

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Media internal merupakan suatu sarana penyampaian dan penerimaan informasi yang semata-mata bersifat internal. Suatu media internal harus dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh seluruh karyawan serta mampu memenuhi kebutuhan karyawan akan informasi, sehingga dapat menjadi perantara internal yang baik untuk membina hubungan yang harmonis dan memotivasi kinerja karyawan, dengan adanya media internal tentunya karyawan akan mengetahui perkembangan dan berita tentang kemajuan perusahaan. Sisi lain dengan adanya media internal dalam sebuah perusahaan diharapkan agar karyawan mempunyai wawasan dan pengetahuan.

Dikutip dari jurnal A. Fauziah Astrid (Jurnal Eksistensi Media Internal Sebagai Alat Kehumasan Studi Kasus Majalah Empati Psmptoddopuli Makassar, Vol. 03, No. 1, Mei (2017); Halaman 136-150) menyebutkan media internal menjadi salah satu sarana komunikasi, yang dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi dari suatu organisasi atau perusahaan kepada karyawannya. Cara ini dilakukan dalam bentuk menjalin komunikasi dengan sesama karyawan dan pimpinan perusahaan selain untuk menjalin komunikasi media internal diperlukan untuk mengetahui transmisi budaya, penjelasan terkait lembaga yang dibantunya, dan memberikan informasi secara khusus terkait program kerja yang telah atau tengah dilaksanakan oleh perusahaan.

Ardianto (2004 : 21) menyebutkan bahwa Media internal adalah suatu berita mengenai kegiatan suatu perusahaan dan biasanya diberitakan untuk khalayak internal tertentu yang diterbitkan secara teratur, dan media internal juga adalah salah satu bentuk komunikasi *Public Relations* yang diterbitkan khusus untuk kalangan terbatas atau tertentu. Media internal menjadikan alat komunikasi yang penting bagi perusahaan agar menjadi pengetahuan bagi seluruh karyawan, selain itu media internal membantu perusahaan untuk memberikan informasi kepada seluruh khalayak internal tentang informasi penting yang harus diketahui bagi khalayak internal agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam lingkungan kerja.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari majalah Dwibulanan Jasindo *eMagz* edisi 10 2016 dari Wahyu Fahrurrozi divisi Klaim (subsidi klaim oil & gas ) menyatakan :

Perubahan budaya adalah hal yang baik, selama perubahan itu bisa dilaksanakan oleh semua karyawan dan manajemen dengan tujuan yang jelas demi kesejahteraan bersama. Tantangan terbesar adalah mentransfer nilai-nilai budaya perusahaan yang sudah dikonsepsi agar pesannya sampai pada seluruh karyawan jasindo di seluruh sudut nusantara. Mengingat setiap cabang jasindo di indonesia mempunyai target pasar yang berbeda-beda, diharapkan sosialisasi budaya perusahaan ini bisa berjalan dengan baik dan merata.

Berdasarkan data pra penelitian diatas peneliti tertarik meneliti penelitian ini, salah satu indikator yang peneliti dapatkan dari Bapak Sutomo selaku karyawan jasindo menyatakan bahwa dengan adanya media internal Jasindo *eMagz* menjadikan salah satu fasilitas dalam waktu senggang untuk mengetahui informasi yang berhubungan dengan lingkungan perusahaan dan informasi bagi setiap karyawan.

Media internal dibuat oleh *Public Relations* untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan perusahaan, dokumentasi acara, dan informasi penting lainnya karena semua karyawan berhak untuk menerima informasi apapun tentang perusahaan. Kondisi diatas juga berlaku untuk perusahaan-perusahaan besar salah satunya adalah PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero). PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero) atau dikenal dengan Jasindo memiliki media internal yaitu Jasindo *eMagz*, media internal jasindo *eMagz* masih efektif di perusahaan ini guna untuk memberikan informasi apa saja berita yang berkembang di perusahaan.

Jasindo *eMagz* memberikan informasi bagi seluruh karyawan jasindo dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan guna untuk tercapainya tujuan dalam pencapaian target perusahaan. Informasi-informasi yang di sampaikan melalui Jasindo *eMagz* tidak hanya seputar kegiatan pelaksanaan apa saja yang sudah di lakukan oleh perusahaan tetapi informasi yang menjadikan motivasi bagi karyawan mengenai reward karyawan yang melaksanan pekerjaan dengan hasil memuaskan bagi perusahaan atau mengenai kenaikan jabatan di dalam perusahaan. Jasindo *eMagz* dengan rubrikasi diantaranya ada introkita, fokuskita, antarkita, aktualkita, eventkita, tulisankita, profilkita, ragamkita, komik jas & Ndo. Keunikannya membuat karyawan merasa terhibur dengan komik singkat yang berada dibagian belakang majalah dengan menceritakan tentang semangat kerja, manfaat beransuransi, dan percakapan dibuat dengan lucu yang menyangkut tentang kegiatan, selain itu jasindo *eMagz* tidak hanya memberikan informasi mengenai lingkungan perusahaan tetapi memberikan informasi diluar kegiatan yang sedang viral dunia maya maupun di dunia nyata.

