

## Fungsi majalah internal perusahaan (Suatu studi mengenai penerbitan majalah Internal PT. Unilever Indonesia oleh perusahaan humas PT. Granada Tjipta Sarana)

Lily Limanovlva, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283313&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

<b>ABSTRAK</b><br>

Humas dewasa ini tidak hanya terbatas pada dunia usaha dan instansi pemerintah saja, akan tetapi juga Humas sebagai suatu usaha swasta yang menjual jasa- jasanya untuk kepentingan menumbuhkan goodwill masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi yang menyewa jasa-jasa tadi. Dengan perkataan lain perusahaan yang khusus bergerak di bidang jasa Humas yang disebut Perusahaan Humas atau Konsultan humas mula berkembang, yaitu pada tahun 70-an seiring dengan bertambah pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia. Salah satu perusahaan Humas tersebut adalah PT Granada Tjipta Sarana yang merupakan salah satu pelopor berairinya perusahaan Humas di Indonesia, yang menangani penerbitan majalah internal Sekitar Unilever Indonesia dari PT Uni lever Indonesia. Alasan PT Uni lever Indonesia menggunakan jasa PT Granada Tjipta Sarana dalam proses penerbitan majalah adalah untuk diperoleh hasil yang maksimal karyawan, sehingga majalah internalnya yang dapat memenuhi kepuasan ini perlu ditangani secara profesional. Di samping kurangnya tenaga praktisi Humas di PT Unilever Indonesia, sedang program di bagian ini merupakan program khusus oleh tenaga yang itu juga disebabkan karena kehumasan yang lengkap dan tidak akan teratasi jika dikerjakan sendiri. Perusahaan Humas PT Granada sendiri, dalam penerbitan majalah internal SUI bekerja sama dengan bagian Humas PT Unilever Indonesia. Dalam hal ini Humas PT Unilever Indonesia bertindak sebagai koordinator dalam penerbitan ini. Proses penerbitan majalah ini dilakukan melalui beberapa tahap; mula-mula menentukan permasalahan atau tema yang akan ditulis, yang direncanakan melalui rapat Dewan Redaksi yang terdiri dari wakil-wakil PT Unilever Indonesia dan PT Granada. Biasanya PT Unilever yang menetapkan tema, namun PT Granada juga boleh memberikan usulan. Yang penting hal tersebut bermanfaat bagi karyawan PT Unilever Indonesia dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis. PT Granada secara tidak langsung ikut berperan dalam menciptakan hubungan yang harmonis pada publik internal PT Unilever Indonesia. Tahap berikutnya adalah membuat suatu perencanaan mengenai apa yang akan dilakukan. Baru kemudian dilakukan pencarian dan pengumpulan data untuk naskah atau artikel 5 f oleh PT Granada. Untuk tahap terakhir, setelah naskah ditulis, diperlihatkan kepada pihak Unilever untuk disetujui atau dilakukan perbaikan-perbaikan jika dianggap perlu. Setelah mewawancarai 100 karyawan PT Unilever (dengan menggunakan kwesioner), mengadakan observasi langsung di lokasi penelitian, serta melakukan Indonesia wawancara mendalam dengan beberapa orang pada posisi kunci, ditemukan bahwa sebagian responden yang terpilih adalah laki-laki, prosentase umur responden yang paling besar adalah 35 - 39 tahun, dari regi tingkat pendidikan pada umumnya responden adalah lulusan SLTA/ sederajat dan masa kerja responden kebanyakan 11 15 tahun. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa seluruh responden membaca majalah internal SUI dan umumnya mereka memperoleh majalah tersebut dengan cara dibagikan. Ini menunjukkan bahwa pendistribusian majalah SUI di lingkungan PT Unilever Indonesia dapat dikatakan baik dengan pembagiannya sudah cukup merata. Umumnya responden mendapat manfaat dengan membaca majalah internal SUI yaitu memperoleh

informasi mengenai perusahaan, manfaat di segi pendidikan, dan hiburan. Di samping itu, manfaat yang diperoleh dilukiskan oleh responden dengan menganggap di dalam majalah itu terdapat informasi yang dapat mendorong semangat kerja dan meningkatkan keakraban di antara karyawan. Secara tidak langsung, hal ini menguntungkan perusahaan, yaitu terciptanya hubungan yang harmonis sehingga diharapkan dapat meningkatkan produktifitas. Secara keseluruhan, majalah SUI cukup baik yaitu dari segi isi, cover dan layout. Namun demikian majalah ini dapat lebih dikembangkan lagi agar menjadi efektif.