

**Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan
“Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java**

TUGAS AKHIR

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan
Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

Putri Bela Pintari

14030114060022

PROGRAM STUDI DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Putri Bela Pintari
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030114060022
3. Tempat / Tanggal Lahir : Karawang, 30 Juli 1996
4. Jurusan / Program Studi : D-III / Hubungan Masyarakat
5. Alamat : Kp. Kaum Tengah Gg. Hj. Arwah no.35
Bekasi-Jawa Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

***Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita”
di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java***

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 28 Juli 2017

Pembuat Pernyataan,

Putri Bela Pintari

NIM.14030114060022

PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal
Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia
Central Java

Nama Penyusun : Putri Bela Pintari

NIM : 14030114060022

Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Diploma III.**

Dekan Semarang,.....
Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si
NIP 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
NIP 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing :

1. **Much Yuliyanto, S.Sos, M.S** (.....)

Dosen Penguji :

1. **Primada Qurrota Ayun, S.I.Kom, MA** (.....)

2. **Much Yuliyanto, S.Sos, M.S** (.....)

MOTTO

*Kalau mimpimu belum tercapai, jangan pernah ubah mimpinya, tapi
ubah strateginya*

(Merry Riana)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Terima kasih Ya Allah SWT atas segala nikmat dan sehat serta karunia-Mu yang luar biasa.

Terima kasih kepada Ayah Dedi Suhendri dan Mamah Julaeha serta saudara perempuan saya Yulia Dewi Mustika , selaku keluarga saya yang telah memberi doa dan support serta energi positifnya kepada saya selama ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis haturkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. Penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan didalam penulisan maupun kekurangan telitian dalam pengertian.

Tugas Akhir ini membuat penulis mendapatkan pengalaman dan ilmu baru yang sangat bermanfaat. Tentu dalam menyelesaikannya, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan ucapan *terimakasih* kepada :

1. Allah SWT atas perlindungan, limpahan rahmat dan karunia yang telah diberikan selama hamba hidup didunia
2. Kepada kedua orang tua, khususnya Mamah dan keluarga yang selalu memberikan do'a, kepercayaan, baik dukungan moril dan materil yang telah diberikan
3. Agus Naryoso, S.Sos,M.Si selaku ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat.
4. Much Yuliyanto, S.Sos,MA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan penulis selama penelitian
5. Ibu Ida Lukitowati, Selaku Public Affairs & Communication yang telah memberikan bimbingan dan memberikan penulis banyak informasi selama penelitian ini
6. Karyawan Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java (Pak Man, Mas Andi, Mas Candik, Mas Purwo, Mas Fandi, Pak Hassan, dan lainnya) yang tidak saya bisa sebutkan satu-satu atas kebaikannya dalam membantu penulis saat mengadakan kegiatan selama penelitian

7. Nadia Zulfa, sebagai *best friend & partner* penulis yang selalu ada menemani penulis dalam menemani selama kuliah sampai menjalankan proses penelitian berakhir
8. Teman-Teman See You On Top (Desi & Lala), team ekekek (Vashtina, Tika, Adam, Dian, Fera & Albab) yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama mengikuti dan menyelesaikan Tugas Akhir sampai pengerjaan laporan ini selesai
9. Teman-teman *Public Relations* 2014 yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis
10. Teman-teman dari divisi mikat (Desi, Alwan, Ijul, Jihan, Ilham, Vigo, Thera, Zidan, galih), kalian adalah adek-adek terhebat yang aku kenal, terimakasih untuk dukungannya selama ini. Good luck for you all !!!
11. Teman-teman dari divisi Budaya Seni (Ka paung, Putri, Diyah, Rina, Iyan, Ardha) pokoknya kalian luar bisa!!
12. Teman-teman dari Organisasi yaitu UKM Peduli Sosial & HMPS Humas Undip atas pemberian semangatnya dalam menjalankan proses pelaksanaan penelitian
13. Serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, terimakasih untuk dukungannya selama ini