MENTERI BUMN, Rini Soemarno, mengangkat Ibu Solihah menjadi Direktur Utama Asuransi Jasindo menggantikan Bapak Budi Tjahjono yang ditunjuk menjadi Dirut PT Askrindo. Ibu Solihah yang sebelumnya menjabat sebagai Direktur Keuangan dan Investasi. Resmi menjabat Dirut Jasindo mulai 9 September 2016, berdasarkan SK.-228/MBU/09/2016 yang diserahkan langsung oleh Deputi Bidang Jasa Keuangan, Jasa Survey dan Konsultan, Gatot Trihargo. Solihah berkarier di Jasindo sejak 1990. Sebelum menjabat posisi Dirut, wanita kelahiran Tasikmalaya, Jawa Barat, Tahun 1962 ini menduduki posisi Direktur Keuangan periode 2008 – 2012 dan diangkat kembali pada tahun 2013. (Majalah Dwibulan/Edisi 10 2016).

PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero) atau dikenal dengan Asuransi Jasindo merupakan perusahaan asuransi dalam produk korporasi seperti menangani, bidang kelautan, *aviation* dan satelit serta asuransi dalam produk ritel seperti kendaraan, kebakaran, dan agribisnis. Perusahaan asuransi dengan tanggung jawab yang besar dan pelayanan yang harus memenuhi sesuai kebutuhan nasabah tidak cukup hanya dengan memberikan satu kegiatan untuk meningkatkan semangat kerja karyawan. Jasindo memiliki media internal yaitu Jasindo *eMagz* guna untuk meningkatkan semangat kerja karyawan dan memberikan hasil yang memuaskan bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki cabang di berbagai daerah di Indonesia termasuk di luar negeri membutuhkan informasi-informasi penting dan perkembangan apa saja yang baru di perusahaan.

Jasindo *eMagz* menjadikan salah satu media internal yang efektif bagi perusahaan dalam mengetahui informasi apa saja kegiatan yang sudah dilaksanakan di kantor pusat maupun di kantor cabang. Jasindo *eMagz* di terbitkan oleh kepala biro humas dalam dua bulan sekali dapat dibaca oleh semua karyawan dari pimpinan tingkat tinggi sampai karyawan tingkat rendah yang bekerja di perusahaan. Informasi-informasi yang di cantumkan di Jasindo *eMagz* ini

bermacam-macam dari sambutan redaksi, kegiatan CSR, pengangkatan jabatan sampai penghargaan apa saja yang sudah diraih oleh perusahaan dan menjadikan salah satu motivasi bagi setiap cabang dan karyawannya.

Dikutip dari jurnal Mochamad Agistiana Tanjung (*Jurnal Proses Public Relations* PT. KAI Pusat Bandung Dalam Pengelolaan Media Internal, Vol. 2, No. 2, Agustus (2015); Halaman 2299 – 2309) menyebutkan didalam suatu perusahaan perlunya media internal gunanya untuk karyawan agar lebih mengetahui informasi apa saja yang berkembang di perusahaan, dan pada akhirnya memberi pengaruh positif bagi seluruh karyawan terhadap performa perusahaan. Media internal menjadi salah satu alat untuk melangsungkan komunikasi antara manajemen dengan karyawan. Media internal menjadi sarana untuk memberitakan berbagai perkembangan perusahaan dan juga mampu menjadi sarana penambah pengetahuan, memacu kinerja dan menumbuhkan semangat kebersamaan.

Manajemen media internal dibutuhkan agar dapat memenuhi kebutuhan manajemen dan karyawan serta menciptakan komunikasi dua arah yang akan bermuara pada komunikasi yang efektif. Manajemen media internal yang diterapkan di perusahaan ditujukan agar komunikasi internal berjalan efektif.

