

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations yang merupakan fungsi manajemen dan penyampai informasi diharapkan dapat melakukan kegiatan Manajemen Penerbitan *Public Relations*, salah satu kegiatan manajemen penerbitan *Public Relations* yaitu menerbitkan media internal atau *House Journal*. Peneliti memahami media internal sebagai kegiatan penerbitan yang dilakukan secara mandiri oleh perusahaan, artinya perusahaan melalui lembaga *Public Relations* yang menyusun isi berita yang disampaikan, rubrikasi dalam media internal, desain media internal dan pencarian informasi berita yang dilakukan oleh staf *Public Relations*, walaupun dalam kenyataannya tidak semua kegiatan penerbitan media internal dilakukan oleh perusahaan karena terbatasnya peralatan percetakan, media internal diharapkan dapat mengemban misi sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dengan karyawan dan antar karyawan, media internal juga memiliki peran sebagai alat untuk pembentuk citra (*image building*) suatu perusahaan karena fungsi media internal juga dapat dijadikan sebagai media promosi dan komunikasi. Peranan media internal ini diperkirakan menjadi sangat penting sebagai salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti yang peneliti utarakan sebelumnya media komunikasi dalam bentuk media internal diharapkan dapat memelihara citra positif dan dukungan publik yang menguntungkan, terlebih pada beberapa tahun belakangan ini diperkirakan telah terjadi perubahan

arah komunikasi dari komunikasi yang bersifat instruksi di mimbar (*pulpits*) dari pihak manajemen menjadi lebih terbuka dalam manajemen membina hubungan dengan publik.

Media internal sebagai salah satu contoh keterbukaan dari pihak manajemen diharapkan menjadi saluran informasi mengenai berbagai kegiatan positif yang dilakukan oleh perusahaan, dan diperkirakan membuat karyawan di perusahaan menjadi lebih tahu tentang informasi apa saja yang sedang dan telah terjadi di perusahaan tempatnya bekerja, karena di era sekarang ini informasi diharapkan memiliki peranan penting dalam tercapainya tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Proses penyampaian informasi yang cepat diperkirakan akan lebih efektif dalam pembentukan citra dan pencapaian tujuan perusahaan, karena karyawan akan dengan cepat mendapat pembaruan informasi mengenai perusahaan, selain cepat jenis media internal yang lain daripada yang lain dan tidak *mainstream* juga diperkirakan membuat karyawan tertarik untuk membaca atau sekedar melihatnya.

PT Dirgantara Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang aviasi melalui Departemen Komunikasi Perusahaan Divisi *Public Relations* merasa perlu untuk menerbitkan media internal untuk publik internal khususnya karyawan, hal tersebut didasari oleh permasalahan relasi dengan karyawan yang masih dibangun sehingga diharapkan menimbulkan citra positif perusahaan di mata publik internal khususnya karyawan. Pra penelitian yang peneliti lakukan saat ini restrukturisasi dan revitalisasi yang sedang digemborkan oleh perusahaan membuat penyampaian informasi terutama

informasi positif mengenai perusahaan diperkirakan menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk memperbaiki citra positif tentang perusahaan di mata karyawan.

Peneliti memahami citra sebagai persepsi seseorang akan sebuah gambaran dalam benak seseorang, hal tersebut pada akhirnya diperkirakan akan mempengaruhi pendapat seseorang akan sesuatu yang ia gambarkan, citra seseorang mengenai perusahaan diperkirakan dapat membuat reputasi perusahaan menjadi positif atau negatif, terutama citra publik internal yang secara langsung mengetahui apa saja yang terjadi.

