

Karakteristik Isi dan Disain Media Internal Perusahaan (Analisis Isi terhadap Majalah Internal Selama Tahun 2001 yang diterbitkan Oleh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)

Cut Ika Rahmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284555&lokasi=lokal>

Abstrak

Media internal merupakan media utama yang digunakan oleh organisasi-organisasi bisnis dan nonprofit dalam berkomunikasi dengan para karyawan. adalah media internal. Disebut sebagai salah satu media utama karena melalui penerbitan sebuah media internal dapat dengan mudah mencapai sasaran yang dituju, yaitu untuk memenuhi kebutuhan karyawan akan informasi. Belum adanya konsep khusus mengenai isi dan disain media internal di Indonesia, menyebabkan banyak praktisi PR di perusahaan-perusahaan membuat media menurut kreativitas mereka, yang disesuaikan dengan kebijakan perusahaan. Akibatnya, terdapat beragam isi dan disain media internal yang ada di Indonesia. Gambaran mengenai media internal di Indonesia pada tahun-tahun lalu merupakan sebuah media yang banyak terdapat pemborosan, dimana dengan disain yang bagus, isinya belum dapat memenuhi kebutuhan karyawan. Setelah melewati satu dekade, memungkinkan adanya suatu perubahan dalam penerbitan media internal di Indonesia Penelitian ini merupakan sebuah analisis isi terhadap media internal perusahaan yang dilakukan dengan menggambarkan bagaimana kecenderungan karakteristik isi dan disain yang ada pada media internal perusahaan di Indonesia selama tahun 2001. Media internal yang dianalisis adalah media internal yang berbentuk majalah, khususnya majalah internal yang diterbitkan oleh perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan pertimbangan keberkalaan yang stabil dari majalah yang diterbitkan oleh perusahaan publik. Dari 350 perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, didapat 20 media internal yang memenuhi kriteria untuk dianalisis yaitu berbentuk majalah dengan jangka waktu terbit yang telah ditetapkan yaitu 3, 4, dan 6 bulan. Analisis dilakukan dengan menggunakan kategori-kategori karakteristik isi dan disain media internal yang ditulis oleh Ashadi Siregar dan Rondang Pasaribu dalam bukunya Bagaimana Mengelola Media Korporasi-Organisasi. Ada 6 kategori isi (informasi), yaitu kategori informasi berdasarkan lingkup masalah, berdasarkan fungsi informasi, berdasarkan jenis realitas, berdasarkan sifat informasi, berdasarkan lokasi kejadian, dan berdasarkan format. Kategori informasi berdasarkan lingkup masalah terdiri dari 11 topik lingkup manajemen yaitu produktivitas, kesejahteraan karyawan, profesionalisme, budaya kerja, produksi, karier, logistik, pengemasan, kontrol kualitas, administrasi keuangan dan manajemen, serta pelayanan purna jual. Informasi dalam lingkup non manajemen terdiri dari topik-topik seperti olahraga, kesehatan, hobi, kegiatan sosial, peringatan ulang tahun dan hari istimewa, karyawan sakit dan dioperasi, pendatang baru dalam perusahaan dan artikel ragam (cerpen, tts, dan tips). Kategori informasi berdasarkan fungsi terdiri dari informatif, edukatif, dan hiburan. Kategori informasi berdasarkan jenis realitas terdiri dari realitas sosiologis dan realitas psikologis. Kategori informasi berdasarkan sifat terdiri dari faktual, faksional, dan fiksional. Kategori informasi berdasarkan lokasi kejadian terdiri dari persoalan di kantor pusat, kantor cabang, dan luar kantor. Kategori informasi berdasarkan format terdiri dari berita, opini, fiksi, dan foto/bagan. Karakteristik disain terdiri dari dua unsur yaitu fungsi komunikasi disain--yang terdiri dari keseimbangan, proporsi, urutan, kesatuan dan kontras—dan tipe karakteristik disain yang terdiri dari anggun, kuat, luwes, cermat dan ceria. Hasil dari penelitian terhadap 20 media internal atau 351 artikel menunjukkan

kecenderungan dari karakteristik isi dan disain media internal di Indonesia. Dad 19 topik baik itu topik manajemen maupun topik non manajemen, ternyata hanya 3 topik manajemen yang muncul sebagai topik utama, yaitu produktivitas, profesionalisme, dan budaya kerja. Dad 3 sifat, hanya satu fungsi yang cenderung banyak ada pada media internal di Indonesia yaitu informatif, Dad 2 jenis realitas kedua-duanya yaitu realitas sosiologis dan realitas psikologis cenderung ada pada isi media internal. Dad 3 sifat informasi, hanya sifat informasi yang faktual yang cenderung ada pada isi media internal di Indonesia. Dad 3 lokasi kejadian, kejadian di kantor pusat dan di luar kantor cenderung terdapat pada media internal di Indonesia. Sedangkan format isi media internal banyak ditulis dalam bentuk berita dan opini. Untuk karakteristik disain, dilihat dari fungsi komunikasi disain media internal di Indonesia memenuhi semua unsur fungsi komunikasi disain yang ada--yaitu keseimbangan, proporsi, urutan, kesatuan dan kontras--dengan baik. Tipe karakteristik disain isi yang banyak digunakan oleh media internal di Indonesia adalah anggun, sedangkan untuk tipe karakteristik disain halaman sampul, yang banyak digunakan adalah kuat dan anggun. Dad hasil tersebut dapat dilihat bahwa dari karakteristik isi, media internal di Indonesia selama tahun 2001 dibuat terutama untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca penyajian banyak informasi berdasarkan fakta yang merupakan laporan mengenai suatu kegiatan dengan bentuk berita terutama mengenai topik-topik manajemen utama (produktivitas, profesionalisme dan budaya kerja). Kelemahan media internal di Indonesia selama tahun 2001 adalah media internal di Indonesia masih kurang digunakan sebagai media pendidikan karyawan, sekaligus sebagai media hiburan bagi karyawan. Sedangkan dari karakteristik disain terlihat bahwa media internal di Indonesia selama tahun 2001 ini merupakan media yang mudah dibaca dan dipahami, indah disainnya, dan berkesan penting untuk dibaca oleh para karyawan. Dengan demikian disain media internal perusahaan di Indonesia selama tahun 2001 ini telah memenuhi standar sebuah penerbitan media internal yang baik.