Eksistensi perusahaan tidak lepas kaitannya dengan media, karena itu perlu adanya manajemen media internal untuk mencapai sesuatu yang menunjang dalam membangun perusahaan dan mengelola suatu perusahaan, selain itu dengan adanya manajemen media internal dalam lingkungan kerja di perusahaan membuat seluruh karyawan mengetahui apa saja yang berkembang di perusahaan seperti kenaikan

jabatan dan penghargaan apa saja yang diberikan perusahaan kepada karyawan menjadikan motivasi bagi seluruh karyawan untuk bekerja lebih giat lagi.

Menurut Ruslan (2003:180) dalam bukunya yang berjudul manajemen *Public Relations* dan media komunikasi, untuk mengelola suatu media internal terdapat beberapa fungsi media internal, yaitu :

1. Sebagai media hubungan komunikasi internal atau eksternal yang diedarkan atau diberikan secara gratis dalam upaya penyampaian pesan-pesan informasi, dan berita mengenai aktifitas perusahaan, manfaat produk barang / jasa dan publikasi lainnya yang ditujukan kepada konsumen, pelanggan, distributor, supplier, relasi bisnis, dan lain-lain.
2. Sebagai ajang komunikasi khusus antar karyawan.
3. Sebagai sarana media untuk pelatihan dan pendidikan dalam bidang tulis menulis bagi karyawan, serta staff humas yang berbakat atau berpotensi sebagai penulis ilmiah populer.
4. Terdapat nilai tambah (*value added*) dari departement humas untuk menunjukkan kemampuan dan upaya penerbitan media khusus yaitu in house journal yang bermutu, kontinu, terbit secara berkala dan teratur, dengan penampilan yang profesional baik kualitas maupun kualitas berita, *layout*, isi halaman, susunan redaktur, gambaran yang ditata dengan apik dan lebih menarik, segi cover atau seninya serta tata warna dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis melihat bahwa fungsi media internal bagi perusahaan merupakan bagian dari media komunikasi, informasi, pendidikan,

hiburan, dan pengetahuan. Keberadaan suatu media sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk membantu dalam menjangkau publik nya salah satunya untuk menjembatani komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan penelitian kualitatif dan metode studi deskriptif. Paradigma konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *social meaningful action* (pemaknaan atas perilaku sosial). Peneliti mengamati secara langsung dan rinci terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan media internal, agar mampu menafsirkan bagaimana cara sebuah perusahaan dalam menyusun dan melaksanakan konsep media internal dengan efektif.

## **1.2 Rumusan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka peneliti memfokuskan pada “Bagaimana manajemen Media Internal Melalui Jasindo *eMagz*?”

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana proses Mendefinisikan Masalah pada media internal melalui Jasindo *eMagz*?
2. Bagaimana proses Merumuskan Perencanaan dan Pemrograman pada media internal melalui Jasindo *eMagz*?
3. Bagaimana proses Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi pada media internal melalui Jasindo *eMagz*?
4. Bagaimana proses Mengevaluasi Program pada media internal melalui Jasindo *eMagz*?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi Deskriptif dalam meneliti Manajemen Media Internal Jasindo melalui Jasindo *eMagz*.

1. Untuk mengetahui proses Mendefinisikan Masalah pada media internal melalui Jasindo *eMagz*
2. Untuk mengetahui proses Merumuskan Perencanaan dan Pemrograman pada media internal melalui Jasindo *eMagz*
3. Untuk mengetahui proses Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi media internal melalui Jasindo *eMagz*
4. Untuk mengetahui proses Mengevaluasi Program pada media internal Jasindo *eMagz*

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi positif terhadap kajian keilmuan program studi ilmu komunikasi hubungan masyarakat, khususnya dalam topik manajemen media internal pada sebuah perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang aktual dan faktual mengenai manajemen media internal bagi perkembangan ilmu komunikasi yang didasarkan pada studi deskriptif, serta dapat memberikan gambaran bagaimana PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero) mengelola manajemen media internal melalui jasindo *eMagz* yang meliputi manfaat, pentingnya dan menariknya.



### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara Praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yaitu menjadi tolak ukur bagi Perusahaan Jasindo dalam memotivasi kerja karyawan. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan acuan atau referensi bagi perusahaan lain mengenai pentingnya manajemen media internal untuk menjalin hubungan yang baik dan memberikan motivasi kerja bagi karyawan.

