

**PENGELOLAAN MAJALAH INTERNAL PT. ASAHIMAS CHEMICAL CILEGON
BANTEN**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pengelolaan Majalah Asahimas dalam Mendukung Komunikasi
dan Informasi Edisi Januari - Desember Tahun 2015)

NASKAH PUBLIKASI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

APRILIA SAZILA SARI

20140530218

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul:

**Pengelolaan Majalah Internal PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten (Studi Deskriptif
Kualitatif Pengelolaan Majalah Asahimas dalam Mendukung Komunikasi dan Informasi Edisi
Januari-Desember Tahun 2015)**

Aprilia Sazila Sari

20140530218

Yang disetujui oleh:



Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

ABSTRAK

PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten merupakan salah satu perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) dan memiliki jumlah karyawan sekitar kurang lebih 1.500 karyawan. PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten menggunakan majalah Asahimas sebagai satu-satunya media internal yang dicetak untuk mendukung adanya alur komunikasi internal perusahaan. Majalah Asahimas berisi berbagai informasi internal seperti kegiatan perusahaan, informasi berbagai departemen dan karyawan serta kebijakan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan validitas data yang dilakukan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim redaksi memiliki tahapan dalam proses pengelolaan majalah Asahimas. Tahapan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu perencanaan, pengumpulan bahan artikel, proses *layout*, dan proses distribusi namun dalam proses pelaksanaannya masih kurang maksimal. Salah satu penghambat proses pengelolaan majalah ada pada tim redaksi yang hanya bersifat sebagai *volunteer* sehingga tidak memiliki peranan penuh dalam proses pengelolaan. Peranan majalah Asahimas sebagai fungsi komunikasi yaitu sebagai media informasi, sosialisasi dan edukasi serta belum memiliki peranan persuasi. Fungsi majalah sebagai jembatan antar karyawan masih bersifat satu arah sehingga belum dapat dikatakan efektif. Komposisi dari rubrik majalah Asahimas terdiri dari tiga unsur yaitu informasi, edukasi, dan rekreasi.

Kata Kunci : Pengelolaan Majalah, Komunikasi Internal, Informasi

ABSTRACT

PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten is one of the Foreign Investment Company (PMA) which has approximately 1,500 employees. PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten uses Asahimas magazine as the only internal media that is printed in order to support the internal corporate communication flow. Asahimas magazine contains various internal information such as corporate activities, information of various departments and employees, likewise company policies. The research method is qualitative descriptive research with data collection through interview and documentation. The Writer did interviews with the contributing editor of Asahimas Magazine, the chief or company management team, Public Relations of PT. Asahimas Chemical, as well as company employees. Data analysis technique in this study uses qualitative data analysis techniques with the validity of data which is conducted using source triangulation.

The result shows that the editorial team has stages in the process of managing Asahimas magazine. There are several stages, namely planning, article material collection, layout process, and distribution process. However, the implementation of those stages is still not maximal. One of the obstacles in the magazine management process is on the editorial team that is merely voluntary so it does not have a full role in the management process. Asahimas magazine as a communication function is only has role as a medium of information, socialization, and education but it has not had the role of persuasion. The function of the magazine as a bridge between employees is still one way. The composition of Asahimas magazine consists of three elements, namely information, education, and recreation.

Keywords: Magazine Management, Internal Communication, Information

PENDAHULUAN

Komunikasi organisasi merupakan salah satu bentuk komunikasi antar manusia yang saling berinteraksi dan dipengaruhi oleh tujuan tertentu. Menurut Goldhaber (Arni Muhammad, 1995: 67) mengatakan komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau berubah-ubah. Komunikasi dalam organisasi bersifat penting, hal ini dikarenakan adanya fungsi utama komunikasi yaitu terdiri dari pengendalian, motivasi, pengungkapan emosi dan informasi. Komunikasi yang baik juga dapat terbentuk dengan adanya media yang menjadi sarana dalam alur komunikasi tersebut. Ada beberapa jenis media yang dapat digunakan dalam organisasi, yang terdiri dari media eksternal dan media internal.