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat membantu penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir ini yang tentunya tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Masih banyak kekurangan yang penulis lakukan dan penulis sangat terbuka akan kritik dan saran yang dapat membangun kesempurnaan bagi Tugas Akhir. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat dimudahkan dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java”. Tugas Akhir ini membuat penulis mendapatkan pengalaman dan ilmu baru yang sangat bermanfaat.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana “Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. Tugas akhir ini terdiri dari 5 (lima) bab yaitu :

BAB I, berisi uraian dari latar belakang yang memberikan penjelasan karyawan mengenai media internal perusahaan di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java khususnya pada tabloid “Antarkita”, dimana latar belakang ini berisi mengenai keluhan kesah karyawan dalam menilai tabloid “Antarkita” yang seharusnya memiliki fungsi penting dalam menjalankan perannya sebagai media komunikasi Internal. Rumusan masalah, bagaimana Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java”. Tujuan penelitian ini penulis ingin mengetahui Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. Kegunaan penelitian agar perusahaan dapat mengetahui penilaian yang diberikan karyawan terhadap tabloid “Antarkita”. Juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk pembuatan tugas akhir lainnya. Teori yang digunakan dalam pembuatan adalah teori yang diungkapkan oleh Kolter mengenai teori persepsi. Definisi Konseptual menjelaskan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada kajian pustaka yang dirumuskan. Sedangkan definisi operasional, menjabarkan konsep atau teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II, pada bab ini berisi uraian mengenai gambaran umum Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. Visi dan Misi Perusahaan, elemen-elemen dasar lambang perusahaan dan struktur perusahaan.

BAB III, pada bab ini penulis ingin menguraikan hasil temuan penelitian tugas akhir. Dalam temuan penelitian ini menjelaskan hasil data yang telah diolah dari hasil perhitungan jawaban responden dan kemudian di deskripsikan

BAB IV, berisi tentang analisis dan pembahasan yang dilakukan penulis. Dalam bab ini membahas tentang hasil dari setiap indikator yang sudah diolah pada bab sebelumnya, dimana indikator pada penelitian yang akan dibahas adalah : Perhatian "*attention*", penerimaan kesan, penafsiran, pandangan dan pengetahuan.

BAB V, berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat untuk menjawab tujuan penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran ditujukan untuk Coca-cola Amatil Indonesia Central Java.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis maupun pembaca dan dapat dijadikan sebuah referensi dalam membuat tugas akhir lainnya.

Semarang, 28 Juli 2017

Putri Bela Pintari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEALSIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAM PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xvi
ABSTRACT.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kajian Pustaka.....	10
1.5.1 Public Relations.....	10
1.5.2 Persepsi.....	13
1.5.2.1 Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi.....	16
1.5.2.2 Faktor-faktor structural yang menentukan persepsi.....	16
1.5.3 Media Internal Perusahaan.....	16

1.5.4	Pola Komunikasi & Keberadaan House Journal.....	19
1.6	Definisi Konseptual & Operasional	20
1.6.1	Definisi Konseptual	20
1.6.2	Definisi Operasional	20
1.7	Metoda Penelitian.....	22
1.7.1	Tipe Penelitian.....	22
1.7.2	Populasi dan Sampel.....	22
1.7.2.1	Populasi.....	20
1.7.2.2	Sampel.....	20
1.7.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
1.7.3	Sumber Data.....	25
1.8	Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.8.1	Alat Pengumpulan Data.....	25
1.8.2	Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.9	Teknik Pengelahan Data.....	25
1.10	Teknik Analisis Data.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM & PROFILE PERUSAHAAN DI COCA-		
COLA AMATIL INDONESIA.....		27
2.1	Sejarah berdirinya the coca-cola company.....	29
2.2	Sejarah berdirinya coca-cola di Indonesia.....	30
2.3	Visi, Misi & Nilai-nilai Perusahaan.....	31
2.4	PR Coca-cola Amatil Indonesia dalam hubungan eksternal dan internal.....	32
2.5	Tanggung Jawab PR CCAI.....	33
2.6	Kegiatan yang dilakukan oleh PR CCAI.....	34
2.7	Struktur Organisasi CCAI Central Java.....	41
BAB III TEMUAN PENELITIAN.....		48
3.1	Karakteristik Responden	48

