

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1 Latar Belakang Masalah

*Public Relations* adalah sebuah ilmu yang cabang keilmuannya berasal dari ilmu komunikasi. Dimana hubungan antara satu individu suatu kelompok atau kumpulan-kumpulan orang yang berkomunikasi mempunyai tujuan khusus untuk mensejahterakan perusahaan atau instansi-instansi tertentu. Dalam dunia era globalisasi sekarang ini seorang *public relations* dibutuhkan oleh sebuah perusahaan-perusahaan yang tersedia dari perusahaan yang baru berkembang sampai perusahaan terkenal di seluruh dunia.

Karena pentingnya *public relations* untuk perusahaan adalah menjaga sebuah citra yang baik di dalam perusahaan dan menjaga *image* baik dalam perusahaan itu sendiri. *Public relations* semakin di anggap elemen penting, khususnya dalam usaha menarik perhatian simpatisan ataupun sebagai pelengkap dunia perusahaan yang juga semakin maju pesat.

Saat ini, perusahaan tidak hanya berkomunikasi melalui media tradisional. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang sangat mempengaruhi efektivitas seorang *public relations*. Kegiatan *public relations* adalah kegiatan yang

ditunjukkan untuk publik nya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan *public relations* di bagi menjadi dua yaitu publik internal dan publik eksternal.

Salah satu fungsi dari *public relations* adalah membina hubungan baik dengan publik internal. Menurut Afdhal dalam bukunya *Tips & Trik Public Relations* (2004; 157) Berkomunikasi baik internal maupun eksternal perusahaan sama pentingnya. Secara sepintas berkomunikasi merupakan tugas yang mudah, tetapi dalam kenyataan tidak demikian. Untuk mencapai sasaran dengan tepat, sebelum berkomunikasi harus disusun rencana dengan baik. Perencanaan tersebut makin teras pentingnya jika memperhatikan perubahan di pasar yang terkait dengan kekuatan konsumen. Pendekatan terbaru dalam perencanaan komunikasi dikenal sebagai 5R. Dalam hal ini, 5R (*responsiveness, relevance, receptivity, recognition, dan relationships*).

Dalam komunikasi internal dari *public relations* salah satu yang menjadi penghubung untuk berita, informasi, artikel ada di dalam majalah internal perusahaan. Karena tersebar luasnya karyawan dalam suatu perusahaan membuat karyawan tidak saling mengenal antar cabang, atau hanya mengenal sebageian dimana hanya karyawan tertentu yang memang memiliki kepentingan antar masing-masing karyawan tersebut.

Pada penelitian skripsi ini penulis mengadakan penelitian di Bank DBS (*Development Bank of Singapore*) divisi *public relations*. Bank DBS memiliki 35

cabang yang tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Dan 20 cabang searea Jabodetabek, yang nanti nya akan menjadi batasan wilayah penelitian penulis.

Dari banyaknya cabang Bank DBS yang ada di Indonesia membuat suatu pekerjaan bagi *public relations* Bank DBS untuk menerbitkan Majalah internal guna sarana komunikasi dan informasi yang baik dan bermanfaat bagi seluruh karyawan Bank DBS. Majalah internal dalam perusahaan memiliki peran sebagai sebuah media komunikasi dan informasi. Majalah internal ini merupakan sebuah alat untuk menjembatani komunikasi antar karyawan yang didalam nya berisi informasi seputar karyawan dan perusahaan itu sendiri.

Faktor relevansi berurusan dengan sejauh mana relevansi suatu program komunikasi. Ini menjadi isu utama ketika karyawan diharapkan atau didorong untuk mengakses komunikasi. Komunikasi akan makin relevan bagi khalayak yang menjadi sasaran, sehingga mereka cenderung untuk mengaksesnya (Afdhal, 2004; 158). Dalam hal ini yang menjadi minat penulis adalah kepada karyawan yang membaca majalah internal yang di terbitkan oleh divisi *public relations*.

Majalah internal Bank DBS ini diterbitkan di kantor pusat, yang lokasinya berada di *DBS Tower*, Jakarta. Dengan diterbitkannya majalah ini membuat seluruh karyawan dapat mengetahui perkembangan informasi tentang perusahaan dan karyawan didalamnya. Majalah internal terbit satu bulan sekali setiap awal bulan, dalam bentuk *link* dari *e-mail* internal *all staff* Bank DBS sehingga semua karyawan dapat membacanya. Karena jaman era yang *modern* dan hemat biaya

produksi sehingga semua majalah yang sudah di buat dalam bentuk format pdf yang dikirimkan lewat *e-mail* dan ada dalam *website* internal bagi seluruh karyawan Bank DBS. Majalah ini berisikan tentang karyawan terbaik dari berbagai divisi dan jabatan, informasi dan biografi karyawan berprestasi, artikel-artikel yang berisi motivasi, *event-event internal* untuk karyawan yang berlangsung dalam bulan itu.

Ketertarikan akan sesuatu hal dilandasi pada asumsi bahwa setiap individu mempunyai motif dalam memenuhi kebutuhan informasi yang ingin di dapatkannya. Motif antar satu individu dengan individu lainnya dalam memenuhi kebutuhan akan informasi tidaklah sama, sehingga aktifitas penggunaan media dan tujuan akhir diperoleh tidak semuanya sama. Setiap individu dalam menggunakan media berusaha untuk membedakan antara penggunaan sosial dan fungsi atau keuntungan dan kerugian yang didapat setelah menggunakan media. Seperti halnya dalam membaca majalah internal perusahaan, setiap karyawan Bank DBS memiliki motif untuk membaca dan tidak membaca majalah tersebut. Apakah dengan adanya jenis konten akan mempengaruhi motif membaca karyawan untuk membaca majalah internal tersebut.

