



PROJECT PEMBUATAN MEDIA INTERNAL

FISCOMM (FISIP COMMUNITY)

SUMMARY TUGAS AKHIR

Penyusun:

- 1. Hayu Hening P D0C006049**
- 2. Riza Hanifah D0C006104**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2011

Komunikasi adalah ilmu yang sangat penting di dalam kehidupan manusia. Komunikasi sangat mendasari pada setiap aktivitas, baik dalam hal berinteraksi maupun untuk mencapai suatu tujuan. Secara kodrati, manusia sebagai makhluk sosial senantiasa terlibat dalam komunikasi di lingkup komunitasnya untuk menjalankan aktivitas dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi : penyampaian gagasan, emosi, keterampilan , dan sebagainya, dengan menggunakan lambang-lambang – kata-kata , gambar, bilangan, grafik dan lain-lain.kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi (Effendy, 1999:48). Dengan kata lain, “komunikasi diibaratkan sebagai suatu proses penyampaian informasi dan penyampaian makna dari satu individu ke individu yang lain.” (Ruslan, 2003: 83).

Komunikasi yang bersifat dua arah dapat menciptakan hubungan baik antara organisasi dengan internal *stakeholdernya*. Dalam upaya menciptakan hubungan baik tersebut, sebuah organisasi atau perusahaan memerlukan media komunikasi internal yang dapat menjembatani penyampaian pesan antara organisasi dan publiknya. Dalam sebuah organisasi komunikasi tatap muka saja tidak cukup. Komunikasi tatap muka terjadi hanya selintas, tetapi dengan adanya media komunikasi bisa menjadi jembatan komunikasi antara top manajemen dan karyawan atau antara perusahaan dengan publiknya (Soemirat&Ardianto, 2008:27). Sehingga diperlukan sebuah media untuk penyebaran informasi yang dapat menjangkau seluruh publik dalam lingkungan organisasi.

Media internal bisa menjadi salah satu media komunikasi internal organisasi atau perusahaan. Media internal diterbitkan untuk keperluan organisasi terutama internal publik organisasi. Tujuannya agar internal publik tetap mendapat informasi seputar kebijakan dan kegiatan yang dilaksanakan perusahaan. Sehingga visi dan misi perusahaan dapat tersampaikan dengan baik melalui media internal. Jadi, penerbitan media internal ini merupakan kegiatan komunikasi untuk memenuhi kepentingan dua pihak yakni, kepentingan organisasi atau perusahaan dan kepentingan internal publik.

Sebagai sarana komunikasi internal, media internal memiliki berbagai macam bentuk, salah satunya adalah *house journal*. “*House journal* merupakan salah satu bentuk media internal yang berbentuk cetak yang didistribusikan dari organisasi

kepada para pegawai. Karena sifatnya yang relatif permanen, bisa menjadi referensi, dan berpengaruh besar, maka publikasi cetak masih tetap menjadi alat utama komunikasi karyawan.” (Cutlip & Center & Broom, 2007:272).

Dalam *project* ini nantinya tim kami akan bekerja sebagai bagian dari divisi penerbitan Humas Fisip Universitas Diponegoro yang akan melakukan kegiatan perencanaan dan pembuatan Media Internal Fisip Undip. Berdasarkan rencana kerja kami, melalui proposal ini mengajukan pembuatan majalah internal Fisip Universitas Diponegoro dengan nama “*FIScomm* ” yaitu singkatan dari Fisip Community.

Tujuan pembuatan media ini adalah untuk menghasilkan media Internal Fisip Undip yang memiliki kreatifitas yang tinggi baik dalam segi isi maupun desainnya. Sesuai dengan kaidah pembuatan media internal yang benar. Serta menjadi sarana media komunikasi antar mahasiswa Fisip Undip.