### **1.6 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah penelitian. Tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari buku, jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

#### **1.6.1 Penelitian Terdahulu**

Kajian literatur dari penelitian terdahulu akan diawali dengan pemaparan dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan, selanjutnya peneliti akan mengklasifikasikan penelitian-penelitian tersebut, selanjutnya akan dapat dilihat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian sebelumnya sehingga akan terlihat orisinalitas dari penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh samino tentang Penggunaan Media Internal dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan Sudi Deskriptif Media Simop PT. Pertamina (persero) RU IV Cilacap (Skripsi 2014). Penelitian

yang menggunakan pendekatan kualitatif, dengan maksud dapat menggambarkan permasalahan dan penyelesaiannya mengenai obyek yang diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi dan wawancara dengan narasumber sekaligus karyawan pengguna simop supaya bisa mendapatkan informasi yang akurat. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa pengguna media internal dalam bentuk media simop dapat membina hubungan harmonis antar karyawan dengan berbagai informasi yang disajikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh karyawan.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan Media Internal dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan Sudi Deskriptif Media Simop PT. Pertamina (persero) RU IV Cilacap mampu memberikan keharmonisan didalam lingkungan kerja dan hubungan harmonis antar karyawan dan memberikan kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh karyawan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Wahid Faysal Hakim tentang Public Relations Dan Media Relations Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo (skripsi 2013) Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi yang dijalankan hotel Ibis Solo dalam kegiatan media *Relations* serta melihat tanggapan wartawan tentang pelaksanaannya. Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif, dalam hal ini peneliti menggambarkan kegiatan yang terjadi berdasarkan fakta dan data yang diperoleh melalui wawancara (*interview*) dengan informan, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan dengan menggunakan *Purposive Sampling*,

serta menggunakan teknik analisis data dengan tiga tahapan awal, ketiga tahapan tersebut adalah *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*.

Dari hasil yang diperoleh penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa hal yang diperlukan dalam media *Relations* adalah *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Bentuk kegiatan media *relations* yang dilakukan hotel Ibis solo meliputi *press release*, *media gathering*, *press conference*, *media visit*. Strategi dan pendekatan media *relations* yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring *social facebook* ataupun *whatapp*, serta menjalin hubungan secara terus menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.

Ketiga, penelitian yang dilakukan A. Fauziah Astrid Dosen Ilmu Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul Eksistensi Media Internal Sebagai Alat kehumasan Studi Kasus Majalah Empati PSMP Toddopuli Makassar (Jurnal 2017) Vol. 03 No. 1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui eksistensi media internal empati PSMP toddopuli makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan rancangan penelitian studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kehadiran Majalah Empati di PSMP Toddopuli Makassar sangat membantu meningkatkan citra positif PSMP Toddopuli Makassar yang mengurus Anak Berhadapan Hukum (ABH). Beberapa poin yang

menandai eksistensi media internal sebagai perpanjangan tangan dari PSMP Toddopuli Makassar yaitu adanya pembaca, banyaknya eksamplar atau tiras majalah, frekuensi terbitan yang rutin, kebijakan redaksi yang menguntungkan, nama yang baik dan logo yang cantik, proses percetakan yang dikemas dalam bentuk ukuran letterpress A4 dengan bermain pada dominasi warna dan foto. Selain itu, format atau gaya majalah Empati dari sisi konten juga memberikan pengaruh terhadap keputusan khalayak untuk terus membaca. Selebihnya adalah kehadiran iklan-iklan non komersil dan sirkulasi yang baik yang disebar ke wilayah Indonesia Timur.

Keempat, penelitian yang dilakukan Mochamad Agistiana Tanjung Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom dengan judul Proses Public Relations PT. Kai Pusat Bandung Dalam Pengelolaan Media Internal Tabloid “Kontak” (Jurnal 2015) Vol. 2 No. 2. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media tabloid “kontak” di PT. Kai pusat bandung. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif dengan paradigma *postpositivism*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam perjalanannya, PR PT.KAI memanfaatkan salah satu bentuk media internal berupa tabloid untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi mengenai perusahaan. Adapun media ini diberi nama Tabloid Kontak. Ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh humas PT KAI dalam pengelolaan Tabloid Kontak, hal ini dikenal juga dengan istilah proses kerja humas. Adapun tahapan tersebut adalah (1) *fact finding*, pada tahap ini humas PT KAI mengumpulkan informasi kolektif dari PT KAI di Daerah, (2) *Planning*,

pada tahap ini terdapat empat jenis perencanaan yaitu perencanaan kegiatan, isi, media, serta distribusi, (3) *Communicating*, pada tahap ini pihak humas PT.KAI melakukan kegiatan komunikasi menggunakan media cetak dan *website*, (4) *Evaluating*, pada tahap ini humas PT KAI melakukan evaluasi program dan proses kerja yang dilakukan. Secara keseluruhan proses pengelolaan yang dilakukan sudah cukup baik.