Media internal terdiri dari beberapa jenis salah satunya yaitu majalah. Suatu organisasi atau perusahaan juga kerap menggunakan majalah sebagai alat penunjang komunikasi. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan yang begitu besar sehingga membuat manajemen kesulitan dalam berkomunikasi dengan karyawannya secara tatap muka dengan frekuensi yang sering. Majalah merupakan

media internal perusahaan yang berisi segala informasi mengenai kegiatan internal perusahaan, kebijakan atau peraturan baru manajemen dan lainnya. Majalah juga diproduksi secara berkala dalam rentang waktu setiap bulan atau triwulan. Dengan adanya majalah dapat memudahkan alur komunikasi yang terjadi pada suatu perusahaan.

PT. Asahimas Chemical (PT. ASC) adalah perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang memproduksi beberapa jenis bahan kimia dasar untuk memenuhi kebutuhan perkembangan industri nasional (dalam negeri) agar dapat mengurangi ketergantungan pada produk impor. Semasa berdirinya PT. Asahimas Chemical telah memiliki karyawan dengan jumlah kurang lebih 1.500 karyawan. Dengan jumlah karyawan yang cukup banyak, PT. Asahimas Chemical memerlukan media internal yang baik untuk menunjang adanya alur komunikasi dalam perusahaan. Salah satu media internal yang digunakan oleh PT. Asahimas Chemical adalah majalah atau dikenal dengan majalah Asahimas. Peranan majalah Asahimas dapat memudahkan adanya komunikasi organisasi di PT. Asahimas Chemical.

PT. Asahimas Chemical juga mengumpulkan serta mengelola sendiri berbagai informasi yang ada di perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah alur komunikasi internal sehingga menciptakan adanya *two way communication* (komunikasi dua arah). Awal mula majalah Asahimas terbentuk karena inisiatif dari beberapa karyawan yang ingin memudahkan jalannya komunikasi yang ada di internal perusahaan. Beberapa karyawan membentuk keanggotaan menjadi tim redaksi dan memulai penerbitan pada bulan November 2001 dengan nama media yaitu "*Buletin Asahimas.*"

Majalah Asahimas merupakan majalah satu-satunya yang berisi segala informasi perusahaan, eksistensi serta fungsi majalah Asahimas dianggap penting bagi perusahaan. Majalah Asahimas terdiri dari berbagai rubrik seperti rubrik wajah yang memuat informasi mengenai pimpinan manajemen PT. Asahimas Chemical, Rubrik liputan yang memuat kegiatan karyawan atau departemen, rubrik Tips, dan lainnya. Majalah Asahimas dibawah tanggung jawab dari bagian *Internal Affairs Section* di Departemen General Administrasi.

Hal yang menjadi pendukung pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu majalah Asahimas merupakan satu-satunya

media internal yang dicetak berisi segala informasi mengenai perusahaan, kegiatan karyawan, informasi dari berbagai departemen, dan beberapa kebijakan yang diberikan oleh manajemen PT. Asahimas Chemical. Majalah Asahimas juga menjadi media yang belum memiliki versi online dan masih mempertahankan konsistensi versi cetak sejak tahun 2001. Majalah Asahimas terdiri dari bahasa Indonesia dengan sasaran publik yang terdiri dari karyawan Indonesia dan beberapa karyawan Jepang. Majalah Asahimas juga di susun dengan tim redaksi yang bersifat hanya sebagai *volunteer* sejak awal didirikannya majalah Asahimas.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pengelolaan majalah Asahimas dalam mendukung penyampaian komunikasi dan informasi internal perusahaan pada edisi tahun 2015. Pemilihan tahun ini dikarenakan Majalah Asahimas mulai mengalami perubahan nama dari Buletin Asahimas menjadi Majalah Asahimas serta adanya pergantian struktur dan pembagian tugas tim redaksi pada tahun tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Melalui latar belakang yang sudah ditulis oleh penulis, maka didapatkan perumusan masalah yaitu bagaimana pengelolaan majalah internal PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten dalam

mendukung penyampaian komunikasi dan informasi internal perusahaan?

KAJIAN PUSTAKA

1. Definisi Media Internal

Media internal sering disebut juga dengan media terkontrol yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara karyawan dengan manajemen. Lattimore juga menyampaikan bahwa media internal dirancang sesuai dengan kebutuhan organisasi, dimana kebutuhan tersebut merupakan sesuatu yang bermanfaat dan bermakna bagi mereka misalnya pengkomunikasian dari pucuk kepemimpinan kepada anggotanya, komunikasi terkait dengan kebijakan organisasi, dan hal-hal yang menyangkut organisasi (Lattimore dkk, 2010: 241). Adanya hubungan atau interaksi antar karyawan dengan manajemen merupakan salah satu jenis komunikasi organisasi.