Gambaran teori media ini berkaitan dengan khalayak aktif dan penuh perhatian ketika isi media menyampaikan sejumlah fungsi yang mereka percayai untuk sebuah nilai tambah atau sesuatu yang berharga. Pendekatan *uses and gratification* ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap diri orang lain, namun tertarik pada apa yang dilakukan individu terhadap media itu sendiri.

Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul teori kepuasan dan kegunaan (*uses and gratification theory*). menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian untuk *Public Relations* Kuantitatif dan Kualitatif (2011; 130)

Kebutuhan merupakan awal dari adanya motif individu untuk melakukan sebuah konsumsi sebuah media, pada penelitian ini khusus kepada media internal atau majalah internal. Setiap individu memiliki kebutuhan berbeda yang juga menimbulkan motif berbeda pula. Sehingga khalayak bersifat aktif untuk melakukan motif membaca mereka dalam memenuhi kebutuhan akan konsumsi media internal khususnya.

Konsep dari *uses and gratification theory* ini adalah mengenai bagaimana individu dalam memenuhi kebutuhan dalam menggunakan media. Individu dianggap aktif dalam memenuhi kebutuhannya terhadap media sehingga tidak melihat apa yang dilakukan individu terhadap orang lain. Dalam penelitian ini motif membaca karyawan yang akan menjadi fokus penggunaan teori ini.

Dalam penelitian ini penulis memilih Bank DBS sebagai tempat untuk melakukan penelitian dalam divisi *Public Relations* di Bank DBS. Penelitian ini penulis memiliki tujuan untuk melihat hubungan antara sikap karyawan terhadap motif membaca majalah internal Bank DBS Area jabodetabek. Kegiatan penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara variabel x (Sikap Karyawan dalam Membaca Majalah Internal) dengan variabel y (Motif Membaca). Oleh karena itu,

penulis mengambil sebuah judul untuk penelitian skripsi ini, yaitu: Hubungan Antara Sikap Karyawan Terhadap Motif Membaca Majalah Internal Bank DBS Area Jabodetabek.

Variabel akan diteliti melalui metode penelitian: survei. Karena variabel (x) sikap karyawan dengan variabel (y) motif membaca berasal dari konsep komunikasi, maka metode penelitian yang relevan adalah survei.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, rumusan masalah penulis adalah :

Bagaimana Hubungan Antara Sikap Karyawan Terhadap Motif Membaca Majalah Internal Periode Januari - April 2015 di Bank DBS Area Jabodetabek?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

- Untuk mengukur sikap karyawan dalam membaca Majalah Internal Bank DBS
- Untuk melihat tingkat dari motif membaca Karyawan Bank DBS

- Untuk menganalisis/melihat keterkaitan hubungan antara sikap karyawan terhadap motif membaca majalah internal Bank DBS Area Jabodetabek

## **I.4 Kegunaan Penelitian**

### **I.4.1 Secara Teoritis**

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, kegunaannya secara teoritis adalah dapat memperkaya ilmu pengetahuan secara teoritis melalui buku-buku yang ditulis dari para ahli di bidang *public relations*. Dan dapat membandingkan secara teori dengan hal yang terjadi di lapangan mengenai tugas pekerjaan *public relations* tentang komunikasi dan teori yang berkaitan dengan sikap karyawan dalam membaca majalah internal perusahaan dengan motif membaca karyawannya.

### **I.4.2 Secara Praktik**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi tim redaksi majalah internal *public relations* untuk dapat mempertahankan nilai positif yang terkandung dalam majalah tersebut serta memperbaiki kekurangan yang dimiliki. Dan diharapkan berguna sebagai masukan bagi perusahaan lain dalam membuat

majalah internal perusahaan tersebut. Serta akan menjadi pengetahuan yang baik bagi penulis demi pengembangan profesi yang akan datang.

## **I.5 Sistematika Penulisan**

Dalam pembahasan karya ilmiah ini, telah disusun secara teratur dengan tujuan mempermudah pembacanya. Sebagai gambaran pembahasan dan penyusunan karya ilmiah ini dibagi menjadi lima bab, dimana masing-masing bab akan membahas hal-hal sebagai berikut;

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini memaparkan tentang bagaimana latar belakang penelitian, ruang lingkup dari penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab II ini akan menjelaskan tentang uraian teori-teori yang akan penulis gunakan sebagai acuan dan pendukung dalam melakukan penelitian ini. Terdiri dari teori *public relations*, *media public relations*, *uses and gratification theory* dan teori-teori relevan lainnya yang berguna dan menjadi pedoman dalam penelitian ini.



**BAB III : Metodologi Penelitian**

Didalam bab III ini penulis menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan karya ilmiah ini. Berisikan jenis penelitian, disain penelitian, bahan penelitian, populasi dan sampel, metode teknik pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Bab ini penulis akan membahas data dari hasil penelitian yang didapat dan dikumpulkan oleh penulis. Pembahasan yang akan dibuat penulis diharapkan dapat menjadi jawaban dari penelitian yang telah dilakukan penulis.

**BAB V : Penutup**

Dalam bab V ini merupakan bab penutup yang akan memaparkan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah penulis selesaikan. Serta saran dan kritik yang membangun semoga dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan dan bagi semua pembaca yang membaca karya ilmiah penulis dalam dunia akademis.