Isi halaman majalah internal Fisip Undip Fiscomm diantaranya :

Keterangan :

Halaman 1	Cover	Halaman 20&21	Kuliner
Halaman 2	Iklan Corporate	Halaman 22&23	Artikel
Halaman 3	Catatan Editorial	Halaman 25-27	Pendidikan
Halaman 4&5	Content	Halaman 28	Iklan corporate
Halaman 6&7	Teknologi	Halaman 29	Inbox mail
Halaman 8-11	Top News	Halaman 30&31	Resensi
Halaman 12&13	Inspiring	Halaman 32&33	Traveling
Halaman 14	Iklan Corporate	Halaman 34&35	Fashion
Halaman 15&16	Informasi	Halaman 36	Cover
Halaman 17-19	Branding image		

Penjelasan konsep rubrik yang diangkat :

- ***Cover***
Sampul depan dan belakang majalah.
- ***Iklan Non Komersial***
Iklan sosial yang mengandung nilai moral.
- ***Catatan Editorial***
Catatan dari editor majalah yang menyampaikan gambaran umum tentang headline isi majalah.
- ***Content***
Kumpulan daftar rubrik majalah dari redaksi
- ***Branding Image***
Mengupas tentang kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh Fisip Undip
- ***Teknologi***
Rubrik ini membahas tentang informasi cara memilih laptop murah tahan banting.
- ***Pendidikan***
Mengulas tentang salah satu profil mata kuliah yang ada di Fisip yang bisa menjadi acuan mahasiswa untuk belajar
- ***Resensi***
Mengupas dan mengulas sebuah buku dari sudut pandang dosen dan mahasiswa
- ***Top News***
Rubrik ini berisikan bahasan mengenai tema utama yang akan diangkat pada penerbitan bulan ini.
- ***Inspiring***
Memuat informasi dari mahasiswa berprestasi yang dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa lainnya.

- ***Informasi***
Rubrik ini mengulas tentang informasi beasiswa yang dapat dimanfaatkan oleh semua civitas akademika

- ***Kuliner***
Berisi tentang referensi tempat-tempat berkumpul yang biasa dikunjungi oleh mahasiswa. (Coffee shop)
- ***Fashion***
Berisi informasi tentang gaya berbusana batik di kalangan mahasiswa
- ***Inbox mail***
Berisi tentang tanya jawab dari mahasiswa kepada nara sumber .
- ***Artikel***
Berisi tentang esai atau tulisan informatif yang di buat oleh mahasiswa
- ***Travelling***
Rubrik mengenai informasi tempat wisata yang ada di Semarang

Job Descriptions

Pembuatan majalah Internal Fisip Undip ini dilakukan oleh Tim keredaksian yang terdiri dari dua orang dengan pembagian tugas sebagai berikut: redaktur, jurnalis / reporter, *layouter*, dan fotografer. Adapun *jobdesk* dari masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Redaktur (Hayu Hening Pawestri)
2. Peliput Berita / Reporter (Hayu, Riza)
3. Fotografer dan *Photo editing* (Riza Hanifah)
4. Disain dan *Layouter* (Hayu Hening Pawestri)

Dari hasil keseluruhan survey yang dilakukan pada tanggal 1 dan 2 Desember 2010 dapat diambil kesimpulan bahwa media internal untuk Fisip Undip yang dinilai tepat adalah majalah, dengan tampilan *cover* merupakan gabungan dari ilustrasi foto dengan *art work*, menggunakan gaya bahasa yang informal, dilengkapi dengan bermacam-macam warna atau full colour, serta dengan tampilan *layout* yang enerjik dan dinamis. Kemudian untuk isi majalah, rubrik pendidikan menempati peringkat pertama, dilanjutkan dengan teknologi, inbox mail atau surat pembaca, fashion, tips, kemudian yang terakhir adalah entertainment, dengan jumlah halaman sebanyak 36 halaman dengan ukuran kertas A4, dengan posisi cetak *portrait*.