2. Fungsi Media Internal

Salah satu kegunaan dari media internal yaitu menciptakan interaksi antar karyawan dan manajemen dalam perusahaan. Dengan adanya interaksi bersama akan memperkecil timbulnya konflik yang terjadi dalam perusahaan tersebut. Salah satu bentuk menciptakan interaksi antar anggota yaitu menggunakan media. Menurut

Rosady Ruslan dalam Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi (2003:180) fungsi media internal adalah:

- a. Media hubungan komunikasi internal dan eksternal, yang diedarkan atau diberikan secara gratis dalam upaya penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita (bentuk tulisan atau *photo release*) mengenai aktivitas perusahaan kepada *stakeholder*, *stockholder*, dan *employee relations*.
- b. Sebagai ajang komunikasi khusus antar karyawan
- c. Sarana media bagi staf *public relations* dalam bidang tulis menulis
- d. Nilai tambah bagi *public relations* untuk menerbitkan *in house journal* yang bermutu, terbit berkala dan teratur, penampilan *professional*, *layout* dan isi yang ditata apik, susunan redaktur, gambar, *cover* menarik serta tata warna dan sebagainya.

Baskin menjelaskan syarat-syarat dibuatnya media internal adalah (1997: 245-254):

1. Mempunyai Tujuan dan Potensi
2. Memiliki Fungsi Komunikasi
3. Objektif

4. Pengelolaan Majalah Internal

Siregar dan Rondang Pasaribu (2000:173) memaparkan alur penerbitan media internal terdiri dari perencanaan, pengumpulan bahan, penyiapan bahan, produksi, dan percetakan hingga pada tahap sirkulasi.

a. Mengarahkan perencanaan isi

Pada tahap ini, tim redaksi harus menentukan topik serta isi yang akan diangkat pada edisi selanjutnya. Penentuan topik harus sesuai dengan kebutuhan *audiens* atau pembaca majalah. Tim redaksi juga harus menentukan bagaimana desain yang menarik serta biaya yang akan dikeluarkan.

b. Pengumpulan bahan

Observasi dilakukan untuk mengamati suatu kejadian. Hasil pengamatan menjadi fakta untuk dituliskan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh fakta sebagai hasil pengalaman, kesaksian, atau pendapat seseorang tentang suatu peristiwa yang dialami, disaksikan atau diamati secara langsung oleh yang bersangkutan. Riset dokumentasi dilakukan untuk memperoleh fakta tertulis, bisa berupa arsip, foto, atau tabel. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pemotretan atau pengumpulan

gambar sesuai tema yang ditentukan sehingga mendukung kualitas tampilan visual serta mendukung kualitas informasi yang disajikan.

c. Penyiapan isi

Kegiatan awal dalam penyiapan bahan mencakup kegiatan menyusun tulisan berdasarkan bahan yang dikumpulkan, memproses film dan mencetak foto, menyiapkan ilustrasi, bagan, dan sebagainya. Setelah tulisan selesai disusun, atau foto telah dicetak, tulisan maupun foto memasuki tahap penyuntingan (*editing*).

d. Mengelola komponen produksi

kegiatan yang dilaksanakan proses produksi mencakup kegiatan pracetak dan pencetakan. Setiap kegiatan pracetak mencakup setiap upaya mendesain tampilan visual media sehingga menarik dipandang. Penggunaan komputer menyebabkan *setting* di percetakan tidak lagi diperlukan. Ukuran dan jenis huruf, begitu pula penempatan judul atau teks dan bahkan foto, semua dapat ditata langsung pada komputer. Model jadi diperoleh dengan bantuan *laser printer*, dan hasilnya

langsung dapat diserahkan dipercetakan.

e. Mengkoordinasikan pencetakan

Melakukan pencetakan diluar perusahaan membutuhkan perundingan yang lebih dalam. Rundingan akan bertambah penting terutama kalau media yang dicetak berwarna. Perlu koordinasi dengan pihak percetakan apabila ada halaman yang harus diganti. Sering kali hal semacam ini menjadi persoalan, baik dalam hal biaya maupun waktu.

f. Mengawasi sirkulasi

Untuk media korporasi atau organisasi yang ditujukan bagi publik internal dapat didistribusikan dengan mudah seperti melakukan sirkulasi pada saat makan siang, atau menaruhnya di tempat khusus (Siregar dan Rondang Pasaribu, 2000: 161-168).

