



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Internal merupakan salah satu bagian dari Humas yang merupakan sarana yang sangat penting dan efisien. Dikatakan penting karena akan menopang keberhasilan program, dan efisien karena tak memerlukan banyak daya dan dana untuk menginformasikan program yang telah dan akan dijalankan.

Media internal adalah suatu sarana penyampaian dan penerimaan informasi yang semata-mata bersifat internal (khusus untuk para staf dan pegawai) dan bersifat eksternal (yang juga diarahkan kepada pihak luar tertentu) dikalangan perusahaan, dan biasanya bersifat non komersial (Jefkins, 2003, h.145)

Media internal adalah *house organ* yang digunakan oleh PR untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan kepada kalangan terbatas, seperti : karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen. (Ruslan, 2002, h.197)

Media internal dianggap penting kaitannya dalam membangun sinergi perusahaan dengan para jajaran pemangku kepentingan melalui penyebaran informasi. Penggunaan media internal dalam perusahaan digunakan untuk membina hubungan kerja antara pihak manajemen dengan karyawan.

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 aktivitas perusahaan, manfaat produk barang/jasa dan publikasi lainnya yang ditujukan

kepada para konsumen, pelanggan, distributor, supplier, relasi bisnis, dan yang lainnya.

2. Sebagai ajang komunikasi khusus antar karyawan, misalnya ucapan selamat ulang tahun, informasi kelahiran bayi dari keluarga karyawan, adanya pegawai/karyawan baru, kegiatan olah raga, wisata, keagamaan, kesehatan hingga berita duka cita dan kegiatan sosial lainnya.
3. Sebagai sarana media untuk “pelatihan dan pendidikan” dalam bidang tulis menulis bagi karyawan, swerta staf humas yang berbakat atau berpotensi sebagai penulis ilmiah populer.
4. Terdapat nilai tambah (value added) dari departemen humas untuk menunjukkan kemampuan dalam upaya menerbitkan media khusus yaitu *In House Journal* yang bermutu, kontinu, terbit secara berkala dan teratur, dengan penampilan yang profesional baik kualitas maupun segi kuantitas berita, layout, isi halaman, susunan redaktur, gambar yang ditata dengan apik dan lebih menarik, segi cover atau seninya serta tata warna dan sebagainya. (Ruslan, 2003, h.180)

Tujuan media internal menurut Ruslan (1998, h. 189) antara lain :

1. Membangun komunikasi atas dasar *human relationship* untuk menanamkan visi, misi, falsafah, nilai-nilai, dan budaya perusahaan.
2. Menanamkan semangat *korps*.
3. Meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan.
4. Meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan.
5. Meningkatkan rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan.
6. Menyebarkan *best practise* diantara karyawan.
7. Mendorong transparasi dan komunikasi internal.

Communication Department PT United Tractors Tbk merupakan departemen baru di tahun 2015 yang menjalankan fungsi corporate communication di PT United Tractors Tbk. *Communication Department* saat ini masih memfokuskan diri dalam membangun hubungan dengan publik internal perusahaan, baik dengan karyawan maupun anak

perusahaannya yang tergabung dalam Grup Aheme (*Astra Heavy Equipment, Mining and Energy*). Dalam proses menjalin hubungan tersebut, *Communication Department* menggunakan berbagai media internal. Oleh karena itu, penulis ingin meninjau peran dan fungsi media internal serta proses produksi media internal dalam menjalin hubungan dengan para karyawan dan anak perusahaan di PT United Tractors Tbk.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilaksanakannya kegiatan magang, antara lain :

1. Untuk meninjau penggunaan Media Internal di PT United Tractors Tbk.
2. Untuk mengetahui proses produksi media internal di PT United Tractors Tbk.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menyusun laporan magang ini berdasarkan kegiatan yang penulis lakukan pada proses magang yang dilaksanakan selama tiga bulan, dimulai dari 3 Agustus 2015 hingga 30 Oktober 2015. Dengan waktu pelaksanaan sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jam Praktik Kerja

Hari	Waktu	Istirahat
Senin - Kamis	07.30 - 16.30 WIB	12.00 - 13.00 WIB
Jumat	07.30 - 17.00 WIB	11.30 - 13.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan prosedur yang dijalani penulis dalam melaksanakan kerja magang:

1. Penulis mencari perusahaan yang dituju untuk melaksanakan kerja magang. Departemen perusahaan yang dituju tentunya harus sesuai dengan jurusan penulis,
2. Penulis mengajukan surat lamaran berupa CV, transkrip nilai dan surat pengantar kerja magang dari kampus. Berkas dikirim melalui *e-mail* melalui Departemen *Human Capital* PT United Tractors Tbk,
3. Penulis melakukan wawancara langsung dengan *user Communication Department* Ornella Elizabeth pada 30 Juni 2015,
4. Di akhir kerja magang, penulis melakukan presentasi di depan pembimbing lapangan yaitu Ornella Elizabeth untuk sekaligus mendapatkan hasil penilaian selama melaksanakan magang di perusahaan.

UMMN