Judul dari media internal Fisip Undip ini adalah “FIScomm” yaitu kepanjangan dari Fisip Community yang bisa memiliki arti yaitu, suatu wadah atau sarana yang beranggotakan keluarga besar Fisip Undip yang berfungsi sebagai media aspirasi, masukan, pendapat, informasi, hiburan, dan yang pasti juga berkaitan dengan kebijakan-kebijakan Fisip Undip, serta informasi yang bersifat edukatif dan informatif.

PELAKSANAAN KERJA REDAKTUR

Dalam pembuatan sebuah majalah kedudukan seorang redaktur dianggap sangat penting kehadirannya, ialah jurnalis yang bertugas mengedit, dalam arti menilai dan mempertimbangkan kelayakan dan kepentingan hasil karya para reporter untuk dijadikan berita atau komentar, dan menyusunnya kembali menjadi produk jurnalistik yang siap cetak. (Suhandang, 2004 : 55). Seorang redaktur juga dapat dikatakan sebagai seorang pemimpin dalam pembuatan majalah. Seorang redaktur memiliki kewajiban membimbing, mengarahkan dan menyalurkan inisiatif dari seorang reporter atau wartawan, sehingga reporter tidak hanya menunggu berita namun dapat berinisiatif untuk mencari berita. Selain melakukan bimbingan dan arahan bagi jurnalisnya seorang redaktur juga memiliki tugas pengawasan terhadap hasil tulisan dari jurnalisnya sehingga hasil dari tulisan yang akan diterbitkan memiliki mutu dan kualitas yang dapat menarik perhatian dari pembaca. (Soemirat & ardianto, 2008: 33)

Menurut Yunus dalam buku karangannya yang berjudul jurnalistik terapan fungsi redaksional memiliki fungsi yang mengatur dan mengelola segala proses peliputan dan penulisan berita yang akan diterbitkan. Fungsi redaksional identik dengan struktur dan mekanisme yang mengatur para wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistik, mulai dari pencarian bahan berita, penilaian kelayakan berita, dan penulisan berita hingga siding redaksi untuk memutuskan terbit atau tidaknya sebuah artikel. (yunus, 2010 : 120)

Dengan adanya tugas pengawasan serta pengarahan terhadap jurnalis dan fotografernya seorang redaktur sebelum memberikan tugas terhadap jurnalis dan fotografernya harus menetapkan sasaran pokok isi pemberitaan penerbitan sesuai dengan news schedule atau jadwal tentang segala peristiwa dan kejadian yang sedang dan akan terjadi dan dinilai layak

menjadi materi isi pemberitaan penerbitan yang sudah ditetapkan untuk edisi tersebut. Hal terpenting dari tugas yang dimiliki oleh seorang pemimpin redaksi yang lebih dikenal dengan sebutan redaktur adalah menjaga team work atau kerja tim yang sangat menentukan hasil dari penerbitan sebuah majalah dan dapat sangat menentukan kualitas serta kuantitas dari sebuah majalah. (Soemirat & Ardianto, 2008: 33)

PELAKSANAAN KERJA REPORTER

Wartawan atau reporter adalah orang yang melakukan pekerjaan kewartawanan dan atau tugas-tugas jurnalistik secara rutin atau dalam definisi lain sebagai mencari dan menyusun berita untuk dimuat di media massa, baik media cetak, media elektronik maupun media *online* (Yunus, 2010:38).

Dalam pembuatan media internal, seorang reporter atau wartawan sangat berperan aktif dalam meliput suatu berita, dilihat dalam pelaksanaannya seorang reporter atau wartawan adalah menyajikan fakta, menafsirkan fakta dan mempromosikan fakta. Dalam pelaksanaannya seorang wartawan harus memiliki tanggung jawab moral dalam mengemban tugas dengan sikap dasar yang obyektif, akurat, proporsional dan atas dasar iktikat baik (Yunus, 2010:40).

Untuk melaksanakan tugasnya, seorang wartawan harus memiliki bekal mental yang kuat. Kejujuran, tanggung jawab, dan akurat dalam setiap penyajian berita harus menjadi komitmen yang melekat pada diri profesi seorang reporter/ wartawan (Yunus, 2010:38).