5. Komposisi Majalah Internal

Dalam sebuah media internal, terdapat banyak konten-konten atau yang sering disebut rubrik. Rubrik merupakan sekumpulan halaman, yang memuat sejumlah informasi yang termasuk kategori sama (Siregar dan Rondang Pasaribu, 2000: 77). Meskipun hanya untuk karyawan,

rubrik dalam suatu penerbitan sebaiknya tetap memenuhi kebutuhan setiap orang secara umum yaitu rubrik-rubrik yang mengandung unsur informasi, edukasi, dan rekreasi yang disesuaikan dengan karakter karyawan. Effendi menjelaskan, terdapat 3 jenis rubrik media internal yang sesuai dengan kebutuhan karyawan yaitu (1992:128-129):

- a. Rubrik Informasi terdiri dari Perihal keluarga (pertunangan, perkawanan, kelahiran, kematian) Kesejahteraan (koperasi, fasilitas dari organisasi, kredit perumahan, dan lain-lain), Pengumuman pimpinan perusahaan, Peraturan, Surat keputusan, Penggantian kepemimpinan, Kepindahan pegawai, Pertemuan (rapat kerja, penataran, konferensi, negosiasi, dan lain-lain).
- b. Rubrik Edukasi terdiri dari Tajuk rencana (editorial), Artikel (pengetahuan, keterampilan, keagamaan, dan lain-lain) dan Kutipan pendapat tokoh (keahlian, kemasyarakatan, keagamaan, dan lain-lain).
- c. Rubrik Rekreasi terdiri dari Cerita pendek/bersambung, Teka-teki silang, Anekdote, Kisah minat insani (*human interest*) dan Pojok atau sentilan.

Selain unsur rubrik, tata kepenulisan dalam majalah internal juga harus diperhatikan. Tulisan yang akan dimuat harus mengandung *newsworthiness* (nilai berita) yang sesuai kebutuhan dan dapat diterima oleh audiens. Ada 5 nilai berita yang dijelaskan oleh Kriyantono yaitu:

1. Peristiwa terbaru (aktual)
Informasi yang diberikan harus informasi yang masih hangat dan baru terjadi. Orang akan lebih tertarik dalam mendapatkan informasi terbaru agar tidak ketinggalan zaman dan bisa mengangkat status dalam pergaulan sosial. Informasi digunakan sebagai radar sosial dan mengawasi kejadian di lingkungannya (*watching over the environment*).
2. Proksimitas (kedekatan)
Pada dasarnya khalayak akan lebih tertarik dengan informasi yang memiliki kedekatan baik secara emosional maupun geografis.
3. *Magnitude* (Kebesaran)
Berita dianggap menarik jika ada unsur kebesaran. Contohnya kecelakaan yang menelan ratusan korban akan lebih menarik daripada kecelakaan yang menelan sedikit korban.
4. *Prominence* (Kemasyuran)
Sebuah peristiwa akan diberitakan jika mengandung unsur kemasyuran dimana mencakup orang atau objek tertentu. Contoh sebuah acara yang dihadiri

oleh presiden Jokowi di sekolah X akan lebih tertarik dimuat dibandingkan hanya dihadiri oleh akademisi lokal.

5. Tema-tema menarik (*human interest*)
Merupakan peristiwa yang menarik perasaan orang atau membuat orang bersimpati dan empati (2008: 118-119).

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif merupakan suatu tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental yang mendasarkan manusia dalam kawasannya sendiri serta hubungan dengan orang-orang tersebut sebagai pengamatannya (Kirk dan Miller dalam Moleong, 2000:3).

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dimana penelitian deskriptif dapat diperoleh dari data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka yang berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian dapat berupa kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data dapat diperoleh dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen

pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong: 2000:6).

