

Peran komunikasi internal untuk menciptakan iklim komunikasi dua arah

Retno Dyah Arumsari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109085&lokasi=lokal>

Abstrak

Informasi yang disampaikan untuk khalayak internal dalam hal ini pegawai dari suatu perusahaan menjadi salah satu bagian dari kegiatan Public Relations. Keberhasilan dari penyampaian informasi ini sangat tergantung dari materi yang disampaikan, media dan metode yang digunakan. Sehingga setiap perusahaan akan terus berupaya untuk dapat menciptakan komunikasi yang efektif dalam penyebaran informasi kepada seluruh pegawai.

Aspek keingintahuan dari pegawai terhadap segala macam informasi yang berkembang di perusahaan menjadi hal yang sangat lumrah di suatu perusahaan, aspek kecepatan dan ketepatan menjadi dasar dari penerimaan informasi oleh setiap pegawai. Kebutuhan informasi akan dicari oleh pegawai melalui media yang disediakan oleh perusahaan tersebut, dengan melihat materi yang disampaikan, serta metode penyampaian informasi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sejauhmana peran komunikasi internal untuk menciptakan iklim komunikasi dua arah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui materi keberadaan media komunikasi internal, mengetahui sampai sejauhmana frekuensi mencari informasi melalui media tersebut, mengetahui tingkat efektif dari penggunaan media dan metode dalam penyampaian informasi. Sementara itu kerangka teori yang digunakan adalah teori-teori komunikasi, termasuk komunikasi organisasi, terpaan media massa dan rangkaian kegiatan serta strategi public relations.

Penelitian ini dilakukan dengan memakai pendekatan kuantitatif dan dilaksanakan dengan metode survey, sedangkan populasi penelitian adalah pegawai Telkom di wilayah Divisi Regional V Jawa Timur, yang ditarik sebagai sampel sebanyak 351 responden. Untuk mencapai tujuan penelitian digunakan analisis deskriptif dan crosstab sebagai dasar pembuatan analisa 1 kesimpulan, yang diperoleh dari perhitungan jawaban kuesioner dan studi pustaka.

Dan hasil penelitian, ternyata secara umum komunikasi internal yang dilakukan oleh Public Relations Divisi Regional V Jawa Timur telah mampu memenuhi iklim terciptanya komunikasi dua arah. Hampir seluruh pegawai telah mengetahui, memahami, dan memilih serta memanfaatkan keberadaan media komunikasi internal, sebagai sumber informasi.

Survey menunjukkan bahwa untuk frekuensi pencarian informasi, pegawai menunjukkan rata-rata sering mencari informasi melalui media komunikasi internal yang ada. Pada Media yang dianggap efektif untuk penyampaian informasi secara umum adalah dengan tatap muka, baik itu melalui cara Coffee Morning, Sharing 1 Pertemuan yang tidak formal ataupun kunjungan kerja langsung dari Top Manajemen ke unit-unit

kerja di lapangan.

Sedangkan bila informasi yang berisi kebijakan perusahaan yang strategis, pegawai memilih tatap muka dengan rata-rata di atas dari setengahnya {limapuluh persen). Adapun informasi yang berisi produk dan layanan operasional cenderung menunjukkan pegawai menginginkan informasi itu disebar dengan menggunakan metode melalui perantara atau media, dalam hal ini melalui Web-In.

Terpaan media kepada khalayak internal pada penelitian ini, sudah dinilai sangat positif, dalam arti responden sudah merasakan keberadaan media komunikasi internal sebagai sumber dalam perolehan informasi. Sedangkan Rekomendasi yang disampaikan, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas komunikasi internal dengan melihat perbandingan pada perusahaan-perusahaan lain yang dapat dikaitkan dengan teori dari ilmu komunikasi. Hal ini dapat memberikan masukan kepada manajemen dari suatu perusahaan agar dapat menjalankan fungsinya untuk menyampaikan informasi kepada khalayak internal atau pegawainya secara tepat dan efektif.

Information submitted for internal community in this respect is employees of certain company, becomes a part of Public Relation function. Success of information dissemination is very much depended on the material to be disseminated, media and method used for such purpose. Therefore every company shall continuously put effort to create effective communication in information dissemination to all employees.

Employee's willingness to know every news and current information which occurs in the company is a usual tendency in a company. Speed and accurate aspect become a basis for employees in accepting and understanding any information passed onto them. Information needs of employees shall be sought by such employees through media which is provided by the company by considering the informed material and method in passing such information to the related employees.

Base on the above mentioned paradigm, therefore the writer is attracted to conduct observation concerning how far the internal communication system role in creating two ways communication. This observation has intention to find out and realize the internal communication media existence, to find out how far the frequency in seeking information through such media facilities, to find out effectiveness and efficiency of such media facilities existence in disseminating information. Meanwhile the theories used which underlining this study is communication theories including organizational behavior communication, mass media practice and series of activity of public relations.

This observation is conducted by using quantitative approach with survey method meanwhile observation population is Telkom employees of Regional V Division of East Java and has used 351 respondents for intention of this study. To reach study objective descriptive analysis is used as well as crosstab as a basis for making analysis or conclusion gained from questioner calculation and glossary observation.

From the study result, it is found that generally internal communication conducted by Public Relations of Regional V Division of East Java has been capable to meet and satisfy two ways communication system. Almost all of employees understand, realize and choose to use such internal media facilities as source of information.

Survey shows that in respect of frequency of seeking information, the employee's shows that averagely the employees often seeking information through available internal communication. Media which is deemed as effective to pass information generally is through face to face information transfer whether through Coffee Morning, Sharing I informal Meeting or direct visitation from Top Management to working units.

Meanwhile for information which contains strategic company policies, the employees chose to prefer face to face system with attendant rate is more than half (fifty percent). Meanwhile information which contains product and operational services tends to show that employees want the information is disseminated through facilitator or media in this case id through Web-In.

Media utilization for internal purpose is deemed very positive in the meaning that respondents have felt and tasted the internal media facility as a source in getting information. Meanwhile as for recommendation to be given by this study is further observations concerning internal communication activities needs to be undertaken by considering and comparing with other companies which can be approached by communication theories. This can give inputs to management of the Company to be able to conduct it's functions in disseminating information to the internal community or any of company employees effectively and precisely.</i>