3.1.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
3.1.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	50
3.1.3	Karakteristik responden berdasarkan lulusan.....	51
3.2	Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java.....	52
3.2.1	Perhatian (attention).....	53
3.2.2	Penerimaan Kesan.....	64
3.2.3	Penafsiran.....	76
3.2.4	Pandangan dan pengetahuan.....	83
BAB IV PEMBAHASAN.....		91
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Prosentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 3.2	Prosentase responden berdasarkan Usia.....	50
Tabel 3.3	Prosentase responden berdasarkan lulusan.....	52
Tabel 3.4	Pendapat Karyawan mengenai Media Internal Perusahaan “antarkita” pada saat ini	54
Tabel 3.5	Tingkat keseringan karyawan membaca tabloid “Antarkita”	55
Tabel 3.6	Kerutinan karyawan membaca tabloid “Antarkita”.....	56
Tabel 3.7	Tingkat Karyawan.....	57
Tabel 3.8	Waktu karyawan membaca tabloid “Antarkita”.....	58
Tabel 3.9	Ketepatan waktu dalam membagikan tabloid “Antarkita”.....	59
Tabel 3.10	Informasi dan seputar fakta yang disampaikan tabloid “Antarkita” bermanfaat bagi karyawan.....	60
Tabel 3.11	Tujuan membaca tabloid “Antarkita”.....	61
Tabel 3.12	Tabloid “Antarkita” memiliki fungsi penting yang harus diperhatikan.....	62
Tabel 3.13	Motivasi Karyawan membaca tabloid “Antarkita”.....	63
Tabel 3.14	Kesan terhadap Cover.....	66
Tabel 3.15	Kesan terhadap Judul & lead berita.....	67
Tabel 3.16	Kesan terhadap Rubrik.....	68
Tabel 3.17	Kesan terhadap gaya huruf penulisan.....	69

Tabel 3.18 Kesan terhadap Layout.....	70
Tabel 3.19 Kesan terhadap Pemilihan Gaya Penampilan dan Tema.....	71
Tabel 3.20 Kesan terhadap Pemilihan Warna.....	72
Tabel 3.21 Kesan terhadap Gambar & Foto	73
Tabel 3.22 Kesan terhadap pemilihan informasi yang disajikan setiap rubrik.....	74
Tabel 3.23 Rubrik yang paling disukai.....	75
Tabel 3.24 Pesan & Informasi yang disajikan mudah untuk diinterpretasikan....	78
Tabel 3.25 Penyampaian bahasa yang disampaikan mudah dipahami.....	79
Tabel 3.26 Bahasa yang disampaikan komunikatif.....	80
Tabel 3.27 Tampilan & Visual tabloid telah memberikan makna.....	81
Tabel 3.28 Kesulitan dalam menafsirkan pesan.....	82
Tabel 3.29 Fungsi Tabloid “Antarkita” dapat mempermudah karyawan guna memperoleh informasi terkait kondisi perusahaan.....	85
Tabel 3.30 Tabloid “antarkita” sudah dikatakan berkualitas dalam menyajikan konten yang informative.....	86
Tabel 3.31 Tabloid “antarkita” sudah dikatakan efektif dalam melakukan komunikasi internal.....	87
Tabel 3.32 Tabloid “Antarkita” sudah sesuai dan harapan sebagai saluran komunikasi.....	88
Tabel 3.33 Isi Tabloid “Antarkita” sudah menambah pengetahuan dan wawasan.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Information Board.....	6
Gambar 2.1 Merek The Coca-cola Company.....	28
Gambar 2.2 Foto Dr. John Syth Pemberton.....	28
Gambar 2.3 Dokumentasi Tabloid Internal.....	40