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Metode wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah metode wawancara terbuka, dimana wawancara yang dilakukan bebas dan terarah sesuai pembahasan dan tidak lepas dari pokok permasalahan. Teknik wawancara ini juga dilakukan dalam bentuk informal sehingga bersifat fleksibel dan harmonis.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari data yang relevan dan berhubungan dengan permasalahan yang diangkat. Data yang diperoleh dapat bersumber dari dokumen atau arsip yang dimiliki PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Analisis data merupakan proses dalam mengorganisasikan dan mengurutkan data pada suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat menemukan tema yang dirumuskan

menjadi hipotesis kerja sesuai dengan data yang ada (Moleong, 2000:103). Menurut Moleong, ada beberapa proses dalam melakukan analisis data yaitu Pengumpulan Data, Reduksi Data, Kategorisasi dan Sintesisasi.

HASIL PENELITIAN

1. Pengelolaan Majalah Asahimas

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan tahap pengelolaan majalah Asahimas berdasarkan alur penerbitan majalah mencakup dalam tahap perencanaan, pengumpulan bahan, penyiapan, produksi, percetakan, dan tahap distribusi (Siregar dan Rondang Pasaribu: 2000: 173). Peneliti akan menganalisis mengenai proses pengelolaan majalah Asahimas berdasarkan fungsinya sebagai media internal serta peranannya dalam mendukung adanya alur komunikasi internal perusahaan. Hasil dari analisis peneliti, tahap awal perencanaan yang ada dalam pengelolaan majalah Asahimas dapat terdiri dari penentuan draft dan *meeting* koordinasi awal. *Meeting* koordinasi awal akan membahas mengenai review terbitan majalah sebelumnya yang nanti akan menjadi evaluasi tim. Selain itu, pembahasan

dalam penentuan tema serta pembagian tugas dalam kepenulisan. Penentuan tema dari majalah Asahimas dilakukan oleh redaktur pelaksana dimana tema tersebut biasanya datang hasil rapat atau masukan dari atasan yang kemudian akan dibawa oleh redaktur pelaksana dalam forum rapat tim redaksi. Dari hasil pemaparan informan, biasanya rapat koordinasi rutin dilakukan sebelum penyusunan majalah. Namun saat peneliti melakukan penelitian rapat koordinasi belum dilakukan sehingga penentuan tema hanya berasal dari perintah atasan dalam tim atau berasal dari redaktur pelaksana itu sendiri. Kedua yaitu pengumpulan bahan dimana Pengumpulan bahan yang sering digunakan oleh tim redaksi majalah Asahimas yaitu wawancara dan riset dokumen. Namun yang menjadi hambatan yaitu masih sulitnya mencari karyawan yang mau dijadikan narasumber sehingga hasil artikel yang diharapkan juga kurang sesuai. Waktu wawancara yang sering mundur juga menjadi hambatan dalam pengumpulan bahan. Selain wawancara, data yang dikumpulkan oleh tim juga dapat berupa hasil liputan kegiatan perusahaan. Untuk memperoleh data tersebut dapat melalui arsip laporan dan jarang melakukan peliputan

langsung saat acara berlangsung. Tahap ketiga yaitu penyiapan bahan dimana dalam pengelolaan majalah Asahimas tahap ini disebut tahap pengumpulan bahan yang terdiri dari penulisan dan *editing*. Ketika tulisan sudah jadi, tulisan tersebut akan diperiksa terlebih dahulu oleh pemimpin redaksi dan juga redaktur yang kemudian akan masuk kedalam proses *layout* yang akan menghasilkan majalah sementara yang berisi artikel serta foto yang berkaitan dengan topik. Setelah itu masuk pada tahap *editing* yang dilakukan oleh pemimpin redaksi. Namun, proses editing tidak dilakukan secara mendalam dikarenakan waktu serta kesibukan pemimpin redaksi yang masih bertanggung jawab dalam pekerjaannya sebagai karyawan PT. Asahimas Chemical. Peneliti berpendapat bahwa proses *editing* seharusnya diperiksa dengan detail yaitu dari segi bahasa kepenulisan, kelengkapan fakta dari artikel, kejelasan serta apakah ada sesuatu yang tidak sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan dan melanggar etika perusahaan. Tahap ke empat yaitu produksi dimana tahap ini dilakukan dua kali yaitu sebelum editing dan setelah editing majalah. Artikel yang sudah masuk kepada redaktur pelaksana langsung

