

# Fungsi agenda media internal perusahaan terhadap agenda publik internal perusahaan (studi susunan agenda rajawali view terhadap agenda karyawan PT Garuda Indonesia mengenai isu-isu kebijakan manajemen baru dalam tahap rencana aksi garuda)

Rima Theresia Manzanaris, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286059&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Krisis ekonomi yang terjadi mempengaruhi semua sendi kehidupan termasuk sektor industri jasa penerbangan. Pengaruh yang disebabkan diantaranya adalah menurunnya kinerja finansial dan operasional perusahaan. Hal ini memaksa dunia usaha baik sektor industri maupun sektor bisnis melakukan upaya keras bila ingin tetap eksis dengan membuat program-program baru yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Program-program yang dibuat manajemen tersebut harus dikomunikasikan agar publik internal sadar dan dapat melaksanakan program tersebut dengan baik. Humas merupakan bagian penting dalam perusahaan karena Humas yang memegang peranan untuk mensosialisasikan program-program atau kebijakan manajemen kepada publik internal. Humas bertugas merancang program-program komunikasi baik dengan metode lisan, tulisan maupun visual. Media internal merupakan salah satu media tulisan yang digunakan oleh Humas Perusahaan untuk menyampaikan informasi dari manajemen kepada karyawan. Penelitian kali ini bertempat di PT Garuda Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang melakukan pembaharuan dalam perusahaannya dimana manajemen baru menetapkan program yang disebut Rencana Aksi Garuda. Tujuan penelitian adalah untuk melihat bagaimana keefektifan salah satu program komunikasi internal Humas, yaitu media interval Rajawali View dalam mensosialisasikan program manajemen Rencana Aksi Garuda kepada karyawan. Penelitian ini mengambil berita-berita di media internal Rajawali View. Isu yang dipilih adalah isu-isu seputar Rencana Aksi Garuda. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah susunan agenda (agenda setting). Variabel independen, yaitu agenda media diteliti dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis method). Sedangkan variabel dependen, yaitu agenda publik diteliti dengan menggunakan metode survey (survey method). Disamping itu juga dilakukan pengontrolan pada variabel ketiga yang dianggap mempengaruhi kekuatan hubungan yang terbentuk antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu unit kerja, rumpun jabatan dan jumlah edisi yang dibaca oleh karyawan PT Garuda Indonesia. Agenda media diukur berdasarkan ranking frekuensi pemunculan masing-masing isu pada media internal Rajawali View. Sedangkan agenda publik diukur berdasarkan respon mereka pada isu-isu yang mereka anggap sebagai isu penting secara intrapersonal dengan menggunakan instrumen kuesioner. Sampel penelitian adalah karyawan PT Garuda Indonesia yang bekerja di kantor pusat. Sampel berjumlah 45 orang responden yang diambil secara acak sederhana (simple random): Uji korelasi bivariat secara umum dengan menggunakan Spearman's Rank Correlation menunjukkan hanya beberapa hubungan yang signifikan, yaitu isu mengenai Program Pelayanan & Komunikasi, isu Tahap Turn around dan pada isu yang Paling Penting (Most Important). Korelasi pada isu Program Pelayanan & Komunikasi adalah sempurna 1.000 (.000). Korelasi pada Isu yang Paling Penting (most important issue) juga sempurna 1.000 (.000). Sedangkan pada isu Tahap Turn Around, korelasi yang terbentuk kuat .712 (.048). Munculnya hubungan yang sempurna ini diantara banyaknya hubungan yang tidak signifikan, dapat disebabkan karena waktu pelaksanaan Rencana Aksi Garuda, waktu penerbitan media

internal RV, perbandingan jumlah berita tiap-tiap isu yang dijadikan Fokus Utama dalam media internal RV, serta jenis isu. Pada variabel unit kerja, hubungan yang terbentuk antara agenda media dengan agenda publik diasumsikan kuat pada karyawan di unit kerja IC (Corporate Communication), yaitu bagian humas yang membuat media internal Rajawali View. Namun dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada satupun hubungan yang signifikan pada unit kerja ini. Pada variabel rumpun jabatan, hubungan yang terbentuk antara agenda media dan agenda publik diasumsikan kuat pada rumpun jabatan yang paling tinggi. Dari data hasil penelitian, jabatan yang tertinggi adalah Manajer Fungsi dan tidak ada satupun juga hubungan signifikan tercipta pada rumpun jabatan ini. Selanjutnya pada variabel jumlah edisi yang dibaca, hubungan yang terbentuk antara agenda media dan agenda publik diasumsikan kuat pada karyawan dengan jumlah edisi yang dibaca semakin tinggi. Data menunjukkan hanya sebagian hubungan yang signifikan, yaitu pada isu Program Pelayanan & Komunikasi dengan hubungan sempurna 1.000 (.000). Hal tersebut menunjukkan bahwa pada suatu kondisi ketidakpastian (uncertainty) yang disebabkan perubahan manajemen ini, unit kerja yang berhubungan dengan pembuatan media internal, rumpun jabatan yang semakin tinggi serta jumlah edisi yang dibaca semakin banyak tidak menyebabkan hubungan-hubungan yang tercipta signifikan. Artinya, responden dengan unit kerja yang berhubungan dengan pembuatan media internal, rumpun jabatan yang semakin tinggi serta jumlah edisi yang dibaca semakin banyak tidak menjamin isi lebih memahami mengenai Rencana Aksi Garuda Banyaknya hasil yang tidak signifikan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu sifat media yang diteliti, jenis isu yang diteliti, perbandingan jumlah isu, sumber informasi lainnya bagi responden serta seleksi yang dilakukan tiap pribadi. Berkaitan dengan sumber informasi lainnya, dari data yang didapat, bahwa kehadiran media lainnya seperti Info GA merupakan sumber informasi yang penting bagi karyawan. Waktu penerbitan yang insidental menjadi pelengkap informasi bagi karyawan disela-sela penerbitan Rajawali View yang terbit bulanan dan kadang tertunda. Pemanfaatan media lisan seperti rapat internal dan tatap muka yang kontinu juga merupakan hal yang harus dilakukan bila Humas ingin mengkomunikasikan suatu informasi serta ingin menciptakan perubahan pada publik sasarannya. Selain itu, banyaknya hubungan yang tidak signifikan sekaligus memperlihatkan bahwa Humas melalui salah satu alat komunikasinya, media internal RV, hanya menjalankan fungsi memberitahu (to inform) daripada membujuk (to persuade) khalayaknya sasarannya.