



**Proyek Majalah Internal Perusahaan  
PT. Kereta Api Daop IV Semarang**

**Summary Tugas Akhir**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Diploma III**

**Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Ayu Nazila**

**D0C 007 015**

**JURUSAN PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2010**

Di era globalisasi saat ini persaingan bisnis perusahaan di Indonesia semakin ketat, hal ini tentu saja membuat perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan pelayanannya sehingga membuat *stakeholder* semakin loyal terhadap perusahaan. Banyak upaya-upaya yang bisa ditempuh untuk memberikan pelayanan yang baik untuk publiknya, salah satunya dengan meningkatkan mutu dan kualitas kerja para karyawannya. Maka, komunikasi dua arah antara karyawan dan pimpinan perusahaan sangatlah perlu dijalin dengan baik. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menjalin komunikasi tersebut adalah Media Internal Perusahaan.

PT. Kereta Api Daop IV Semarang sebagai perusahaan nasional yang besar tentu saja melakukan kegiatan pembuatan Media Internal yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik antara pimpinan maupun para karyawannya. Namun Media Internal yang telah diagendakan setiap bulan terbit ini dirasa minimalis. Media Internal yang dibuat hanya memuat berita-berita kegiatan PT. Kereta Api Daop IV Semarang selama satu bulan dan tidak sesuai dengan Media Internal yang seharusnya, yang berisi headline, hiburan, opini, profile, dll. Maka dari itu, Penulis akan membuat Media Internal yang sesuai dengan kaidah-kaidah pembuatan media internal, yang berisi informasi maupun berita-berita yang sebaiknya memenuhi standar dalam pembuatan Media Internal Perusahaan. Majalah internal yang berisi informasi menarik serta bermanfaat bagi para karyawan PT. Kereta Api Daop IV Semarang.

Pembuatan majalah ini bertujuan untuk membuat Media Internal Perusahaan yang sesuai dengan kaidah atau aturan-aturan pembuatan Media Internal Perusahaan yang seharusnya, yang belum dapat dilakukan oleh PT. Kereta Api Daop IV Semarang. Serta memberikan informasi mengenai perusahaan untuk khalayak internal yaitu para karyawan serta pimpinannya. Majalah internal juga sebagai sarana komunikasi dua arah yang dapat mengakrabkan antara karyawan dan atasannya, serta membantu kinerja aktif *Public Relations* PT. Kereta Api Daop IV Semarang dalam memberikan informasi dan hiburan bagi karyawan perusahaan sebagai motivasi bagi karyawan.

Menurut Leslie B. Snyder (2002) secara garis besar, media internal komunikasi atau secara khusus media internal *Public Relations* merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisir, secara langsung ditujukan kepada

khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu dengan metode tertentu (Ruslan, 2002:23).

Sedangkan pengertian Publik intern adalah orang-orang yang berbeda atau mencakup oleh organisasi, seluruh pegawai dari staff sampai karyawan bawahan (dalam perusahaan termasuk antara lain pemegang saham) (Effendy, 2009:110).

Pembuatan Media Internal Perusahaan merupakan langkah yang baik untuk menjalin hubungan antara para karyawan maupun dengan pimpinan, sehingga mencapai tujuan perusahaan. Tujuan Media Internal Perusahaan adalah :

1. Kesadaran (*Awareness*) : membuat publik sasaran untuk berfikir tentang suatu hal dan mencoba untuk memperkenalkan suatu tingkatan pemahaman tertentu. Semua itu bisa disebut sebagai tujuan kognitif pemikiran.
2. Sikap dan opini (*attitude and opinion*) : membuat publik sasaran anda untuk membentuk suatu sikap atau opini tertentu tentang suatu subject. Semua itu disebut sebagai tujuan afektif.
3. Perilaku (*Behaviour*) : membuat publik sasaran anda bertindak sesuai dengan yang diinginkan. Ini disebut tujuan kenatif atau psikomotorik. (Greggori, 2004, p.78).

Media Internal milik PT Kereta Api Daop 4 Semarang yang bernama "Daop 4 News" ini diterbitkan setiap bulan sekali. Majalah Internal Perusahaan yang terbit dengan 16 halaman *full colour* ini dibuat dengan kaidah media internal yang seharusnya bukan seperti jurnal berita 8 halaman yang selama ini dibuat oleh Humas Daop IV Semarang. Pembuatan Media internal ini dikerjakan 3 kali penerbitan yaitu edisi 04, 05, & 06 yang dikerjakan selama 3 bulan mulai dari awal Bulan Mei 2010 hingga akhir bulan Juli 2010. Pembuatan pertama proyek Media Internal Perusahaan ini merupakan lanjutan dari edisi sebelumnya yang dibuat oleh perusahaan sendiri.

Konsep yang Penulis gunakan pada media internal yang akan dibuat lebih bersifat *modern* dan tidak terlalu formal. Berita maupun informasi yang akan Penulis berikan dibuat lebih menarik. Majalah ini merupakan majalah bulanan yang terdiri dari 14 (empat belas) halaman isi dan 2 (dua) cover yang *full colour*. Rubrik yang akan Penulis buat bermacam-macam, antara lain seperti *Cover Story*,

Headline, Profil, News, Plesiran, Opini, Kata Mereka, Tips, serta foto-foto yang terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT. Kereta Api Daop IV Semarang.