dikirimkan kepada vendor dengan cara dicicil per-rubriknya. Tahap kelima yaitu percetakan dalam proses percetakan, tim redaksi tidak memiliki banyak ikut campur tangan karena seluruh proses cetak sudah diambil alih oleh vendor. Pada tahap ini peneliti juga tidak menemukan hambatan karena proses cetak biasanya mengikuti jadwal waktu yang ditentukan dan dapat mengalami kemunduran jika proses pengumpulan artikel juga terhambat. Tahap ke enam yaitu sirkulasi dimana proses sirkulasi majalah Asahimas dibagikan kepada seluruh manajemen, karyawan, dan elemen internal perusahaan diberikan secara gratis. Dalam proses ini peneliti tidak menemukan hambatan dikarenakan proses sirkulasi dibagikan kepada setiap departemen dan didata terlebih dahulu. Hanya saja proses distribusi sering mengalami keterlambatan dikarenakan jadwal terbit majalah yang masih tidak konsisten. Tahap akhir yang tidak kalah penting yaitu tahap evaluasi dimana Hal ini juga berlaku dalam prinsip yang ditanamkan pada pengelolaan majalah Asahimas sehingga jadwal evaluasi yang dikenal dengan *review* kerap menjadi pembahasan utama pada tahap perencanaan. Hanya saja proses

evaluasi masih belum terlihat dampaknya khususnya dalam memperbaiki jadwal penerbitan dan jadwal deadline majalah yang masih mengalami kemunduran. Hal ini bertujuan agar kesalahan yang terjadi dapat diminimalisir saat memasuki kepenulisan edisi yang baru.

2. Fungsi Majalah Asahimas

Fungsi majalah Asahimas hanya meliputi pada fungsi sebagai media yang bersifat *informative*. Majalah Asahimas telah menjadi media yang memberikan informasi, sosialisasi, dan edukasi namun belum memiliki peranan sebagai media persuasi. Selain itu, majalah Asahimas juga belum memiliki waktu terbit yang konsisten sehingga banyak karyawan yang belum mengetahui kapan majalah Asahimas akan diterbitkan. Adanya alur komunikasi yang diberikan masih bersifat satu arah karena tidak adanya rubrik tanya jawab yang menjadi jembatan antara setiap elemen yang ada diperusahaan.

3. Peran Majalah Asahimas sebagai Media Komunikasi dan Informasi

Peranan majalah sebagai media satu-satunya dalam mendukung komunikasi perusahaan telah bergeser. Pasalnya ruang dalam memberikan aspirasi dan keluhan kesah dari karyawan kepada manajemen perusahaan telah diambil

alih oleh salah satu departemen khusus yang ada di PT. Asahimas Chemical. Aspirasi dan peran tersebut tidak dimuat dan dipublikasikan melalui majalah karena bersifat rahasia dan pribadi.

4. Komposisi Majalah Asahimas

Isi dari majalah sudah memenuhi kebutuhan informasi bagi pembaca yaitu manajemen dan karyawan. Rubrikasi juga dikemas dengan santai dan telah memenuhi komposisi majalah internal yang ideal. Namun, hampir keseluruhan mengarah pada kegiatan atau *event* dari perusahaan. Pemaparan kebijakan baru pada tiap edisi masih dalam bentuk penyajian biasa tanpa adanya penjelasan lebih lanjut mengenai kemana arah kebijakan serta hal apa yang harus karyawan lakukan untuk kebijakan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tim redaksi di PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten mengenai 'Pengelolaan Majalah Internal PT. Asahimas Chemical Cilegon Banten dalam Mendukung Komunikasi dan Informasi Edisi Januari-Desember Tahun 2015' dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Tahapan pengelolaan majalah yang diterapkan oleh tim redaksi sudah

dilakukan sesuai dengan alur penerbitan majalah internal. Namun, ada beberapa hal yang menjadi penghambat salah satunya yaitu tim redaksi yang hanya bersifat *volunteer* sehingga tidak dapat berkontribusi secara penuh dalam proses pengelolaan majalah. Kurangnya kontribusi dalam tim menyebabkan adanya pembagian tugas tim anggota yang tidak jelas dan tidak merata. Tidak adanya latar belakang sebagai jurnalis membuat kurangnya kompetensi tulis-menulis pada tim redaksi. Peneliti menyimpulkan bahwa tim redaksi majalah Asahimas masih kurang dalam melakukan koordinasi tim. Hal ini dikarenakan tim redaksi majalah hanya sebagai *volunteer* dan masih memiliki tugas pokok menjadi karyawan tetap sehingga mengalami kesulitan dalam menentukan waktu kumpul. Hasil evaluasi yang dilakukan juga hanya dalam bentuk *review* kembali mengenai kekurangan yang ada pada edisi sebelumnya. Sehingga tim redaksi belum memiliki indikator yang jelas apakah pesan yang disampaikan efektif dan dapat diterima dengan baik oleh pembaca.

