

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan. Menurut Deddy Mulyana Komunikasi sebagai proses linear atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator) atau sumber atau encoder (yang aktif) untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku penerima pesan atau sasaran atau khalayak atau decoder yang pasif. (Mulyana, 2002, p.58). Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada akhirnya akan tiba pengertian yang mendalam. Menurut definisi tersebut, komunikasi sangatlah penting untuk dilakukan, karena dengan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator dapat tersampaikan ke penerima pesan atau komunikan. Selain itu, komunikasi itu juga dipengaruhi oleh media yang berfungsi sebagai sarana penyampaiannya. Media membawa sebuah pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (Wells, 2003, p.18)

Dalam berbagai definisinya, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara korporasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian secara teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2002, p.16). Seorang *Public Relations* harus mampu berkomunikasi ke luar dan ke dalam suatu korporasi. Dalam melakukan

komunikasi ke luar, seorang *Public Relations* harus dapat menjadi komunikator yang baik agar memperoleh suatu korporasi memperoleh citra yang positif dari publik eksternalnya. Sedangkan dalam melakukan komunikasi ke dalam, seorang *Public Relations* harus dapat menjadi jembatan komunikasi antara publik internal dengan perusahaan. Dan disinilah seorang *Public Relations* berperan. Sesuai dengan definisi *Public Relations* yang sudah dijelaskan, seluruh kegiatan komunikasi direncanakan dan dilaksanakan oleh *Public Relations*. Salah satu kegiatan komunikasi yang direncanakan dan dilaksanakan oleh *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi internal.

Public Relation sendiri juga mempunyai beberapa tugas pokok. Diantaranya, Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada public, Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat, memperbaiki citra organisasi, tanggung jawab social dan komunikasi timbal balik.

Salah satu tugas dari PR adalah menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar kepada publiknya. Salah satu cara menyampaikan informasi kepada public dari perusahaan adalah dengan menggunakan media internal. Menurut Ruslan, media internal sendiri adalah media yang digunakan untuk mengkonsumsi informasi kepada pendengar (audience) baik cetak maupun elektronik. Media internal sendiri saat ini menjadi salah satu kepanjangan tangan perusahaan untuk bisa menyampaikan informasi kepada khalayaknya.

PT. Perkebunan Nusantara X (Persero) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara. Bisnis dari PT Perkebunan Nusantara X (Persero) sendiri bergerak di dalam bidang lingkup usaha industri gula dan tembakau. Didalam menjalankan operasional perusahaan di bidang industri gula dan tembakau, perusahaan melakukan penjualan melalui persaingan bebas dan terkoordinir. Disamping bisnis utama tersebut diatas, PTPN X memiliki anak perusahaan dalam industri

karung plastik, rumah sakit serta industri bioetanol, PTPN X juga bekerjasama dengan mitra strategis pada industri kacang edamame dan okra.

PT Perkebunan Nusantara X (Persero) yang berkantor pusat di Jalan Jembatan Merah No. 3-11 Surabaya, mengusahakan belasan unit pabrik gula, tiga unit kebun tembakau dan beberapa anak perusahaan. Perusahaan yang tergabung menjadi anak perusahaan dari PTPN X adalah PT Dasaplast Nusantara, PT Energi Agro Nusantara, dan PT Nusantara Medika Utama serta yang terakhir adalah PT Mitratani Dua Tujuh. Sedangkan untuk pabrik gula (PG) yang dimiliki PTPN X adalah PG Kremboong, PG Watoetoelis, PG Toelangan, PG Gempolkrep, PG Djombang Baru, PG Tjoekir, PG Lestari, PG Meritjan, PG Pesantren Baru, PG Ngadirejo dan PG Modjopanggoong. Semua Pabrik Gula tersebut tersebar di Wilayah Jawa Timur. Selain itu, PTPN X juga membawahi 3 Rumah Sakit (RS) yaitu, RS Gatoel di Mojokerto, RS Toeloengredjo di Pare Kediri, dan RS Perkebunan di Jember.

Dalam menjalin komunikasi dengan seluruh karyawan dan mitra kerjanya, PTPN X membuat media internal yang dapat digunakan sebagai media penyalur Informasi. Media internal yang dibuat oleh PTPN X ini berbentuk majalah dan bernama PTPN X Mag. Majalah ini merupakan majalah yang dibuat sendiri oleh PTPN X. Majalah ini terbit pada awal tahun 2011 hingga saat ini. Selain itu, majalah ini juga sudah mengalami perubahan nama. Dari awalnya yang bernama 'PTPN X Mag', di awal tahun 2014 berubah menjadi 'PTPN X Magz'. Setiap edisinya, majalah ini berisikan kurang lebih 90 – 100 halaman. Dicitak dengan cover yang menarik, dan desain yang full color dengan setiap halamannya. Untuk cover majalah ini dicetak dengan kertas art paper 210 gram dengan laminasi doff, dan untuk isinya menggunakan kertas art paper 100 gram. Dalam perkembangannya juga beberapa penghargaan telah diraih oleh PTPN X Magz ini. Diantaranya, PTPN X Magz telah meraih Gold Winner Inhouse Magazine Award 2013 by Serikat Perusahaan Pers untuk edisi PG Toelangan, 2 Gold Winner BUMN Internal Media Award 2014 dari BUMN Track Magazine,

kategori Desain Isi dan kategori Substansi dan Sistematika Kebahasaan untuk edisi cover Kelud, dan juga telah meraih Silver Winner BUMN Internal Media Award 2014 by BUMN Track Magazine, kategori Substansi dan Sistematika untuk edisi Cover Tembakau

Dari umurnya yang masih tergolong muda dan beberapa penghargaan yang sudah diterima inilah yang mendorong penulis ingin mengetahui bagaimana produksi media internal PTPN X Magz yang dilakukan di PTPN X.

I.2. Bidang Kerja Praktek

Penulis mengambil konsentrasi komunikasi korporasi dalam lingkup Produksi Media Internal PTPN X Magz di divisi Sekretaris Perusahaan PT Perkebunan Nusantara X (Persero) Surabaya.

I.3. Tujuan Kerja Praktek

Tujuan yang ingin dicapai dari kerja praktek ini adalah untuk mengetahui bagaimana Produksi Media Internal PTPN X Magz di divisi Sekretaris Perusahaan PT Perkebunan Nusantara X (Persero).

I.4. Manfaat Kerja Praktek

I.4.1. Teoritis

Memperkaya referensi yang dimiliki Fakultas Ilmu Komunikasi pada kajian komunikasi korporasi, khususnya tentang pembahasan Media Internal

I.4.2. Praktis

Hasil pengamatan selama KP (Kerja Praktek) dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan bagi PT Perkebunan Nusantara X (Persero), khususnya mengenai produksimedia internal.