up to date*). Berita yang dirangkum berisi informasi yang berkaitan seputar kebandarudaraan dan sekilas mengenai intern Angkasa Pura II.

Media lain yang menjadi penyampai informasi di PT Angkasa Pura II yaitu Mading atau majalah dinding. Mading biasanya memuat informasi yang sifatnya sementara dan tidak lama. Tetapi dalam mading ini dapat menyampaikan informasi dengan cepat dibanding media internal lain, karena berita yang dimuat sifatnya hanya sekedar pengumuman sementara atau segera, serta sewaktu-waktu dapat diganti atau diperbaharui dengan informasi yang lain. Sedangkan media internal lain seperti Majalah sifatnya tahan lama dan biasa disimpan untuk bahan referensi dimasa mendatang.

Dari semua media yang dijelaskan diatas, Web Portal termasuk media elektronik yang memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai penyampai informasi. Informasi yang disampaikan melalui media ini sifatnya relatif cepat dan praktis dibanding media-media lain. Karena hanya dengan mengirim satu kali, informasi yang akan disampaikan sudah bisa diterima oleh karyawan dengan cepat dan dimanapun keberadaannya. Tetapi dalam media ini, belum tentu informasi sampai dengan cepat ketujuan. Hal ini karena tergantung dari individunya dalam menerima pesan atau membuka pesan tersebut.

Dari beberapa media informasi yang ada di PT Angkasa Pura II tersebut, penulis memfokuskan penelitian pada Majalah Bandara. Karena Majalah Bandara

merupakan media yang tahan lama dan bisa disimpan untuk referensi ataupun evaluasi. Selain itu, majalah ini juga khusus diperuntukan oleh internal perusahaan saja, yang sesuai dengan objek penelitian penulis, yaitu karyawan Kantor Pusat PT Angkasa Pura II (Persero).

Dilihat dari definsinya, majalah merupakan sebuah buku yang berisikan tulisan berbentuk *feature*, artikel dan gambar, foto, diterbitkan setiap bulan atau triwulan. (Soemirat & Ardianto 2005 ; 23)

Dengan kata lain, majalah memiliki format seperti buku yang berisikan tulisan dan ilustrasi, gambar ataupun foto yang bersifat informatif dan edukatif. Majalah seringkali digunakan oleh organisasi atau perusahaan sebagai alat komunikasi media internal. Meskipun saat ini teknologi telah membuat orang bisa mendapatkan informasi secara cepat dan efisien dalam jarak jauh, tetapi masih banyak yang mempertahankan majalah sebagai alat penyampaian informasi/pesan.

Pada kenyataannya, masih banyak yang belum menerima atau menggunakan majalah sebagai media informasi mereka. Untuk kasus seperti ini, kita tidak bisa menyalahkan manusia atau individunya dalam penggunaan majalah, apakah majalah sudah menjadi sumber atau media informasi bagi mereka atau tidak.

Barangkali dalam hal ini tidak ada keinginan dari pihak-pihak yang menggunakan majalah, untuk memuaskan kebutuhan informasi mereka atau hanya sekedar bahan hiburan semata. Artinya, majalah sebenarnya bukan hanya sekedar media sebagai pemuas kebutuhan informasi saja, tetapi lebih jauhnya majalah bisa juga berfungsi sebagai pengisi waktu luang dan sebagai sarana hiburan.

Dengan cara modifikasi majalah agar lebih menarik, baik dari segi kualitas isi berita dalam majalah ataupun dari segi *cover*, diharapkan mampu menarik minat dan antusias dari para pembaca yang akan menjadi aspirasi bagi pembacanya. Dari segi sosial, majalah merupakan bentuk penyaluran manusia sebagai makhluk sosial yang ingin memenuhi kebutuhannya terhadap informasi. Majalah tidak hanya menjadi media penyalur informasi saja, tetapi juga menjadi media bagi semua pihak yang ingin berdemokrasi atau menyalurkan pendapatnya dalam perusahaan. Dengan demikian, hal yang perlu dimasalahkan bukanlah penting tidaknya majalah didalam perusahaan itu, tetapi efektif tidaknya penggunaan majalah sebagai media informasi ataupun pemuas kebutuhan informasi pembacanya.

