

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di Era globalisasi ini, komunikasi menjadi sangat penting karena melalui komunikasi manusia mendapatkan informasi. Kegiatan komunikasi dilakukan antar pribadi, kelompok, dan juga organisasi atau perusahaan. Sebagai perusahaan besar dengan jumlah karyawan ± 2943 orang yang tersebar mulai dari kantor pusat hingga cabang-cabangnya, PT. Bank Muamalat harus sangat memperhatikan kegiatan komunikasi dengan publiknya sehingga, segala informasi perusahaan didapatkan secara merata.

Adapun untuk menjalankan kegiatan komunikasi tersebut maka publik relations dibutuhkan. Sesuai dengan tugas dan fungsinya menurut Nova (2011:53) dari sekian banyak tugas yang diemban oleh seorang public relations, tujuan yang ingin dicapai dalam bidang public relations, yaitu komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal.

Dalam suatu perusahaan, karyawan merupakan komponen penting dalam keberlangsungan perusahaan tersebut. Maka hubungan baik antara perusahaan dengan

karyawan menjadi sangat penting untuk dijaga. Bagi PT. Bank Muamalat yang memiliki karyawan berjumlah ribuan sangat tidak memungkinkan untuk menyebarkan informasi mengenai perusahaan hanya melalui *mouth to mouth* saja. Maka perlu adanya media yang menjadi alat atau *tools* komunikasi untuk karyawan. Dalam upaya untuk menjaga hubungan tersebut maka PT. Bank Muamalat menyediakan media berupa majalah internal perusahaan sebagai sarana komunikasi internal.

Menurut Effendy (2009:155) majalah organisasi (*house magazine, house organ, company publication*) merupakan sarana yang penting dalam kegiatan public relations dalam rangka memelihara dan membina hubungan yang harmonis antara pimpinan organisasi dengan public internal maupun dengan public eksternal.

Maka untuk keperluan penyebaran informasi internal telah diterbitkan majalah yang diberi nama “Muamalat Magazine”. Majalah ini berfungsi sebagai alat untuk mengkomunikasikan informasi yang berkaitan dengan Perseroan dan edukasi perbankan syariah, produk dan layanan, serta kebijakan Bank Muamalat kepada publiknya.

Penggunaan majalah internal sebagai media komunikasi antar perusahaan dan karyawan dilatar belakangi, manfaat media majalah yang memiliki kelebihan dari sekian banyak kelebihan penulis mengambil 3 kelebihan menurut Santoso (2011:211) yang memiliki keterkaitan dengan penelitian antara lain :

- Masa edar panjang dan dapat dikoleksi pembaca
- Banyak pembaca ganda
- Analisis mendalam, isinya spesifik.

Sebagai sarana komunikasi yang sarat informasi Muamalat *Magazine* akan berguna jika bukan hanya diterbitkan saja tapi juga informasi di dalamnya sampai kepada khalayak dengan dibaca. Karena tidak ada gunanya majalah tersebut diterbitkan jika tidak ada orang yang membaca. Adapun kecenderungan pembaca dalam membeli atau mengonsumsi suatu majalah melalui 4 tahapan yaitu: melihat, memilih, membaca dan membeli.

Maka untuk menarik minat karyawan untuk membaca majalah tersebut, hal yang harus diperhatikan sesuai tahap di atas yaitu dengan teknik penyajian yang menarik. Karena hal pertama yang dilihat dari sebuah majalah yaitu tentu sampulnya apakah menarik atau tidak. Maka penyajian sampul menjadi hal yang sangat penting sebelum kemudian memutuskan untuk membaca isinya. Maka selain daya tarik sampul daya tarik isi majalah menjadi hal kedua yang harus diperhatikan dalam pembuatan majalah internal.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis mengangkat hal tersebut sebagai bahan penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan daya tarik sampul/*cover* dan isi majalah internal “Muamalat Magazine” dengan minat membaca “Muamalat *Magazine*” karyawan PT. Bank Muamalat. Metode yang digunakan

penulis dalam penelitian ini yaitu metode penelitian survey korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Jakarta Barat.

I.2 Masalah Penelitian

Dilatar belakang terlihat sebagai sarana komunikasi yang sarat informasi *Muamalat Magazine* akan berguna jika bukan hanya diterbitkan saja tapi juga informasi di dalamnya sampai kepada khalayak dengan dibaca. Oleh karena itu untuk menarik minat membaca karyawan diperlukan penyajian yang berbeda, Maka untuk menarik minat karyawan untuk membaca majalah tersebut, hal yang penting untuk diperhatikan yaitu melalui daya tarik sampul/ *cover* dan isi majalah. Karena hal pertama yang dilihat dari sebuah majalah yaitu tentu sampulnya apakah menarik atau tidak sebelum kemudian didukung daya tarik isi maka pembaca memutuskan untuk membaca majalah tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut dibutuhkan penelitian lebih intens dengan masalah penelitian: Bagaimana hubungan daya tarik sampul dan isi majalah internal “*Muamalat Magazine*” dengan minat membaca “*Muamalat Magazine*” karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Jakarta Barat?

I.3 Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui daya tarik sampul depan majalah Internal “Muamalat *Magazine*” dimata karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui daya tarik isi “Muamalat *Magazine*” dimata karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui minat membaca “Muamalat *Magazine*” pada karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui hubungan daya Tarik sampul depan majalah internal ” Muamalat *Magazine*” dengan Minat Membaca “Muamalat *Magazine*” pada Karyawan PT. Bank Muamalat.

I.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan agar penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kegiatan public relations sesuai dengan konsentrasi penulis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Bank Muamalat khususnya dalam membuat dan memproduksi majalah internal sehingga menjadi media yang lebih efektif dalam menyampain informasi bagi khalayak internalnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini terdiri atas lima bab dan masing-masing terbagi menjadi beberapa sub bab. Adapun susunannya sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kerangka teori, operasionalisasi variabel dan kerangka pemikiran.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, bahan penelitian & unit analisa, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas, dan Analisis Data.

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan Subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V PENUTUP

Bab penutup ini berisi Kesimpulan dan Saran.