Kelima, penelitian yang dilakukan Fedrya Nanda Jurusan Ilmu perpustakaan fakultas ilmu komunikasi universitas padjajaran dengan judul pengelolaan INDOASIA NEWS sebagai media internal di PT. Chevron Pacifik Indonesia Distrik Duri (jurnal 2012) Vol. 1 No. 1. penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media internal indoasia news di PT. Chevron pacifik indonesia distrik duri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang diterbitkannya media internal indoasia news dikarenakan PT. Chevron pacifik indonesia sebagai perusahaan minyak kontraktor terbesar di indonesia menyadari bahwa media internal mempunyai peranan penting dalam membentuk sebuah aspirasi publik internal, membentuk opini, pembangkit inovasi dan stimulasi serta sebagai forum komunikasi antara pimpinan dan bawahan dan sebaliknya sehingga ketimpangan informasi di PT. Chevron bisa dihindari.

#### **Tabel 1. Penelitian terdahulu**

no	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
1	Samino (skripsi 2014)	Penggunaan Media Internal dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan Sudi Deskriptif Media Simop PT. Pertamina (persero) RU IV Cilacap	Studi Kualitatif dengan metode deskriptif	penggunaan Media Internal dalam Membina Hubungan Harmonis Antar Karyawan Sudi Deskriptif Media Simop PT. Pertamina (persero) RU IV Cilacap mampu memberikan keharmonisan didalam lingkungan kerja dan hubungan harmonis antar karyawan dan memberikan kebutuhan apa saja yang diprlukan oleh karyawan.	Perbedaan penelitian samino tentang penggunaan media internal dalam membina hubungan harmonis antar karyawan sedangkan peneliti memilih media internal Jasindo eMagz lebih ke meningkatkan motivasi karyawan
2	Wahid Faysal Hakim (skripsi 2013)	Public Relations Dan Media Relations Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Sebagai	Studi Kualitatif dengan metode deskriptif	media Relations adalah <i>good will, trust</i> , dan keterbukaan. Bentuk kegiatan media relations yang dilakukan hotel Ibis solo meliputi <i>press</i>	Perbedaan penelitian wahid faysal hakim tentang Public Relations Dan Media Relations Studi Deskriptif Kualitatif

		<p>Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo</p>		<p><i>release, media gathering, press conference, media visit.</i> Strategi dan pendekatan media <i>relations</i> yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring <i>social facebook</i> ataupun <i>whatapp</i>, serta menjalin hubungan secara terus menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.</p>	<p>Strategi Media Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo yaitu untuk strategi dan pendekatan media <i>Relations</i> terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring <i>social facebook</i> ataupun <i>whatapp</i>. Sedangkan peneliti lebih ke khusus lingkungan perusahaan dan khusus untuk karyawan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan.</p>
--	--	---	--	---	--

3	A.Fauziah Astrid (jurnal 2017)	Eksistensi Media Internal Sebagai Alat kehumasan Studi Kasus Majalah Empati PSMP Toddopuli Makassar	Kualitatif dengan metode Studi Kasus	Majalah Empati di PSMP Toddopuli Makassar sangat membantu meningkatkan citra positif PSMP Toddopuli Makassar yang mengurus Anak Berhadapan Hukum (ABH). Beberapa poin yang menandai eksistensi media internal sebagai perpanjangan tangan dari PSMP Toddopuli Makassar yaitu adanya pembaca, banyaknya eksampulir atau tiras majalah, frekuensi terbitan yang rutin, kebijakan redaksi yang menguntungkan, nama yang baik dan logo yang cantik, proses percetakan yang dikemas dalam bentuk	Perbedaan penelitian A.Fauziah Astrid tentang Eksistensi Media Internal Sebagai Alat kehumasan Studi Kasus Majalah Empati PSMP Toddopuli Makassar lebih ke meningkatkan citra positif sedangkan peneliti memfokuskan kepada salah satu media internal yaitu majalah "jasindo eMagz" untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan
---	--------------------------------	---	--------------------------------------	---	--



				ukuran letterpress A4 dengan bermain pada dominasi warna dan foto	
4	Mochamad Agistiana Tanjung (jurnal 2015)	Proses Public Relations PT. Kai Pusat Bandung Dalam Pengelolaan Media Internal Tabloid “Kontak”	Studi kualitatif paradigma <i>postpositivism</i>	PR PT.KAI memanfaatkan salah satu bentuk media internal berupa tabloid untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi mengenai perusahaan. Adapun media ini diberi nama Tabloid Kontak. Ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh humas PT KAI dalam pengelolaan Tabloid Kontak, hal ini dikenal juga dengan istilah proses kerja humas.	Perbedaan penelitian Mochamad Agistiana Tanjung tentang Proses Public Relations PT. Kai Pusat Bandung Dalam Pengelolaan Media Internal Tabloid “Kontak” yaitu untuk memenuhi kebutuhan khalayak sedangkan peneliti tentang media internal jasindo <i>eMagz</i> selain memenuhi kebutuhan khalayak tentang informasi perusahaan, jasindo <i>eMagz</i> memeberikan informasi terkait motivasi bagi karyawan dan informasi

