

## **ANALISA PENGELOLAAN MEDIA INTERNAL WEBSITE SMILE PADA PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK. (SIG)**

**Bulan Purnama Sari<sup>1</sup>, Titik Purwinarti<sup>2</sup>, Iis Mariam<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, [bulan.purnamasari.an18@mhs.wpnj.ac.id](mailto:bulan.purnamasari.an18@mhs.wpnj.ac.id)

<sup>2</sup>Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, [titik.purwinarti@bisnis.wpnj.ac.id](mailto:titik.purwinarti@bisnis.wpnj.ac.id)

<sup>3</sup>Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, [iis.mariam@bisnis.wpnj.ac.id](mailto:iis.mariam@bisnis.wpnj.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The background of this research is that PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) is the largest state-owned cement producer in Indonesia. With subsidiaries spread across Indonesia, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) must provide information regarding company policies. In providing this information, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) uses internal media that can cover all its internal employees. Unit of Internal Communication manages internal media to provide information needs of its employees. The internal media used is website-based which is an online media with the name SMILE. This study aims to analyze the management and constraints of the SMILE website's internal media. In the internal media management process, there are four stages of the process of public relations activities including (1) Fact Finding, searching for information data by reporting and interviewing (2) Planning, writing scripts, uploading articles to the SMILE rubric, and news broadcast schedules (3) Communication, using an online-based website as an internal medium. (4) Evaluating, evaluating the SMILE website. Constraints that occur in stage (1) Fact Finding, sensitive information and sources who are not willing to be interviewed (2) Planning, limited human resources and management policies in publishing news (3) Communication, competing with online media and not being integrated when opening the SMILE website (4) Evaluating, conducting an evaluation survey of the employees' lack of interest in reading. This research was conducted with a qualitative descriptive research method. In collecting data, researchers used the method of observation and interviews.*

**Keywords:** *Internal Media, Online Media, The Process of Public Relations Activities.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi karena PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) merupakan perusahaan BUMN produsen semen terbesar di Indonesia. Dengan anak usaha yang tersebar di Indonesia, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) harus memberikan informasi mengenai kebijakan perusahaan. Dalam memberikan informasi tersebut, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) menggunakan media internal yang dapat mencakup seluruh karyawan internalnya. *Unit of Internal Communication* mengelola media internal untuk memberikan kebutuhan informasi karyawannya. Media internal yang digunakan adalah berbasis *website* yang merupakan media *online* dengan nama SMILE. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan dan kendala media internal website SMILE. Pada proses pengelolaan media internal tersebut terdapat empat tahapan proses aktivitas *public relations* meliputi (1) *Fact Finding*, melakukan pencarian data informasi dengan peliputan dan wawancara (2) *Planning*, melakukan penulisan naskah, mengupload artikel ke rubrik SMILE, dan jadwal penayangan berita (3) *Communication*, menggunakan website berbasis online sebagai media internal (4) *Evaluating*, melakukan evaluasi terhadap *website* SMILE. Kendala yang terjadi pada tahap (1) *Fact Finding*, informasi yang bersifat sensitif dan narasumber yang tidak bersedia diwawancarai (2) *Planning*, terbatasnya SDM dan kebijakan manajemen dalam menerbitkan berita (3) *Communication*, bersaing dengan media *online* dan tidak terintegrasi ketika membuka *website* SMILE (4) *Evaluating*, melakukan survei evaluasi terhadap kurangnya minat baca karyawan. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode observasi dan wawancara.

**Kata Kunci:** *Media Internal, Media Online dan Proses Aktivitas Public Relations.*

## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Dalam suatu instansi perusahaan tidak lepas dari komunikasi sebagai penyambung kebutuhan informasi dan berinteraksi dengan berbagai pihak. Komunikasi merupakan aspek penting yang terjadi pada hubungan manusia. Komunikasi yang baik dapat berpengaruh besar dalam keberhasilan perusahaan karena dapat membentuk hubungan yang baik kepada *stakeholder* internal maupun eksternal.

Perusahaan tentu memiliki proses interaksi yang dibagi menjadi dua, yaitu dengan komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal merupakan pertukaran gagasan untuk suatu tujuan yang terstruktur. Komunikasi internal merupakan pemangku kepentingan di dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi bisnisnya.

Dalam membangun komunikasi yang baik, maka perusahaan membutuhkan media dalam menyampaikan informasi tersebut kepada karyawan internal dan eksternal. Untuk memberitakan sebuah informasi mengenai kegiatan yang terjadi pada perusahaan, media internal dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan pemberian informasi untuk keperluan publikasi publik internal perusahaan.

