

MEDIA INTERNAL SEBAGAI JEMBATAN KOMUNIKASI DI DALAM PERUSAHAAN

Dewi Winarni Susyanti
Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta
dwinarni@hotmail.com

ABSTRAK

PT. Trakindo Utama melalui *Corporate Communication Department* (Corcomm) mengelola media internal, buletin *AntarKita*, buletin *Apakabar*, media *Portal-Trakindo* dan *Lotus Note*. Buletin *AntarKita* membahas mengenai kegiatan dan kemajuan yang dicapai perusahaan selama sebulan. Buletin *apakabar* adalah media informasi yang ditujukan bagi pelanggan Trakindo untuk membahas mengenai produk-produk yang dipasarkan oleh PT. Trakindo Utama. Media *Portal-Trakindo* membahas mengenai kegiatan yang dilakukan PT Trakindo dalam seminggu, sedangkan *Lotus note* merupakan layanan *email* yang digunakan oleh PT. Trakindo Utama. Melalui media internal tersebut sarana komunikasi, baik komunikasi vertikal maupun komunikasi horizontal berlangsung lancar. Komunikasi vertikal berlangsung saat pihak manajemen ingin menyampaikan pesan-pesannya atau perkembangan bisnis kepada seluruh karyawan atau saat karyawan ingin menanyakan sesuatu, memberi saran atau memberi kritik, sedangkan komunikasi horizontal adalah komunikasi antar karyawan..

Kata Kunci: *Media Internal, Public Relations, Corporate Communication Department, Portal Trakindo, Komunikasi Vertikal dan horizontal.*

Abstract

PT . Trakindo through the Corporate Communications Department (Corcomm) manage internal media , AntarKita bulletin , bulletin Apakabar , media - Trakindo Portal and Lotus Notes . AntarKita Bulletin discusses the activities and progress of the company for a month . Bulletin apakabar media information is intended for customers Trakindo to discuss the products marketed by PT . Main Trakindo . Media Portal - Trakindo discuss the activities carried out by PT Trakindo in a week , while Lotus notes is an email service that is used by PT . Main Trakindo . Media through the internal means of communication , communication both vertical and horizontal communication takes place smoothly . Vertical communication takes place when the management wanted to convey their message or business development to all employees or current employees want to ask something , make a suggestion or provide feedback, whereas horizontal communication is communication between employees ..

Keywords : *Internal Media , Public Relations , Corporate Communications Department , Portal Trakindo , Vertical and Horizontal Communication*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Media internal diterbitkan oleh organisasi atau perusahaan untuk memberitakan kegiatan dan program-program organisasi. Media ini diterbitkan oleh *Corporate Communication*

(*Corcomm*) *Department* sebagai pelaksana fungsi *public relations* untuk menjembatani publik yang berada di dalam perusahaan, yakni para pimpinan dan karyawannya dan dapat digunakan sebagai alat komunikasi untuk melakukan

publisitas atau merespon pembacanya. Sebagai alat publisitas, media internal dikemas sedemikian rupa agar menarik dan mengandung nilai berita. Wajar bila dinyatakan, media itu menjadi perangkat yang sangat penting dan sangat efisien bagi pencitraan perusahaan.

Permasalahan *Corcomm Department* dalam mengelola media internal adalah: Bentuk dari media internal, program yang dirancang, strategi yang diterapkan, dan hambatan yang dihadapi Divisi *Corcomm* dalam mengelolanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Frank Jefkins (2008) menyatakan, bahwa tugas dan fungsi utama PRO atau pejabat humas tidak terlepas dari bidang informasi dan komunikasi mengenai kegiatan (aktivitas) perusahaan yang diwakilinya, untuk disampaikan kepada komunikan (publik) sebagai sasaran atau targetnya. Menurut Rosady (2009:90), pihak *public relations* menitik beratkan segi "publisitas" (*publicity*). Penyampaian berita dalam garis besarnya lebih menonjolkan hal-hal yang berbau sensasional dan menarik perhatian pembaca, menonjolkan peristiwa tertentu (*event*), pertentangan (*conflict*), dan ide atau info terbaru (*new idea and information*).

Rachmady (2010:88) dan Anggoro (2010:76), kegiatan yang dikelola praktisi PR mengandung sejumlah penting yang memiliki implikasi manajerial bagi diri pribadi dan tim. Sebagai praktisi PR, tugas dan tanggungjawab PRO/pejabat humas adalah menciptakan kepercayaan, kejujuran dalam memberikan informasi dan publikasi yang baik kepada masyarakat, yang didukung dengan kiat dan teknik-teknik tertentu untuk memperoleh citra bagi perusahaan yang diwakilinya.