Setiap perusahaan pasti ingin memiliki citra yang baik di mata publik, citra itu hidup dan senantiasa berubah sesuai dengan perkembangan dan perilaku perusahaan itu sendiri, citra yang ingin dicapai sangat tergantung dari kondisi yang ada dan apa yang ingin diraih perusahaan, oleh karena itu citra harus dibentuk untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan target yang ingin diraih. Meraih citra yang diinginkan dapat dilakukan dengan berbagai upaya yang sistematis dan dilakukan tahap demi tahap yang melibatkan seluruh potensi yang ada di perusahaan serta campur tangan media yang dikelola secara mandiri dan diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perusahaan secara menyeluruh. Memahami akan pentingnya informasi, membuat bidang *Public Relations* mengeluarkan Info Karyawan sebagai ujung tombak penyampai informasi mengenai kegiatan-kegiatan perusahaan.

Info Karyawan adalah sebuah publikasi berita yang berkaitan dengan aktifitas yang terjadi di lingkungan PT Dirgantara Indonesia. Berita yang

disampaikan pada Info Karyawan mencakup kegiatan program restrukturisasi dan revitalisasi maupun kegiatan-kegiatan penting lainnya yang terjadi di lingkungan perusahaan. Info Karyawan diterbitkan satu kali dalam satu bulan, dan berbentuk majalah dinding, fokus penerbitan media internal Info Karyawan adalah publik internal yang dikhususkan kepada karyawan, melalui Info Karyawan diharapkan terbangunnya persepsi dan opini karyawan secara benar terhadap perusahaan.

Info Karyawan yang berbentuk majalah dinding membuat media internal PT Dirgantara Indonesia ini terlihat berbeda, karena peneliti mengamati saat ini jarang ada perusahaan yang menggunakan majalah dinding. Majalah Dinding menurut peneliti merupakan bentuk media yang digunakan sebagai media komunikasi internal antar karyawan. Majalah dinding memiliki kelebihan dapat langsung dibaca oleh para karyawan karena diletakkan di tempat-tempat strategis, isi dari Info Karyawan yang merupakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan dan dokumentasi dari kegiatan-kegiatan karyawan diharapkan menjadi daya tarik bagi Info Karyawan dapat menjadi bahan bacaan bagi setiap karyawan, dalam penelitian ini peneliti tidak membahas mengenai sejauh apa majalah dinding ini dibaca oleh karyawan dan pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan, karena hal tersebut adalah ranah cakupan penelitian kuantitatif.

Penggunaan Majalah Dinding saat ini peneliti amati jarang digunakan oleh perusahaan lain baik itu swasta ataupun pemerintahan (Dinas) dan BUMN, akses informasi yang cepat membuat perusahaan-perusahaan lebih memilih untuk menyampaikan informasi kepada karyawan melalui *website* perusahaan ataupun portal internal karyawan melalui koneksi internet, atau mengirimkan *soft file* yang

berisi informasi-informasi kegiatan internal melalui surat elektronik atau *e-mail*, selain dianggap cepat, penggunaan jaringan internet diperkirakan dapat langsung diterima oleh karyawan dan diharapkan tepat sasaran serta dapat dibaca secara langsung oleh karyawan. Pemanfaatan akses jalur informasi melalui internet juga diperkirakan akan menekan biaya karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk percetakan dan penyebarluasannya pun dapat dilakukan dengan hanya duduk dan terkoneksi akses internet. Majalah dinding sendiri saat ini dianggap sebagai jalur informasi yang kurang fleksibel sehingga perusahaan baik swasta ataupun pemerintahan (Dinas) dan BUMN mulai meninggalkan penerbitan media internal melalui majalah dinding ini.

Pra penelitian akses jalur informasi di PT Dirgantara Indonesia saat ini masih menggunakan majalah dinding sebagai jalur informasi kepada karyawan, hal tersebut tentu menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti karena seperti peneliti utarakan sebelumnya, seiring dengan perkembangan zaman dan akses informasi yang serba cepat PT Dirgantara Indonesia masih memilih dan menggunakan majalah dinding sebagai alat untuk menerbitkan media internal perusahaan, hal tersebut tentu berbeda dengan perusahaan yang lebih memilih akses informasi melalui koneksi internet atau lebih memilih melakukan penerbitan dengan format majalah dan tabloid, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai penerbitan majalah dinding di PT Dirgantara Indonesia sebagai akses informasi perusahaan terhadap karyawan.

1.2 Rumusan Masalah

Kegiatan menerbitkan media internal Info Karyawan yang menjadi salah satu cara PT Dirgantara Indonesia dalam rangka membangun citra perusahaan, menjadi hal yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap penerbitan media internal, selain itu kegiatan menerbitkan media internal merupakan salah satu kegiatan *Public Relations*. Berdasarkan latar belakang, peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana majalah dinding digunakan sebagai alat Media Internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia?”. Selanjutnya, peneliti menarik beberapa pertanyaan dalam penelitian ini :

- 1.2.1 Bagaimana proses perencanaan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia ?
- 1.2.2 Bagaimana pelaksanaan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia ?
- 1.2.3 Bagaimana evaluasi terhadap keberadaan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

- 1.3.1 Untuk mengetahui proses perencanaan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pelaksanaan dalam pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia.
- 1.3.3 Untuk mengetahui evaluasi terhadap keberadaan majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi baru bagi perkembangan Ilmu Komunikasi bidang *Public Relations* dan menambah wawasan khususnya mengenai majalah dinding sebagai alat media internal info karyawan PT Dirgantara, dilihat dari aspek proses perencanaan, proses pelaksanaan dan evaluasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk peneliti dalam bidang ilmu komunikasi terutama dalam kajian *Public Relations* khususnya mengenai kegiatan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal, dan penerapannya di sebuah perusahaan ditinjau dari segi proses perencanaan, proses pelaksanaan, dan evaluasi, yang merupakan proses manajemen *Public Relations*.

1.4.2.2 Bagi Program Studi dan Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur dan acuan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi *Public Relations* di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai kegiatan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal.

1.4.2.3 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Divisi Komunikasi Perusahaan PT Dirgantara Indonesia khususnya Bidang *Public Relations* sebagai

sumbangan pemikiran dalam kegiatan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal serta dapat dijadikan bahan bacaan dan acuan penelitian bagi mahasiswa.

1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan turut menjadikan beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sebagai pijakan untuk melakukan penelitian, walaupun fokus penelitian serta tujuan penelitiannya berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

1.5.1 Wahyu Mukhlis, *Pengaruh Media Internal Mimbar DPRD terhadap Peningkatan Informasi Karyawan*

Penelitian tentang pengaruh media internal oleh Wahyu Mukhlis tahun 2006 mengenai “Pengaruh Media Internal Mimbar DPRD terhadap Peningkatan Informasi Karyawan. Penelitian berjenis penelitian kuantitatif, di mana pada penelitian ini media internal merupakan penyebaran dan taraf untuk meningkatkan informasi bagi karyawan. Berdasarkan hasil penelitian, isi dari media internal Mimbar DPRD ternyata cukup berpengaruh terhadap peningkatan informasi bagi karyawan yang ada di DPRD Propinsi Banten. Pada penelitian ini menggunakan model komunikasi dari *Willbur Schramm*, dimana proses komunikasi terjadi interaksi dua arah atau *feedback*, sehingga seorang individu dapat dipandang sebagai pengirim atau penerima pesan.

1.5.2 Yeni Setiawati, *Hubungan antara Media Internal Bulletin Menara Banten dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pegawai di lingkungan Sekretariat Daerah Propinsi Banten*

Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Setiawati tahun 2006 mengenai “Hubungan antara Media Internal Bulletin Menara Banten dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pegawai di lingkungan Sekretariat Daerah Propinsi Banten”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan yang rendah tetapi pasti antara media internal dengan pemenuhan kebutuhan informasi pegawai setda Propinsi Banten dengan koefisien korelasi *Spearinan* sebesar 0.388, pada penelitian ini menggunakan model *uses and gratification* dimana khalayak dianggap secara aktif menggunakan media uniuik memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

1.5.3 Laura Vincentia Agusten, *Efektivitas Media Internal (Buletin be sharp) Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan Divisi home appliance (HA) PT Sharp Electronic Indonesia*

Penelitian yang dilakukan oleh Laura Vincentia Agusten tahun 2009 mengenai “Efektivitas Media Internal (*Buletin be sharp*) Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Inforrnasi karyawan Divisi *home appliance* (HA) PT Sharp Electronic Indonesia, dalam penelitian ini, media internal sebagai alat publikasi organisasi kepada karyawan urnuk memenuni kebutuhan informasi mereka mengenai perusahaan.

1.5.4 Siti Irma, *Hubungan Penyajian Media Internal “Majalah Betta” dan Tingkat Penerimaan Informasi Karyawan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Jakarta-Tangerang*

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Irma ini terjadi di tahun 2012, dalam penelitian yang bersifat kuantitatif ini, penelitian dilakukan yang didasari oleh kebutuhan informasi mengenai perusahaan terhadap karyawan. Informasi yang diterima oleh karyawan terkadang adalah informasi yang kurang relevan, tidak akurat penyampaiannya, bahkan ada informasi yang tidak dapat dipercaya.

Tugas PR di perusahaan sebagai penyampai informasi, menjadi tantangan tersendiri bagi PR untuk menyediakan informasi yang aktual dan penulisan yang sesuai dengan latar belakang karyawan agar tidak timbul penafsiran yang melenceng tentang informasi yang disampaikan mengenai perusahaan kepada karyawan dan melalui media internal adalah salah satu media penyampai informasi.

1.5.5 Nyayu Ade Ilmiyati, *Penggunaan Media Internal dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Penggunaan Majalah Mandiri dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perusahaan di kalangan Karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Solo Sriwedari Tahun 2010)*

Penelitian ini mengamati aktivitas komunikasi organisasi di Bank Mandiri cabang Solo Sriwedari dalam hal ini adakah hubungan tingkat kepuasan dari penggunaan majalah internal perusahaan yaitu majalah Mandiri dengan pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan karyawan Bank Mandiri. Penelitian

di lakukan dengan metode kuantitatif, kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, *public relations*, *house journal* (media internal), dan teori *uses and gratification*.

Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilakukan dalam hal media internal, meskipun jenis penelitian yang digunakan berbeda dengan yang penulis gunakan saat ini, tetapi kerangka penelitian dari para peneliti terdahulu adalah sama yaitu meneliti media internal yang sasaran informasinya adalah karyawan.

1.6 Landasan Konseptual

Peneliti menuangkan penelitian ini melalui landasan konseptual berupa komunikasi internal, publik internal, *employee relations*, manajemen humas. Selain itu terdapat juga media internal dan majalah dinding sebagai landasan konseptual.

Peneliti mengambil penjelasan-penjelasan dari para ahli dari berbagai buku.

Komunikasi internal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di dalam organisasi. Pada instansi-instansi pemerintah, perseroan dan pada perusahaan-perusahaan besar, disebabkan oleh luasnya ruang lingkup, komunikasi lebih banyak dilakukan oleh bagian Humas daripada pimpinan sendiri, yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting, yang tidak bisa diwakilkan kepada orang lain, seperti memimpin sebuah rapat yang menyangkut kebijakan organisasi yang lainnya dilakukan oleh kepala Humas yang dalam kegiatan komunikasi internal merupakan tangan kanan pimpinan (Effendy, 1990:125).

Selanjutnya, konsep mengenai publik internal humas kita mengetahuinya terbagi pada dua lingkup yaitu internal dan eksternal, karena penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian yang mencakup kegiatan internal, maka

yang akan dibahas kali ini adalah publik internal, seperti yang diungkapkan oleh Yulianita yang termasuk kepada publik internal adalah khalayak atau publik yang menjadi bagian dari kegiatan usaha pada suatu organisasi atau instansi itu sendiri (Yulianita, 2003:57).

Publik internal yang menjadi target utama karyawan, adalah *employee relations*.

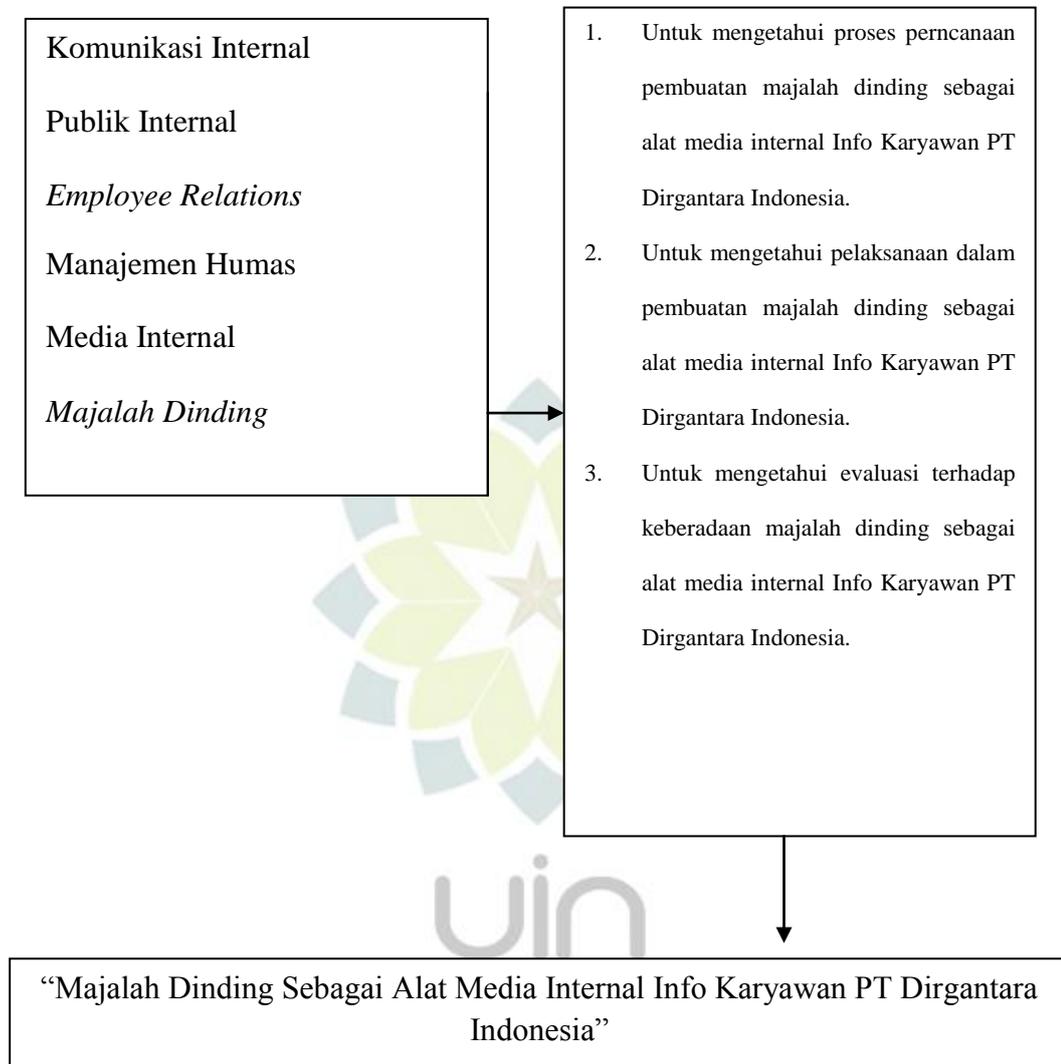
Effendy dalam Yulianita (2003:60-61) menyatakan bahwa kegiatan untuk menciptakan hubungan dengan para pegawai dapat dilakukan melalui kegiatan melalui berbagai hal misalnya memberikan upah yang cukup, perlakuan yang adil, ketenagan bekerja, perasaan diakui, penghargaan atas hasil kerja dan penyalur perasaan.

Pembuatan Media Internal sebagai salah satu bentuk dari manajemen penerbitan humas, ada aspek manajemen dalam penentuan pembuatan media internal, termasuk pula dalam pembuatan media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia yang berbentuk majalah dinding, dalam hal ini peneliti menggunakan proses manajemen menurut Yosol Iriantara dalam buku *Community Relations* yang mencakup *Planning, Organizing, Actuating, Controlling, Evaluating* (Iriantara, 2010:131).

Salah satu manajemen PR yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Moder Perencanaan PR Enam Langkah Frank Jefkins, yaitu :

Model Perencanaan PR enam langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. pengenalan situasi
2. penetapan tujuan
3. definisi khalayak
4. pemilihan media dan teknik-teknik PR
5. perencanaan anggaran
6. pengukuran hasil (Jefkins dan Yedlin, 2004:57).

Bagan 1.1 Bagan Penelitian

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Departemen Komunikasi Perusahaan tepatnya di Divisi *Public Relations* PT Dirgantara Indonesia di Jl. Pajajaran No. 154 Bandung 40174. Fokus penelitian ini adalah majalah dinding sebagai alat media internal Info Karyawan, peneliti melakukan penelitian dalam tataran media internal PT Dirgantara Indonesia yaitu Info Karyawan, alasan memilih PT Dirgantara Indonesia, karena saat ini Divisi Komunikasi Perusahaan tepatnya bidang *Public Relations* sedang gencar melakukan kegiatan hubungan internal dan salah satunya adalah melalui media internal perusahaan, yaitu info karyawan, selain itu kegiatan *Public Relations* di PT Dirgantara Indonesia sudah berjalan.

1.7.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Di mana penelitian tidak hanya menggambarkan atau menjelaskan masalah-masalah yang diteliti sesuai dengan fakta, tetapi juga didukung oleh pernyataan-pernyataan dengan melakukan wawancara dengan staf *Public Relations* PT Dirgantara Indonesia, kemudian data dikumpulkan, disusun, dijelaskan dan dianalisa disertai dengan pemecahan masalah atau solusi sesuai dengan masalah yang diteliti.

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang mencoba memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencoba untuk mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahmat, 1999:24).

Tujuan utama menggunakan metode ini untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini ditujukan untuk:

- 1.7.2.1 Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada di lokasi penelitian,
- 1.7.2.2 Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan kegiatan yang ada di lokasi penelitian,
- 1.7.2.3 Membuat perbandingan atau evaluasi,
- 1.7.2.4 Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka menentukan serta menetapkan rencana dan keputusan dalam memecahkan masalah pada waktu yang akan datang.

Tujuan peneliti penggunaan metode ini adalah lebih melakukan penelitian secara sistematis, melihat-lihat mengenai fakta dan karakternya secara faktual dan cermat dan dimaksudkan untuk menggambarkan atau memaparkan suatu keadaan serta menguraikan permasalahan yang menjadi objek penelitian.

1.7.3 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif terkait dengan data majalah dinding sebagai alat media internal info karyawan di bidang *Public Relations* PT Dirgantara Indonesia. Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian. Hasil penelusuran yang terkait proses perencanaan pembuatan majalah dinding sebagai alat media internal Info

Karyawan PT Dirgantara Indonesia, proses pelaksanaan kegiatan pembuatan Info Karyawan yang berbentuk majalah dinding, dan evaluasi yang dilakukan oleh PT Dirgantara Indonesia terhadap penerbitan Info Karyawan.

1.7.3.1 Data Primer

Data ini diperoleh peneliti dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan melalui wawancara (*depth interview*). Kata dan tindakan para informan merupakan sumber utama.

1.7.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber tertulis berupa sumber-sumber/arsip-arsip yang berguna bagi penelitian, studi pustaka dan referensi lainnya.

1.7.4 Sumber Data

Secara umum sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer yang dimaksud di sini yaitu segala informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian yang bersumber dari tangan pertama yaitu PT Dirgantara Indonesia, baik berupa pandangan, sikap dan lain-lain. Sumber data primer juga dihasilkan dari proses observasi, wawancara dan analisis dokumen yang berkaitan dengan kegiatan penerbitan media internal Info Karyawan yang berbentuk majalah dinding, sementara sumber data sekunder dimaksudkan sebagai penunjang data primer penelitian seperti, buku-buku dan catatan-catatan yang berkaitan dengan penelitian.

1.7.4.1 Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan yang akan dijadikan objek penelitian peneliti menentukan dapat menentukan kriteria yang peneliti anggap sesuai dengan apa yang akan diteliti. Peneliti juga berhak menentukan jumlah informan yang akan diwawancara, dalam hal ini peneliti meneliti media internal Info Karyawan, peneliti menetapkan kriteria informan yang secara langsung berkaitan dengan pembuatan Info Karyawan dan merupakan karyawan yang minimal telah bekerja dan melakukan penerbitan media internal selama 5 tahun dan peneliti menuntukan 2 orang yang akan bertindak sebagai informan dan memenuhi kriteria yang peneliti tetapkan.

Dalam menentukan informan dipenelitian kualitatif peneliti berhak menentukan jumlah informan atau narasumber yang hendak diambil, kemudian pemilihan informan atau narasumber dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri yang ditetapkan sebelumnya oleh peneliti (Sugiyono, 2008: 85).

Peneliti dalam hal ini, untuk mendapatkan data terkait, subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Redaktur Info Karyawan bidang *Public Relations* PT Dirgantara Indonesia. Informan pertama adalah Staff Divisi Komunikasi Perusahaan PT Dirgantara Indonesia yang menjadi editor dan redaktur Info Karyawan, yaitu I Putu Windu Nugraha. Selanjutnya sebagai informan kedua adalah sumber yang terkait dengan kegiatan penerbitan media internal Info Karyawan yang ada di PT Dirgantara Indonesia, yaitu Rakhendi.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada umumnya teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari 3 jenis, dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Menurut Kriyantono (2006: 91), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari: wawancara mendalam, observasi atau pengamatan lapangan dan dokumentasi.

1.7.5.1 Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Karena diperlukan ketelitian dan kecermatan, dalam praktiknya observasi membutuhkan sejumlah alat, seperti daftar catatan dan alat-alat perekam elektronik.

1.7.5.2 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2010:178). Peneliti mengambil wawancara yang mendalam ini dikarenakan penulis merasa wawancara secara bertatap muka langsung lebih efektif dalam mendapatkan informasi.

Wawancara ini dilakukan dengan tanya jawab langsung untuk mencari dan mengumpulkan informasi atau data kepada pihak yang ada kaitannya dengan proses penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan staf dari Departemen Komunikasi PT Dirgantara Indonesia khususnya kepada Divisi *Public Relations*.

1.7.5.3 Dokumentasi

Pengumpulan data melalui teknik ini dimaksudkan untuk melengkapi hasil data yang diperoleh melalui wawancara, dengan analisis dokumen ini diharapkan data yang diperlukan menjadi benar-benar valid.

Peneliti memerlukan data dokumen yang dapat dijadikan sumber antara lain foto, laporan penelitian, buku-buku yang sesuai dengan penelitian, dan data tertulis lainnya karena memudahkan peneliti dalam melihat berbagai keterangan mengenai media internal Info Karyawan PT Dirgantara Indonesia yang berbentuk majalah dinding.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun berarti menggolongkannya dalam pola, tema atau kategori. Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, mencari hubungan antara berbagai konsep. Menurut Nasution dalam Ardianto (2010: 216), analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis.

Dalam tahap analisis data peneliti memaparkan semua hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti, adanya perbedaan hasil wawancara antara informan atau narasumber yang telah ditentukan maka tidak terdapat generalisir untuk memilih salah satu hasil wawancara, peneliti harus tetap memuat hasil wawancara (Sugiyono, 2008:91).