Dalam bab ini akan membahas secara lengkap tugas dan peran reporter dalam proses pembuatan majalah internal “FIScomm” mulai dari persiapan sebelum peliputan hingga proses produksi naskah.

1. Tahap pra produksi naskah

a. Menyiapkan alat untuk wawancara

Dalam melakukan pengumpulan data majalah internal FIScomm, seorang reporter memerlukan peralatan yang mendukung untuk melakukan peliputan berita.

b. Mencari informasi data narasumber

Seorang reporter atau wartawan memerlukan data atau informasi untuk dijadikan suatu berita. “Dalam pengumpulan informasi untuk *house jurnal* menggunakan tiga sumber informasi utama yaitu pengamatan langsung, melakukan wawancara dan menelusuri laporan, dokumen dan bahan referensi lainnya” (Soemirat& Ardianto, 2008:37).

c. Membuat pointer pertanyaan

Didalam pengumpulan data majalah internal FIScomm, sebelum melakukan wawancara dengan narasumber langkah yang tepat yang dilakukan reporter adalah membuat pointer-pointer pertanyaan yang akan diajukan kepada nara sumber.

2. Tahap produksi naskah

a. Liputan wawancara langsung

Liputan atau reportase merupakan salah satu kegiatan yang ditempuh wartawan atau jurnalis dalam pencarian bahan atau materi yang akan dijadikan berita (Yunus, 2010:55). Liputan merupakan aktivitas penting yang menandakan dinamika kegiatan jurnalistik. Disamping harus dilakukan secara optimal, liputan atau reportase membutuhkan ketrampilan tersendiri.

b. Membuat naskah / berita

Dalam membuat naskah berita seorang reporter atau wartawan membutuhkan keterampilan khusus, yaitu teknik menulis. Menulis naskah bergantung kepada bentuk naskah yang akan ditulis. Secara garis besar bentuk-bentuk naskah *majalah internal* adalah bentuk berita, berita, *feature*, *news feature* dan artikel. Teknik penulisan yang baik selalu digunakan di dalam pembuatan berita, artikel, dan isi majalah, sehingga terdapat kesinambungan dalam membacanya.

Sesuai dengan fungsi yang telah disebutkan pada bab I, fungsi media internal adalah ajang komunikasi antar karyawan, media bagi staf PR dalam tulis menulis, nilai tambah bagi PR untuk menerbitkan in house journal yang bermutu, terbit berkala dan teratur, penampilan profesional, lay out dan isi yang ditata apik, serta cover menarik. Berdasarkan hasil survey, responden mahasiswa Diploma III dan Strata I menginginkan media internal yang sarat akan informasi dan

hiburan. Melihat dari fungsi media internal dan keinginan responden di atas, maka kami telah menerbitkan media internal yang memiliki kreatifitas yang tinggi baik dalam segi isi maupun desainnya. Sesuai dengan kaidah pembuatan media internal yang benar. Serta menjadi sarana media komunikasi antar mahasiswa Fisip Undip.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi di lapangan, baik dalam proses pengambilan data atau survey maupun pada saat proses percetakan, antara lain kurangnya fasilitas yang mendukung, yakni kelengkapan peralatan, serta kesalahpahaman pengertian dalam berkomunikasi dengan orang lain. Namun semua kendala tersebut dapat teratasi dengan baik.

Meskipun demikian, project ini pada akhirnya dapat terlaksana berkat dukungan dari banyak pihak, antara lain kerjasama yang baik antara anggota kelompok, dan pihak-pihak yang terkait, serta penuangan ide-ide kreatif yang tentunya tidak lepas dari pengawasan dan bimbingan dari dosen pembimbing.

Project kami masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi terciptanya hasil karya yang lebih baik. Semoga hasil karya project kami dapat memberikan manfaat yang positif bagi semua pihak yang membutuhkan.