LUARAN DAN MANFAAT

Hasil dari penelitian akan dituangkan dalam penyusunan materi berbasis kompetensi industri, karena pengetahuan

yang diperoleh di lapangan merupakan pengalaman langsung, yang sangat bermanfaat dalam proses belajar mengajar.

METODOLOGI

Penelitian mengenai PR dapat dilakukan secara eksploratis (menjelajah). Deskriptif (penggambaran) dan eksploratoris (penjelasan). Menurut Soehartono, dalam bukunya *Metode Penelitian Sosial* (2002:53), penelitian eksploratis salah satunya dapat dilakukan melalui survey lapangan, yaitu kegiatan penelitian melalui pencarian pengalaman dari para praktisi, profesional atau bidang keahlian tertentu terhadap pihak-pihak (responden) yang dianggap *sample of representatif* melalui wawancara, penyebaran kuesioner untuk memperoleh jawaban secara terbuka dan tertutup. Tempat dan obyek penelitian adalah praktisi PR yang bekerja di *Corporate Communication PT Trakindo Utama*.

PEMBAHASAN/ ANALISIS

Dalam melaksanakan tugasnya melakukan pembinaan hubungan internal di lingkungan perusahaan, *Corporate Communication Department* (*Corcomm*) di PT. Trakindo membagi atas:

1. Pengelolaan komunikasi internal bertanggungjawab atas aktivitas yang meliputi:
 - a) Menyelenggarakan program komunikasi internal perusahaan dalam rangka penyampaian pesan-pesan organisasi dari pimpinan kepada karyawan dan menyosialisasikan kebijakan perusahaan kepada karyawan.
 - b) Menyelenggarakan kegiatan internal perusahaan yang dapat mempererat hubungan dan kerjasama karyawan.
 - c) Penyampaian respon, harapan-harapan, dan masukan-masukan dari karyawan kepada pimpinan.

2. Pengelolaan media internal bertanggungjawab atas aktivitas yang meliputi:

a) Mengelola dan mengulas media internal yang ada di perusahaan secara keseluruhan, sebagai contoh adanya topik-topik hangat yang sedang berkembang dalam perusahaan.

b) Mengelola buletin *AntarKita* dan *apakabar*. Kedua media buletin ini terbit setiap bulan. Buletin *AntarKita* membahas mengenai kegiatan dan kemajuan yang dicapai perusahaan selama sebulan, sedangkan buletin *apakabar* adalah media informasi bagi pelanggan Trakindo yang membahas mengenai produk-produk yang dipasarkan oleh PT. Trakindo Utama.

c) Mengelola media *Portal-Trakindo* dan *Lotus note*. Kedua media ini selalu diperbaharui setiap minggu. *Portal-Trakindo* membahas mengenai kegiatan yang dilakukan PT Trakindo dalam seminggu, sedangkan *Lotus note* merupakan layanan *email* yang digunakan oleh PT. Trakindo Utama.

d) Melakukan penyeleksian terhadap masukan karyawan berupa artikel-artikel apakah layak muat atau tidak. Penyeleksian ini ditujukan agar tidak adanya artikel yang tidak sopan maupun mengandung SARA di dalamnya, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman di kemudian hari.

3. Pengelolaan Kinerja Perusahaan, yang berperan sebagai:

a) Sebagai jembatan antara direksi dengan karyawan dan antara sesama karyawan. Bagian ini selalu berusaha untuk memperlancar arus komunikasi antara pimpinan dengan karyawan atau sesama karyawan agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap

kebijakan yang tetal ditetapkan. Kegiatan yang biasa dilakukan adalah: kunjungan manajemen ke cabang-cabang lainnya, pertemuan-pertemuan berkala antara direksi dan karyawan pada awal tahun yang biasanya dilakukan pada pertengahan Januari, dan kunjungan karyawan.

b) Sebagai pembentuk image positif perusahaan agar tercipta opini internal yang baik dari karyawan terhadap perusahaan, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan rasa memiliki atau loyalitas dari karyawan terhadap perusahaan. Oleh karena itu *Corcomm* memberikan perhatian dengan membuat kartu ucapan selamat kepada mereka yang sedang berulangtahun maupun mengadakan pernikahan dan memberikan karangan bunga bagi mereka yang sedang berduka. Selain itu juga diadakan rekreasi karyawan yang biasanya dilakukan pada saat liburan sekolah, sehingga karyawan PT. Trakindo Utama dapat mengajak anggota keluarga mereka.

c) Sebagai pembina hubungan dalam tubuh perusahaan dengan melakukan berbagai macam kegiatan pada perusahaan, seperti halnya kegiatan HUT Trakindo, HUT RI, Halal bil Halal, rekreasi karyawan, kegiatan olahraga bersama, dan lain sebagainya.