					mengenai hal di luar lingkungan perusahaan
5	Fedrya Nanda (jurnal 2012)	pengelolaan INDOASIA NEWS sebagai media internal di PT. Chevron Pacifik Indonesia Distrik Duri	Kualitatif dengan metode Studi Kasus	aspirasi publik internal, membentuk opini, pembangkit inovasi dan stimulasi serta sebagai forum komunikasi antara pimpinan dan bawahan dan sebaliknya sehingga ketimpangan informasi di PT. Chevron bisa dihindari.	Perbedaan penelitian dari fedrya nanda tentang indoasia news sebagai media internal yaitu untuk menghindari ketimpangan PT Chevron pacifik indonesia distrik duri sedangkan peneliti memilih <i>jasindo eMagz</i> untuk memberikan motivasi bagi karyawan dan pengetahuan luas mengenai kegiatan di lingkungan perusahaan

### 1.6.2 Landasan Konseptual

Penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

#### 1) Manajemen Penerbitan

Siagin (2010:372) menjelaskan bahwa Manajemen menurut arti katanya adalah proses penggunaan sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai sasaran. Dengan adanya manajemen dalam suatu lembaga pendidikan diharapkan maka hasilnya menjadi lebih meningkat dan lebih baik dari sebelumnya.

Dalam penerbitan, manajemen pun diperlukan terlepas apakah sistem manajemen yang dijalankan oleh seorang diri atau oleh sekelompok orang. Manajemen yang dijalankan oleh satu orang tentunya akan memiliki hasil terbatas dibandingkan yang dilakukan oleh sekelompok orang.

Adapun manajemen penerbitan mampu mengaplikasikan atau mempublikasikan dalam bentuk bacaan seperti majalah, bulletin, brosur atau koran yang memberikan informasi, dengan demikian dibawah ini ialah manajemen yang diterbitkan seperti:

#### **a. Majalah**

Pengertian Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis. Karena termasuk sebagai media cetak, maka pesan-pesan dalam majalah bersifat permanen dan publik dapat mengatur tempo dalam membacanya, selain itu pula kekuatan utamanya adalah dapat dijadikan sebagai bukti. Selain memuat artikel, Majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya (Jafar 1980:27).

#### **b. Bulletin**

Bulletin merupakan media internal dan eksternal yang memuat berita kegiatan di lingkungan lembaganya, diharapkan berita tersebut di terbitkan sebulan sekali agar berita yang di muat masih actual (Nasution 2010:103).

### c. Jurnal

(*journal*) adalah alat untuk mencatat setiap transaksi yang telah dilakukan. Jurnal adalah catatan harian transaksi atau peristiwa finansial suatu entitas (*an entity*) berdasarkan urutan waktu (*chronological*).

#### 2) Media Internal

Media internal merupakan salah satu media bentuk kegiatan *Pubic Relations*, sudah seharusnya diarahkan kepada pencapaian tujuan dari perusahaan/lembaga itu sendiri. Media internal adalah suatu berita mengenai kegiatan suatu perusahaan dan biasanya diberitakan untuk khalayak internal atau tertentu yang diterbitkan secara teratur.

Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media adalah bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk membangun hubungan dan loyalitas dengan mitra internal maupun eksternal perusahaan khususnya dengan pers atau wartawan (Canggara 2000:131). *Public Relations* dalam tugasnya yaitu untuk menyampaikan suatu informasi memerlukan berbagai media sebagai jalan penghubung berkomunikasi dengan publik sesuatu badan memerlukan media yang efektif dan komunikator yang capable. Bagaimana hasil usaha menghubungi dan mempengaruhi publik tergantung pula pada kecakapan komunikator.

#### 3). *Four Steps Pr Process*

Peneliti akan menggunakan Teori *Four Steps PR Process* atau yang sering dikenal dengan proses operasional *Public Relations* pada Manajemen penerbitan Media Internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Teori *Four Steps PR Process* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori *Four Steps PR Process* yang dikemukakan oleh Cultip, Center and Broom. Teori *Four Steps PR Process* dari Cultip, Center and Broom (1985-1994), dalam buku Yulianita (2012).