ABSTRACTION

Internal media of internal communication media within an organization or company. Internal media published for purposes of internal organization, especially public organizations. The goal for the internal public are informed about policies and activities implemented company. So the vision and mission can be conveyed best through internal media. Thus, internal media publishing is a communication activities to meet the interests of the two parties, organizations or corporate interests and the interests of public internal.

The title of the internal media Fisip Undip is "FIScomm" which stands for Community Fisip which could have a meaning that is, a container or means consisting of a large family Fisip Undip that serves as a medium aspiration, input, opinions, information, entertainment, and certainly also related policies Fisip Undip, as well as information that is instructive and informative, fresh and up to date.

Internal media FIScomm is an internal media published every three months. Powered by a design that is not monotonous, colourfull, design and artwork, namely the combination of the abstract artwork and photo illustration. The content of our magazine is 40% under the theme of the organization, 20% and 40% non-organization of entertainment. The content of our magazine are: Cover, non-commercial advertising, editorial notes, content (content), image branding, technology, education, reviews, top news, inspiring, information, culinary, fashion, inboxmail, articles, travel.

In making the internal medium, the writer served as editor as well as reporters. An editor assigned to conduct the process of editing (editing), an opinion editorial, proposing and writing news / photos to be loaded, giving direction to all the editorial team of the news that will be loaded on every issue, directing and fostering reporter in search of news and catch up news sources , determine the appropriateness of a news, photos, and design for a publishing house, planning the content for each issue, develop, nurture, build a lobby with news sources. While the task is to find a reporter and news sources are assigned to interview the editor, write the interview.

Internal media FIScomm still far from perfection, so we desperately need the criticism and constructive suggestions from readers.

ABSTRAKSI

Media internal media komunikasi internal di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Media internal diterbitkan untuk keperluan organisasi terutama internal publik organisasi. Tujuannya agar internal publik tetap mendapat informasi seputar kebijakan dan kegiatan yang dilaksanakan perusahaan. Sehingga visi dan misi perusahaan dapat tersampaikan dengan baik melalui media internal. Jadi, penerbitan media internal ini merupakan kegiatan komunikasi untuk memenuhi kepentingan dua pihak yakni, kepentingan organisasi atau perusahaan dan kepentingan internal publik.

Judul dari media internal Fisip Undip ini adalah “FIScomm” yaitu kepanjangan dari Fisip Community yang bisa memiliki arti yaitu, suatu wadah atau sarana yang beranggotakan keluarga besar Fisip Undip yang berfungsi sebagai media aspirasi, masukan, pendapat, informasi, hiburan, dan yang pasti juga berkaitan dengan kebijakan-kebijakan Fisip Undip, serta informasi yang bersifat edukatif dan informatif, segar dan up to date.

Media internal FIScomm adalah media internal yang terbit setiap 3 bulan sekali. Didukung oleh desain yang tidak monoton, colourfull, dan berdesain artwork, yaitu gabungan antara hasil karya seni abstrak dan ilustrasi foto. Isi dari majalah kami adalah 40% yang bertema organisasi, 20% non organisasi serta 40% hiburan. Isi dari majalah kami adalah : *Cover, iklan non komersial, catatan editorial, content (daftar isi), branding image, teknologi, pendidikan, resensi, top news, inspiring, informasi, kuliner, fashion, inboxmail, artikel, travelling.*

Dalam pembuatan media internal ini penulis bertugas sebagai redaktur sekaligus reporter. Seorang redaktur bertugas melakukan proses penyuntingan (*editing*), membuat opini redaksi, mengusulkan dan menulis berita/foto yang akan dimuat, memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi, mengarahkan dan membina reporter dalam mencari berita dan mengejar sumber berita, menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan disain untuk sebuah penerbitan, membuat perencanaan isi untuk setiap penerbitan, mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan sumber-sumber berita. Sedangkan tugas seorang reporter adalah mencari dan mewawancarai sumber berita yang ditugaskan redaktur, menulis hasil wawancara.

Media internal FIScomm masih jauh dari kesempurnaan, maka kami sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.