Kegiatan-kegiatan *Corporate Communications Department* dalam menjalin komunikasi dengan karyawan PT. Trakindo Utama, antara lain:

1) Pertemuan-pertemuan berkala.

Pertemuan ini biasanya dilakukan pada bulan Januari. Para direksi akan menyosialisasikan kebijakan-kebijakan baru perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk

kemudian dikomunikasi kepada para karyawan.

2) CIM (*Continuous Improvement Management*)

CIM atau dengan kata lain *Continuous Improvement Management* sudah menjadi hal biasa yang rutin dilakukan oleh karyawan di wilayah cabang/area. CIM selain untuk mengatasi kesulitan koordinasi antardepartement di operasional cabang, juga fokus pada pemantauan terhadap kebijakan yang ada. CIM dilakukan pada hari Senin dan Jumat, berfungsi untuk mengkomunikasikan kepada *sales representative* dan *supervisor*, target apa yang telah diraih minggu lalu, dan rencana apa untuk minggu depan, serta membahas mengenai kebijakan-kebijakan perusahaan baru terhadap divisinya.

3) Kunjungan Manajemen.

PT. Trakindo Utama merupakan perusahaan yang memiliki lebih dari 60 cabang yang berada di seluruh Indonesia. Untuk itu pihak management kantor pusat melakukan kunjungan ke kantor-kantor cabang tersebut untuk menggalang kedekatan hubungan baik antara pimpinan perusahaan dengan karyawannya di kantor cabang. Kunjungan ini dilakukan secara rutin. Melalui kunjungan ini diharapkan dapat menjembatani jauhnya jarak fisik antara kantor pusat Jakarta dan kantor cabang yang berada di luar kota. Seperti halnya kegiatan yang sering dilancarkan oleh manajer Jakarta *Branch* yang mengunjungi Bandung *Branch*, maupun sebaliknya.

4) Kunjungan Karyawan.

Pihak manajemen juga harus mengupayakan agar para stafnya tidak terisolasi dalam unit-unit

sendiri, sehingga mereka tidak tahu apa yang akan terjadi di bagian lain. Kesenjangan tersebut memang bisa diatasi dengan penerbitan jurnal internal secara rutin. Namun demikian kunjungan langsung akan lebih bermanfaat karena para karyawan akan dapat mengenal satu sama lain. Melalui kunjungan ini juga dapat memupuk keakraban dan rasa kekeluargaan karyawan dalam bagian yang berbeda-beda. Program ini juga mendidik karyawan, misalnya melalui perogram kunjungan ini, karyawan bagian sales admin dapat mengetahui keadaan *warehouse* Trakindo dan dapat melihat langsung berbagai macam jenis produk Caterpillar dan lain sebagainya.

Acara-Acara Kekeluargaan.

1) HUT PT. Trakindo Utama Menyambut hari ulang tahun PT. Trakindo Utama yang jatuh pada tanggal 23 Desember, biasanya diadakan acara yang disebut dengan *employee gathering*. *Employee Gathering* merupakan suatu acara yang melibatkan seluruh karyawan untuk berpartisipasi mengikuti berbagai acara untuk memeriahkan hari ulang tahun PT. Trakindo Utama. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat perayaan hari ulang tahun berupa hiburan, perlombaan-perlombaan, pemberian penghargaan kepada karyawan berprestasi dan lain sebagainya.

2) Rekreasi karyawan Tujuan diadakan rekreasi, seperti jalan santai karyawan adalah untuk mempererat hubungan kekeluargaan dan rasa persaudaraan antara sesama sesama karyawan, dan antar keluarga karyawan dengan pihak perusahaan, juga menghilangkan kejenuhan karyawan setelah

melaksanakan pekerjaan sehari-hari.