*Four Steps PR Process* pada penelitian ini menjelaskan tentang empat tahap proses manajemen humas yang meliputi *Defining Public Relations Problem (Situation Analisis)*, *Planning dan Programming (Strategi)*, *Taking Action and Communicating (Implementation)*, *Evaluation the Program (Assesment)*. Pemikiran *Four Steps PR Process* ini menjadi dasar untuk menjelaskan manajemen humas yang dilakukan pada suatu program kegiatan humas dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Menurut Yulianita (2012) untuk mencapai suatu efek tertentu dari bentuk komunikasi yang dilakukan sudah pasti harus melalui proses empat tahap tersebut. Proses empat tahap ini memiliki peran pentingnya masing-masing dan memiliki keterkaitan di antara keempatnya, oleh karena itu proses ini tidak boleh ada yang terlewat, semuanya harus lengkap.

Adapun Menurut Cultip, Center and Broom, (Neni, 2012) Proses Operasional Humas sebagai berikut:

### **1. *Defining Public Relations Problems***

Tahap ini humas harus dapat menetapkan permasalahan-permasalahan dan mengumpulkan data yang sesuai dengan fakta, yang menyangkut kegiatan-kegiatan

humas, yaitu lebih mengarah kepada upaya selain pengumpulan data juga penetapan permasalahan yang dapat ditemukan dan diselesaikan oleh humas.

Tahap ini operasionalisasinya meliputi langkah-langkah dalam upaya mencari dan mengumpulkan data tentang hal-hal yang dilakukan *public relations* dalam bentuk opini publik, sikap publik dan perilaku publik. Cara untuk mengetahui hal tersebut, humas dapat melakukannya melalui dua macam metode yaitu metode formal dan metode informal. Tahapan ini humas harus dapat mengetahui dan menganalisis situasi dalam rangka mencari jawaban terhadap apa yang sedang terjadi dengan menganalisis situasinya berdasarkan dua macam metode yaitu formal dan informal.

## **2. *Planning dan Programming***

*Planning* adalah perincian secara teratur dan berurutan tentang langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan *programming* adalah susunan acara, yaitu perincian waktu atau *timing* secara teratur dan menurut urutan tertentu tentang pelaksanaan langkah demi langkah sesuai dengan apa yang telah ditetapkan dalam *planning*. Tahap *planning* dan *programming* ini, kegiatan yang dilakukan lebih kepada tahap berpikir “apa yang harus kita lakukan, katakan dan mengapa ?” sehingga untuk menjawab pertanyaan tersebut maka diperlukan sebuah strategi.

## **3. *Taking Action dan Communicating***

Tahap pelaksanaan atau tahap *action* dari kegiatan PR sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan, misal dengan cara apa dalam mengkomunikasikannya, menggunakan bentuk komunikasi apa? Misalnya saja menggunakan komunikasi personal, atau komunikasi kelompok berupa

diskusi, rapat, seminar, atau komunikasi massa, berupa pameran, *advertising*, *press release*, *workshop*. Tahap ini intinya adalah bagaimana memberikan keterangan dan menceritakan sesuatu dari awal sampai akhir, dengan demikian upaya yang dilakukan adalah dengan cara memberikan keterangan dan peragaan untuk sokongan dan bantuan terhadap perusahaan

#### **4. *Evaluating The Program***

Tahap evaluasi dilakukan antara lain untuk :

- a) Mengevaluasi dan mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan. Apakah kegiatan komunikasi telah mencapai target sesuai dengan rencana.
- b) Mengevaluasi manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan dalam arti seberapa besar kegiatan ini memberikan manfaat bagi publik dan organisasi
- c) Mengevaluasi kekurangan atau kelebihan (keuntungan atau kerugian) dari program kegiatan yang telah dilaksanakan baik bagi organisasi atau publiknya.

### **1.7 Langkah Penelitian**

#### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero) Jl. Let.jen MT Haryono Kav. 58 - 60 Jakarta 12780, PO BOX 4127 Kebayoran - Jakarta. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena peneliti tertarik dengan perusahaan Jasindo dalam media internalnya yaitu Jasindo eMagz sehingga peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana kegiatan manajemen yang diterapkan.