Dari segi desain yaitu gaya dan format majalah Asahimas sudah dapat dikatakan ideal. Majalah ini juga sudah didistribusikan sesuai dengan jumlah

dari karyawan disetiap departemen perusahaan. Namun, tidak adanya jadwal terbit yang jelas menyebabkan frekuensi terbit majalah Asahimas tidak dapat konsisten. Peranan majalah sebagai media satu-satunya dalam mendukung komunikasi perusahaan telah bergeser. Fungsi majalah Asahimas juga hanya meliputi pada fungsi sebagai media yang bersifat *informative*. Majalah Asahimas telah menjadi media yang memberikan informasi, sosialisasi, dan edukasi namun belum memiliki peranan sebagai media persuasi. Dilihat dari pengemasan tulisan, majalah Asahimas sudah cukup dikatakan ideal karena berisi rubrik-rubrik yang dibutuhkan dan pas untuk perusahaan internal.

SARAN

Berdasarkan sajian data dan analisis data sesuai dengan teori yang digunakan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi tim redaksi majalah Asahimas sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan dilaksanakan dengan jadwal yang sudah disepakati karena pada tahap ini dibutuhkan gagasan serta ide baru untuk menentukan inovasi yang menjadi tema besar pada edisi majalah selanjutnya.
2. Adanya kejelasan spesifikasi kepenulisan sehingga dapat menjadi panduan bagi tim redaksi dalam melaksanakan tugas kepenulisan.
3. Pembagian tugas yang jelas dan sesuai dengan deadline yang sudah disepakati sehingga mengurangi resiko *double job* dalam kepenulisan artikel.
4. Sebaiknya tim redaksi memiliki editor khusus untuk melakukan proses *editing* yang sesuai yaitu terdiri dari pengecekan isi, kelengkapan fakta, sesuai dengan tujuan perusahaan, dan tidak melanggar etika.
5. Adanya penyebaran kuesioner mengenai tanggapan karyawan tentang majalah yang dijadwalkan secara rutin misalnya dalam satu tahun sekali sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam tim redaksi.
6. Adanya rubrik tanya jawab baik antar karyawan maupun antar manajemen dengan karyawan sehingga dapat mendukung peran majalah Asahimas sebagai jembatan dalam alur komunikasi perusahaan.
7. Jadwal terbit yang *permanent* sehingga dapat menjadi tanggal deadline yang konsisten bagi tim

redaksi dan menjadi jadwal penerbitan majalah yang mudah diingat oleh karyawan.

8. Tim redaksi terdiri dari tim baru yang masih memiliki semangat muda serta kinerja yang tinggi dalam melakukan tugas kepenulisan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baskin, Otis & Craig Aronoff & Dan Latimore. (1997). *Public Relations: The Profession and the Practice 4th Edition*. New York: McGraw Hill
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center., dan Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. (1992). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations Fifth Edition*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana
- Lattimore, Dan., Otis Baskin., Suzette T. Heiman., Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*, Jakarta: Salemba Humanika
- Liliweri, Alo. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. (1995). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Siregar, Ashadi dan Rondang Pasaribu. (2000). *Bagaimana Mengelola Media Korporasi – Organisasi*. Yogyakarta: Kanisius

Jurnal:

- Haililah Tri Gandhi dan Suci Destania. (2015). Pengelolaan Media Internal “Newsletter Legal & Corsec” PT Salim Ivomas Pratama Tbk Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 14, No.02, 196-210

Skripsi:

- Gunawan, Ardhi. (2017). “Pengelolaan Tabloid Kontak Sebagai Media Internal PT Kereta Api Indonesia

(Persero) Edisi Januari-Desember
Tahun 2016”. *Skripsi*. Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta.

Internet:

<https://kbbi.web.id/rubrik> diakses pada
tanggal 08 Maret 2018 pukul 10.30