Efektif berarti mengandung efek, ada pengaruh atau akibatnya, berhasil guna. Sedangkan efektifitas yaitu ukuran hasil tugas atau pencapaian tujuan (KLBI).

Dapat disimpulkan bahwa, efektif atau efektifitas dalam penggunaan majalah dapat diukur karena adanya akibat atau pengaruh yang dirasakan setelah menggunakan majalah. Efektifitas dapat diukur dari 2 (dua) konsep efek, yaitu efek kehadiran media massa secara fisik dan efek pesan media massa. Efek media massa secara fisik terdiri atas efek secara ekonomis, efek sosial, efek penjadwalan kegiatan, dan efek penyaluran perasaan tertentu. Sedangkan efek pada pesan media massa meliputi aspek kognitif, afektif dan behavioral.

Penerbitan media internal merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Humas PT. Angkasa Pura II (Persero) dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan perusahaan, aktivitas perusahaan, serta harapan-harapan perusahaan terhadap karyawan. Sedangkan disisi lain, media internal juga dapat menjadi sarana dalam menampung aspirasi seluruh karyawan terhadap perusahaan.

Penerbitan Majalah Bandara bertujuan untuk mempublikasikan informasi seputar Angkasa Pura, sebagai media informasi kebijakan, media informasi hiburan, program dan kegiatan seputar Angkasa Pura II dan sebagai sarana umpan balik (*feed back*). Maka, perlu dilakukan penelitian mengenai penggunaan Majalah Bandara sebagai media informasi bagi pembacanya (seluruh karyawan). Sejauhmana Majalah Bandara digunakan sebagai media informasi oleh karyawan, apakah Majalah Bandara sering atau selalu digunakan oleh karyawan dalam menerima informasi, sehingga dapat berfungsi sebagai media informasi dari perusahaan kepada seluruh karyawannya.

Dengan Oplah 3000 eksemplar setiap terbit, Majalah Bandara diterbitkan setiap tiga bulan sekali yang didistribusikan antara lain kepada seluruh unit dilingkungan Kantor Pusat PT Angkasa Pura II Jakarta, Departemen Perhubungan, Departemen Komunikasi dan Informasi, Pihak Airline, Pemda Tangerang, dan PT Gapura. Publikasi ini dimaksudkan untuk memberikan informasi yang mendalam tentang program, sosialisasi kebijakan, aktivitas dan kegiatan PT Angkasa Pura II (Persero).

Pembaca Majalah Bandara yang menjadi objek penelitian adalah karyawan Kantor Pusat PT Angkasa Pura II (Persero) Gedung 600 Bandara Soekarno – Hatta, yang memiliki 21 unit kerja.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Efektivitas Penggunaan Majalah Bandara edisi VI/2009 sebagai Media Informasi karyawan PT. Angkasa Pura II (Persero)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya, yaitu :

"Sejauhmana efektivitas penggunaan Majalah Bandara edisi VI/2009 sebagai media informasi karyawan PT. Angkasa Pura II (Persero)?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan jawaban atas masalah, yaitu :

"Untuk mengetahui lebih detail dan untuk mengukur Efektivitas Penggunaan Majalah Bandara edisi VI/2009 Sebagai Media Informasi Karyawan PT. Angkasa Pura II (Persero)."

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini terdiri dari dua, yaitu :

1.1.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran khususnya bagi perkembangan ilmu hubungan masyarakat (Humas), dan ilmu komunikasi.

1.1.2 Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti-peneliti lain dalam suatu penelitian. Selain itu dapat pula berguna sebagai bahan masukan, khususnya bagi Humas PT Angkasa Pura II (Persero) tentang efektivitas penggunaan Majalah Bandara sebagai media informasi bagi karyawan. Pentingnya hal ini, diharapkan agar dapat menjadi sebuah motivasi dan pemacu terbitnya media internal yang baik bagi perusahaan dari segi kualitas dan kuantitas.

1.5 Sistematika Penulisan

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 Penulisan

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 Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur

BAB IV HASIL PENELITIAN

- 4.1 Subjek Penelitian
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan

BAB V KESIMPULAN

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran