

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Banyak cara dapat dilakukan perusahaan dalam mengkomunikasikan berbagai kebijakan kepada publik, baik publik internal maupun publik eksternal. Salah satu cara untuk menyampaikan kebijakan perusahaan adalah dengan menggunakan media komunikasi. Dilihat dari sifat media komunikasi bisa bersifat benda, bisa juga bersifat manusia.

Media komunikasi yang bersifat benda misalnya bulletin, mading, majalah, dan sebagainya. Sedangkan media komunikasi yang bersifat manusia bisa melalui rapat, training, atau pelatihan-pelatihan yang ditunjukkan kepada karyawan. Media komunikasi tersebut sebagai sarana untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran dan pengertian publik internal dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah, sedang, maupun yang akan dilakukan.

“Majalah *Tirta Patriot* merupakan salah satu media internal yang ada, sejak 25 Oktober 2014 yang dibuat dalam divisi Humas Perusahaan Daerah Air Minum Daerah (PDAM) Tirta Patriot kota Bekasi yang menjebatani dan mengkomunikasikan informasi yang ada dalam majalah internal sehingga seluruh karyawan PDAM Tirta Patriot akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai manajemen perusahaan secara *up to date*”.  
([www.pdamtirtapatriot.co.id](http://www.pdamtirtapatriot.co.id))

Majalah internal Tirta Patriot berisi memuat informasi yang dibutuhkan pembacanya yang disuguhkan oleh divisi Humas secara lengkap, obyektif dengan bukti yang nyata. Sehingga pengaruh majalah internal ini sangat besar

Fungsi Majalah internal menurut Rusady Ruslan dalam buku *Manajemen humas dan komunikasi* “yakni Sebagai ajang komunikasi kusus antar karyawan, misalnya ucapan selamat ulang tahun, informasi kelahiran bayi dari keluarga karyawan, adanya pegawai atau pendatang baru (*new comer*), kegiatan olahraga, wisata, keagamaan, program, kesehatan, dan hingga berduka cita serta kegiatan sosial lainnya”. (Ruslan, 2002: 207-208).

Majalah *Tirta Patriot* (PDAM) mempunyai rubrik – rubrik yang dapat memberikan informasi mengedukasi sebagai wadah wawasan pengetahuan kepada pembacanya sesuai dengan slogan majalah internal yakni informatif, komunikatif dan edukatif.

Rubrik yang tersedia dalam majalah internal ini yaitu : Salam Redaksi berisi sedikit catatan kusus dari editor, Berita Utama adalah isi berita yang memuat mengenai kebijakan – kebijakan dari perusahaan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi, kemudian Rubrik Manajemen berupa aktivitas positif perusahaan yang dipublikasikan, Rubrik Hulu Hilir adalah berita tentang berbagai inovasi perusahaan untuk melayani pelanggan air PDAM Tirta Patriot kota Bekasi, Rubrik Wawasan informasi umum kebutuhan publik kepada perusahaan, Rubrik Kita Tahu info umum disekitar kita, Rubrik Kegiatan adanya berita mengenai fenomena yang sedang berlangsung dalam masyarakat, rubrik Ragam, Rubrik Serba – Serbi berisi informasi hiburan dan *phoem*, Rubrik Sahabat kita memuat

berita mengenai profil karyawan berprestasi. Total halaman dari majalah TirtaPatriot terdiri dari 49 halaman. Terbit secara periodik dua bulan sekali.

Menurut Redaktur pelaksana Majalah *Tirta Patriot* Syaiful Hadi menyatakan “Dalam pembuatan majalah *Tirta Patriot* ini, divisi Humas dituntut untuk profesional, serius dan mempunyai daya kreatifitas tinggi karena pada penerbitan majalah internal biaya produksinya relatif mahal, namun berita dapat disesuaikan dan diatur oleh humas itu sendiri. Karena biasanya Humas sudah paham mana berita yang layak untuk dipublikasikan dan mana yang tidak layak. Jadi sikap profesional dan teliti menjadi kunci utama dalam meliput dan menyajikan suatu berita untuk kebutuhan majalah non komersial yang diperuntukan bagi karyawan secara gratis sebagai bentuk *goodwill* perusahaan”.

Menurut A. Mien Rifai(1995:147) dalam bukunya *pegangan gaya*: “Sebuah terbitan agar menarik harus memperhatikan: ilustrasi, logo, tipografi, warna dan tata letak. Majalah *Tirta Patriot* telah melakukan hal tersebut, bahkan jika dikaitkan dengan *design* majalah seperti ilustrasi, logo dan tipografi dan tata letak sudah dirancang semenarik mungkin untuk memperoleh daya tarik majalah”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa mendesain majalah harus diperhatikan unsur-unsur yang menyertainya / mendukung terutama sampul yang mendukung bentuk kemasan majalah, gaya penyampaian pesan dan tulisan, *photo release*, *full colour*, *designlay out*, yang kreatif, yakni penempatan *lay out* yang disesuaikan dengan tema, jenis huruf yang disajikan cocok dengan gambar dan ilustrasi, penggunaan rubrikasi, gaya bahasa dan nilai informasi yang tepat untuk penyajian berita, artikel yang komunikatif harus dibuat semenarik mungkin

sehingga menimbulkan daya tarik, Unsur-unsur tersebut menjadi satu kesatu yang mendukung sehingga membuat desain lebih menarik.

Daya tarik dari suatu majalah internal diharapkan dapat menambah minat baca karyawan akan kebutuhan informasi tertulis, karena majalah internal dianggap sebagai media penyebarluasan informasi yang independen. Dalam hal ini divisi humas (Hubungan Masyarakat) sangat memperhatikan daya tarik majalah internal. Kehadiran majalah internal di dalam perusahaan sangat dibutuhkan dalam penyebaran arus informasi terbaru di lingkungan Perusahaan daerah air minum (PDAM).

Majalah *Tirta Patriot* diharapkan dapat menjalankan fungsi dan mendapatkan manfaat yang nyata untuk menciptakan minat baca bagi karyawan dan dianggap mampu memenuhi informasi dalam perusahaan. Dengan adanya minat baca yang tinggi terhadap karyawan akan membantu perusahaan dalam menciptakan komunikasi yang baik.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap majalah harus mempunyai daya tarik. Timbul pertanyaan dalam diri penulis apakah seluruh karyawan PDAM kota Bekasi berminat membaca keseluruhan rubrik majalah *Tirta Patriot*.

Untuk menjawab pertanyaan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor Daya tarik Majalah *Tirta Patriot* terhadap Minat Baca Karyawan PDAM *Tirta Patriot* kota Bekasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: **"SEJAUHMANA DAYA TARIK MAJALAH *TIRTA PATRIOT* EDISI MEI – JUNI 2015 TERHADAP MINAT BACA PDAM TIRTA PATRIOT KOTA BEKASI."**

Dari rumusan masalah tersebut penulis rumuskan judul penelitian sebagai berikut: **"HUBUNGAN DAYA TARIK MAJALAH *TIRTA PATRIOT* EDISI MEI – JUNI 2015 DENGAN MINAT BACA KARYAWAN PDAM TIRTA PATRIOT KOTA BEKASI."**

## 1.3 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi menerima Majalah Tirta Patriot setiap terbitnya ?
2. Apakah karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi membaca Majalah Tirta Patriot setiap terbitnya ?
3. Apakah Majalah Tirta Patriot memiliki daya tarik bagi karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi ?
4. Apakah karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi berminat untuk membaca seluruh rubrik Majalah Tirta Patriot setiap terbitnya ?

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Majalah *Tirta Patriot* memiliki daya tarik bagi karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi
2. Untuk mengetahui minat baca karyawan Majalah Patriot PDAM Tirta Patriot kota Bekasi
3. Untuk mengetahui untuk apa pemanfaatan majalah *Tirta Patriot* bagi karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi

#### **1.5 Batasan Masalah**

Untuk lebih fokus dalam penelitian, penulis membatasi masalah penelitian yang hanya menitik beratkan pada :

1. Apakah Majalah Tirta Patriot memiliki daya tarik bagi karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi ?
2. Apakah karyawan PDAM Tirta Patriot kota Bekasi berminat untuk membaca seluruh rubrik Majalah *Tirta Patriot* setiap terbitnya ?

#### **1.6 Kegunaan Penelitian**

##### **Kegunaan teoritis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan teori – teori keilmuan komunikasi khususnya yang berkaitan dengan Daya tarik majalah internal dan minat baca.

### **Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran terhadap media internal khususnya majalah internal dalam menyampaikan informasi perusahaan kepada karyawan sehingga berpengaruh terhadap *goodwill* yang diberikan perusahaan.

### **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menerangkan tentang konsep-konsep atau teori yang umum dan relevan mengenai pengertian model komunikasi, teori daya tarik majalah hingga teori minat.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang Metode Penulisan, *design* penulisan, penentuan dari sumber data menjadi informasi, bahan seminar dan unit analisis, teknik pengumpulan data, reabilitas dan validitas alat ukur, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan dan membahas tentang subjek yang diteliti yang memiliki hubungan keseluruhan dengan pembahasan, hasil penelitian guna mendapatkan jawaban dari pokok masalah yang diteliti, uji hipotesis, dan pembahasan terhadap hasil penelitian data dikaitkan dengan kerangka teori.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil evaluasi serta saran- saran yang mungkin dapat berguna bagi pengevaluasian dan pengembangan majalah *Tirta Patriot*.