ABSTRAKSI

Judul : Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java

Nama : Putri Bela Pintari

NIM : 14030114060022

Coca-cola Amatil Indonesia Central Java sebagai salah satu perusahaan multinasional di Jawa Tengah yang konsisten dalam menjaga internal perusahaan dengan baik, khususnya menjalin hubungan karyawan di perusahaan demi meningkatkan kualitas perusahaan dengan SDM yang berkualitas. Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java sangat perlu diperhatikan agar dapat mengetahui penilaian karyawan terhadap tabloid “Antarkita”. Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kuantitatif dengan memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner ke 90 responden yang merupakan karyawan Coca-cola Amatil Indonesia Central Java.

Hal ini berdasarkan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam memberikan perhatian (*attention*) kepada tabloid “Antarkita” ada dikategori baik. Kemudian pada indikator penerimaan kesan, mayoritas responden menyatakan tertarik dan memiliki kesan yang baik terhadap konsep yang disajikan tabloid “Antarkita”. Adapun dengan indikator penafsiran, bahwa mayoritas responden merasa setuju terhadap isi tabloid “Antarkita” mudah untuk diinterpretasikan. Sedangkan untuk indikator pandangan dan pengetahuan, mayoritas responden merasa setuju dengan membaca tabloid “Antarkita” dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi karyawan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa Persepsi Karyawan terhadap Fungsi Media Internal Perusahaan “Antarkita” di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java masih dikategori baik. Hal yang perlu diperhatikan lagi dalam meningkatkan keefektifan tabloid “Antarkita” sebagai saluran komunikasi internal pada karyawan yaitu dengan cara memperbanyak jumlah distribusi tabloid “Antarkita” guna tercapainya penyebaran informasi secara menyeluruh dan meningkatkan intensitas bagi karyawan di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. Disarankan tabloid “Antarkita” juga dapat terus menjawab apa yang dibutuhkan karyawan sebagai fungsi yang memberikan segala informasi terkait kondisi perusahaan dengan menyebarkan informasi secara menyeluruh kepada seluruh lapisan karyawan yang aktif di Coca-cola Amatil Indonesia Central Java.

Kata kunci : Persepsi karyawan, Media Internal Perusahaan, coca-cola amatil.

ABSTRACT

Judul : Employees' Perspectives on Functions of "Antarkita" Internal Media Company in Coca-cola Amatil Indonesia Central Java

Nama : Putri Bela Pintari

NIM : 14030114060022

Coca-cola Amatil Indonesia Central Java is one of the multinational companies in Central Java which consistently maintain its good relation, especially its relation between employees in order to improve the human resources of the company. Therefore, the perceptions of Coca-cola Amatil Indonesia Central Java employees become important to be noticed to know how the employees value the existence of "Antarkita" magazine. This research used descriptive quantitative by collecting the data from 90 respondents who are the employees of Coca-cola Amatil Indonesia Central Java.

It is based on from the research which showed that the majority of respondents in pay attention to are categorized "Antarkita" magazine there are good. Then the impression the majority of respondents said interested and have the impression good to the concept of presented "Antarkita" magazine. But with an indicator interpretation, that the majority of felt agree with the magazine "Antarkita" easy to interpreted. While for indicators sight and knowledge minority respondents feel agree by reading magazines "Antarkita" can profide knowledge and insight.

It was stated that the result of employees' perceptions was good. But sill there are things that need attention again in increase effectiveness of magazine "Antarkita" as the ducts communication internal on employees by means of multiplying the number of distribution magazine "antarkita" to the achievement of the dissemination of information thoroughly and increase the intensity for employees in Coca-cola Amatil Indonesia Central Java. It is suggested that "Antarkita" magazine can fulfill what the employees need by keep informing all updated information related to the company.

Keyword : Employees' Perspectives, Functions of Internal Media Company, Coca-cola Amatil