Berita diperoleh dengan cara liputan ke lokasi yang berhubungan dengan berita yang diinginkan. Peliputan tentu saja disertai dengan pengambilan gambar dengan *camera digital* atau dengan kamera *handphone*. Selama proses peliputan, semua informasi yang dibutuhkan dari narasumber direkam dan dicatat. Hal ini dilakukan agar ketika pembuatan berita, informasi yang dituliskan pada artikel yang dibuat tidak salah, sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan. Pengambilan gambar narasumber maupun lokasi yang terkait juga tidak lupa dilakukan sehingga dokumentasi untuk artikel yang telah dibuat memiliki gambar atau foto yang akan disertakan dalam pembuatan desainnya. Isi yang akan ditampilkan dalam proyek majalah internal perusahaan ini rubriknya adalah hasil diskusi dengan Kahumas secara langsung. Ide-ide yang akan dimunculkan pada rubrik merupakan hasil tukar pendapat yang dilakukan dengan Kahumas secara langsung.

Isi media yang dibuat meliputi banyak rubrik, antara lain seperti Headline, Profil, Hiburan, News, Olahraga, Info, Opini serta foto-foto yang terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT Kereta Api Daop IV Semarang. Penulis juga mengambil berita dari segala sumber dari luar kantor seperti di perlintasan, stasiun-stasiun besar maupun kecil yang berada di wilayah Daop IV. Opini dari pengguna jasa juga Penulis libatkan dalam isi media internal yang Penulis buat. Segmentasi Media Internal yang dibuat tidak berbeda dengan segmentasi yang telah ada, namun Penulis yakin bahwasanya media internal yang Penulis buat akan lebih menarik perhatian para karyawan karena konten yang lebih berisi dan lebih bermanfaat bagi internal perusahaan.

Sebelum dicetak, desain yang sudah jadi ditunjukkan kepada Kahumas untuk mendapat persetujuan cetak. Desain-desain yang telah jadi kemudian diperiksa terlebih dahulu dan apabila ada desain *layout* yang kurang sesuai maka kemudian akan disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pihak Humas PT. Kereta Api Daop IV Semarang sebagai pihak yang bertanggung jawab atas majalah internal perusahaan ini. Hasil desain akhir diberikan pada Kahumas pada akhir minggu ketiga. Kahumas diberikan *soft copy* dan hasil cetak desain yang dibuat. Setelah proses tersebut, selanjutnya ditangani oleh Kahumas sendiri serta

pihak percetakan yang nantinya akan dicetak 1000 eksemplar tiap bulannya disebarkan ke 10 (sepuluh) divisi di dalam kantor PT. Kereta Api Daop IV Semarang dengan jumlah karyawan sebanyak 1920 orang. Majalah juga disebarkan ke stasiun-stasiun besar hingga stasiun kecil yang tersebar luas di kawasan Daerah Operasi 4 Semarang

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchyana. (2009). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Ruslan, Rusady. (2002). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

## ABSTRAKSI

Proyek Media Internal Perusahaan ini merupakan pembuatan majalah internal perusahaan bulanan PT. Kereta Api Daop IV Semarang. Pelaksanaan proyek dilakukan selama 3 kali penerbitan dalam kurun waktu satu bulan untuk satu kali penerbitan. Pengerjaan proyek ini bertujuan untuk membuat majalah internal perusahaan yang sesuai dengan kaidah ataupun standar-standar dalam pembuatan majalah internal perusahaan. Tim Penulis membuat majalah internal perusahaan yang memuat rubrik *headline*, profil, *cover story*, opini, galeri, *news*, plesiran, kata mereka, dan tips. Berbeda dengan majalah internal yang sebelumnya yang hanya berisi *news*, galeri, dan siraman rohani. Tim penulis mengerjakan majalah internal dengan rubrik yang lebih bervariasi dan lebih komunikatif agar sesuai dengan tujuan dibuatnya majalah internal perusahaan.

Pada proses pembuatan proyek majalah internal ini, job description dibagi dua, yaitu pengolahan data dan pembuatan artikel serta bagian desain majalah. Dalam pembuatan proyek ini, sumber-sumber diperoleh dari internal perusahaan maupun pengguna jasa PT. Kereta Api Daop IV Semarang. Perolehan materi artikel dilakukan dengan wawancara, data-data yang ada di perusahaan maupun pengamatan langsung ke lokasi agar Tim Penulis memperoleh data dan informasi yang akurat. Tampilan desain pada majalah juga dibuat lebih modern dan berwarna agar tidak memiliki kesan yang membosankan.

Pentingnya peran praktisi *Public Relations* pada perusahaan dalam mengelola media internal dirasa kurang disadari oleh banyak instansi. Adanya staff khusus dalam mengelola majalah internal dirasa cukup penting untuk membantu memaksimalkan fungsi *Public Relations*. Maka dari itu sebaiknya instansi pemerintah maupun swasta lebih meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengelola Media Internal Perusahaan yang memenuhi standar pembuatannya.

## **ABSTRACT**

This company internal media project is a production of a monthly company internal magazine of PT. Kereta Api Daop IV Semarang. The project is carried out within three months with three monthly magazines to publish the aims for this project is to make the company internal magazine which appropriate with the principle and standard in making company internal magazine. The author team made this magazine contains headline rubrics, profile, cover story, opinion, gallery, news, pleasure, what they say and tips. It makes the magazine different from the previous one which only contains news, gallery and religious rubrics. The team made it more various and communicative in order to reach the goals of the making company internal magazine.

During the process of the project, job description is divides into two categories, first, is a data processing and making the articles, and the second is the design. The sources for the magazine during this projects are collected from both the internal company and the customers. The information for the articles are collected through several interviews, checking the company files and direct observation on the location, so that the author able to obtains the accurate information.

The importance of public relation role in a company in managing the internal company magazine has not been is realized yet by many institutions. The special staff in managing internal company magazine is very pivotal to maximize public relation function. Thus, both the government and the private institution should increase the importance of managing the company internal media which appropriate the making standard.