#### **1.7.2 Metode Penelitian**

Penelitian mengenai Manajemen penerbitan media internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia (persero)

merupakan penelitian berbasis deskriptif kualitatif. Penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif itu sendiri yakni bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam dalamnya mengenai pengumpulan data sedalam dalamnya (Kriyantono 2006:56).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivistik. Paradigma konstruktivistik memandang realitas kehidupan sosial bukanlah bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Konstruktivisme menempatkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atas ilmu pengetahuan (Salim, 2006:71-72). Realitas tersebut merupakan hasil konstruksi manusia yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya, oleh karena itu realitas yang dihadapi seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan alasan bahwa realitas selalu terkait dengan nilai jadi tidak mungkin bebas nilai dan pengetahuan hasil konstruksi manusia itu bersifat berkembang terus dan tidak bersifat tetap. Konstruktivistik berarti menciptakan makna dan penilaian sendiri.

### **1.7.3 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut :

- a. Sumber data primer, sumber rujukan pertama dan utama yaitu pengelola media internal Jasindo *eMagz* dan karyawan jasindo



b. Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, jurnal dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini

#### **1.7.4 Teknik Pemilihan Informan**

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Kepala Biro Humas Jasindo.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Kepala Biro Humas Jasindo dengan kriteria :

- a) Informan adalah pihak Kepala Biro Humas Jasindo. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berkaitan langsung dengan kegiatan *Public Relations*.
- b) Informan adalah pengurus dan yang mengelola manajemen penerbitan media internal.
- c) Informan memiliki pengetahuan yang luas tentang manajemen penerbitan dan mengetahui seluk beluk tentang PT. Asuransi Jasa Indonesia.

#### **1.8 Teknik Pengumpulan data**

##### **a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

Lincoln dan Guba menyebutkan bahwa maksud dari mengadakan wawancara antara lain: mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekontruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas kontruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Moleong, 1985:266).

Ada berbagai macam cara pembagian jenis wawancara menurut Patton yaitu (a) wawancara pembicaraan formal, (b) pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan (c) wawancara baku terbuka (Moleong, 1980:197). Pembagian wawancara yang dilakukan oleh Patton didasarkan atas perencanaan pertanyaan.

#### **b. Observasi Partisipasi Pasif**

Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Observasi ini menggunakan observasi partisipasi, di mana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2006:310). Observasi secara langsung ini, peneliti selain berlaku sebagai pengamat penuh yang dapat melakukan pengamatan terhadap gejala atau proses yang terjadi di dalam situasi yang sebenarnya yang langsung diamati oleh observer, juga sebagai pemeran serta atau partisipan.

Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mengoptimalkan data mengenai pelaksanaan manajemen penerbitan media internal Jasindo. Observasi dilakukan dengan cara datang langsung ke Kantor Jasindo dan juga dengan menanyakan kepada pihak *Public Relations* mengenai manajemen penerbitan melalui Jasindo *eMagz*.

### **c. Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi (Sugiyono, 2009: 240). Dokumentasi yang digunakan peneliti adalah berupa foto, gambar, artikel, kegiatan-kegiatan serta sumber data yang diperoleh dari Jasindo guna memperkuat hasil penelitian. Tujuannya untuk menggali dan mendapatkan informasi yang mendukung analisis data.

#### **1.8.1 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep validitas dan keandalan (relibilitas). Menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain

digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320).

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007:270).

Peneliti menggunakan tehnik Triangulasi sebagai tehnik untuk mengecek keabsahan data, dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin membedakan ada empat macam triangulasi sebagai tehnik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber*, *metode*, *penyidik*, dan *teori* (Moleong, 2004:178). Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan tehnik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber.

Triangulasi dengan sumber bertujuan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2007:274).

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal yang itu dapat dicapai dengan jalan: (1)

membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2004:178).

### **1.8.2 Teknik Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya (Moleong, 2004:190). Analisis data kualitatif adalah cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) (Kriyanto,2010:196). Teknik analisis data dilakukan agar mengetahui data apa yang masih diperlukan, pertanyaan apa saja yang perlu diajukan, metode apa yang harus digunakan untuk mendapatkan informasi yang baru serta mengetahui kesalahan apa yang harus diperbaiki. Adapun beberapa cara yang bisa dilakukan untuk menganalisis data yaitu sebagai berikut:

#### **a. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pengumpulan data yang didapatkan di lapangan kemudian dianalisis dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan

focus penelitian yang kemudian dicarikan temanya agar memberikan gambaran tentang hasil pengamatan.

**b. Penyajian Data**

Penyajian data merupakan memberikan gambaran mengenai secara menyeluruh dalam bentuk apapun yang memudahkan peneliti menguasai data yang telah diperoleh baik berupa narat ataupun grafik.

**c. Penarikan Kesimpulan**

Setelah data dipilih dan digambarkan secara keseluruhan sesuai dengan fokus penelitian diambil kesimpulannya secara jelas sehingga peneliti mendapatkan makna dari data yang diperoleh.