3) Halal Bil Halal

Kegiatan ini diadakan setelah hari raya Idul Fitri. Acara Halal Bil Halal ini dihadiri oleh seluruh direksi dan karyawan PT. Trakindo Utama baik yang beragama muslim maupun yang non muslim. Dalam acara ini, Direktur Utama dengan karyawan akan saling bermaafan. Ini dimaksudkan agar seluruh karyawan dalam acara silaturahmi para karyawan agar dapat lebih akrabkan para karyawan di lingkungan PT. Trakindo Utama.

4) Kegiatan Olahraga Bersama

Kegiatan olahraga bersama ini diadakan setiap hari Sabtu mulai pukul 08.00-12.00 WIB. Biasanya berupa senam pagi bersama di halaman belakang PT. Trakindo Utama yang dipimpin oleh instruktur olahraga. Kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kebugaran jasmani kepada para karyawan, sehingga karyawan dapat lebih bersemangat lagi dalam menjalankan tugas, menghilangkan kejenuhan, menjaga kesehatan tubuh serta memupuk sportivitas karyawan. Selain itu, kegiatan ini juga dapat dipergunakan sebagai sarana interaksi, tukar menukar informasi antara sesama karyawan serta mempererat hubungan kekeluargaan di lingkungan PT. Trakindo Utama. Klub-klub olahraga yang ada pada PT. Trakindo Utama antara lain: golf, futsal dan senam.

Perhatian Terhadap Karyawan

1) Memberi Kartu Ucapan Selamat

PT. Trakindo Utama selalu memperhatikan para karyawan yang sedang berulang tahun, mengadakan pesta pernikahan,

karyawan yang sakit dan lain sebagainya. Selain dengan kartu ucapan ini juga dapat dilakukan melalui bulletin *Antarkita*, *Apakabar* atau media *Lotusnote*, sehingga para karyawan dapat mengirimkan *email* untuk mengucapkan selamat atau rasa simpati kepada karyawan yang bersangkutan.

2) Membuat Papan Pengumuman

Papan pengumuman ini berisikan materi yang informatif dan terbaru mengenai segala hal yang ada kaitannya dengan perusahaan. Penggantian isi dari papan pengumuman dilakukan seminggu sekali namun untuk informasi-informasi kegiatan yang akan diadakan tidak akan diganti sebelum kegiatan tersebut terlaksana.

3) Penyeediaan Kotak Saran

Pada PT. Trakindo Utama juga terdapat kotak saran yang ditempatkan di lantai 1 yang dikelola oleh divisi HRD. Kotak saran karyawan ini merupakan salah satu jalur komunikasi untuk menyalurkan ide-ide dan inovasi karyawan secara tertulis kepada pihak manajemen. Umumnya kotak saran ini berisi tentang penilaian dari karyawan terhadap manajemen saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Bentuk dan kegiatan Internal Media di PT. Trakindo Utama dikelola oleh Bagian Komunikasi Internal yang berada di bawah *Divisi Corporate Communication* (Corcomm). *Divisi Corcomm* berfungsi sebagai jembatan antara direksi dengan karyawan dan antar sesama karyawan. Tugas utamanya adalah menyelenggarakan berbagai kegiatan yang dapat mempererat hubungan dalam internal perusahaan, khususnya mengelola media internal *Apakabar*, *Antarkita*,

Lotusnote, dan *Portal-Trakindo* serta membuat laporan manajemen perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *Divisi Corcomm* utamanya untuk menjalin komunikasi.

Permasalahan yang dihadapi oleh *Divisi Corcomm* dalam menjalin komunikasi internal antara lain:

- 1) kurangnya partisipasi dari karyawan,
- 2) tenaga praktisi PR yang sangat terbatas dan
- 3) tidak adanya pembagian tanggungjawab dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Strategi yang dilakukan oleh *Divisi Corcomm* untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pendekatan langsung kepada karyawan dan mengumumkan melalui *Lotusnote* serta melibatkan para karyawan dalam menyelenggarakan acara-acara perusahaan serta saling mengisi dan membantu tugas-tugas yang akan dikerjakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar, (2010), *Teori & Profesi Kehumasan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Barwise, (2009), *Pattern of Public Relations, Journal of Public Relations*.
- Jefkins, Frank, (2008), *Public Relations untuk Bisnis* – ed. terjemahan, Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Mulyana, Deddy, (2008), *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja rosdakarya, Bandung.
- Rachmad, Jalaludin, (2010), *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rachmadi, F, (2010), *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ruslan, Rosady, (2009), *Praktik dan Solusi Public Relations*, Ghalia Indonesia, Jakarta