Peran media internal cukup penting karena dengan adanya media internal dapat membuat karyawan dan manajemen melakukan interaksi dengan tujuan dan pandangan yang sama. Media Internal juga berfungsi sebagai penghubung manajemen perusahaan dan sarana komunikasi untuk kebutuhan informasi publik internal. Media internal dapat berbentuk majalah, *bulletin*, *newsletter*, koran, *website* dan lain sebagainya. Media internal mempunyai tujuan utama yaitu memberikan informasi kepada karyawan internal perusahaan mengenai kebijakan perusahaan, supaya

karakter karyawan terbentuk menjadi individual yang lebih baik dan meningkatkan produktivitas kerja sehingga karyawan dapat loyal terhadap perusahaan.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang industri semen serta memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) menggunakan media internal untuk menyampaikan informasi kebijakan dan kegiatan perusahaan kepada karyawan internal. Media internal juga menjadi sarana media komunikasi untuk membangun hubungan antara manajemen dengan karyawan. Media internal yang digunakan sebelumnya PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) adalah media cetak dalam bentuk majalah bernama SINERGI dan *bulletin* bernama GAPURA.

Melihat kondisi perkembangan teknologi, maka PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) melakukan perubahan media internal yang sebelumnya adalah media cetak yakni majalah dan *bulletin*, dan memutuskan untuk membuat media internal dengan teknologi berbasis *website* supaya lebih efektif dan mudah dijangkau karyawan internal. Media internal tersebut berbasis *online* berupa *website* yang dapat diakses kapan dan dimanapun karyawan berada. *Website* menjadi media yang paling sering digunakan dalam mencari informasi mengenai perusahaan atau organisasi dari perusahaan itu sendiri.

*Website* yang digunakan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) bernama SMILE dengan kepanjangan dari Semen Indonesia *Live and Enjoy*. *Website* SMILE hanya dapat diakses oleh karyawan internal perusahaan PT Semen Indonesia Grup yang terdiri dari Semen Padang, Semen Gresik, Semen Tonasa dan Semen Thang Long Vietnam. *Website* SMILE menjadi pengganti media

internal yang sebelumnya digunakan yaitu pengganti dari majalah SINERGI dan *bulletin* GAPURA. *Website* tersebut berisi informasi mengenai kegiatan dan berita yang ada pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG).

Penelitian ini berfokus kepada fungsi *public relations* dalam mengelola media internal *website* SMILE dengan melalui beberapa tahapan proses *public relations* yang dijalankan *Unit of Internal Communication*. Menurut Cutlip dan Centre dalam Tanjung dkk. (2015:2302), terdapat 4 (empat) tahapan proses aktivitas *public relations* yaitu penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*), dan mengevaluasi (*evaluating*). Hal ini dilakukan untuk mengetahui proses tahapan *public relations* pengelolaan media internal *website* SMILE yang dijalankan *Unit of Internal Communication*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses aktivitas *public relations* yang dijalankan *Unit of Internal Communication* dalam pengelolaan media internal *website* SMILE berdasarkan teori Cutlip dan Centre mengenai tahapan *public relations*. Berdasarkan kesimpulan tersebut, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisa Pengelolaan Media Internal *Website* SMILE pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG)”.

### **Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana proses pengelolaan media internal *website* SMILE berdasarkan aktivitas *public relations*?
- b. Apa yang menjadi kendala pengelolaan media internal *website* SMILE dalam proses aktivitas *public relations*?

### **Tujuan**

- a. Menganalisis bagaimana proses pengelolaan media internal *website* SMILE berdasarkan aktivitas *public relations*?
- b. Menganalisis apa yang menjadi kendala pengelolaan media internal *website* SMILE dalam proses aktivitas *public relations*?

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Media Internal**

Menurut Moore dalam Aska dan Yesa (2021:3), media internal adalah media yang digunakan oleh *public relations* untuk menginformasikan suatu berita kepada publik internal di dalam suatu perusahaan. Tujuan utama dari media internal adalah memberikan informasi kepada para karyawan mengenai kebijaksanaan dan kegiatan perusahaan, menstimulasi peningkatan produksi dengan memperkenalkan penampilan individual yang baik dan menekankan kebutuhan akan hasil yang lebih baik oleh para karyawan, serta membantu meningkatkan semangat kerja dan loyalitas.

#### **Media Online**

Menurut Kurniawan dalam Aska dan Yesa (2021:3), media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media berbasis telekomunikasi dan multimedia seperti komputer dan internet. Media *online* ini memiliki karakteristik masing – masing yang sesuai dengan fasilitas yang dapat dimanfaatkan pengguna atau konsumen.

#### **Public Relations**

Menurut Reck dalam Ropingi (2015:6), *public relations* adalah proses kelanjutan mengenai penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan, dan sikap yang disesuaikan oleh lembaga tertentu untuk memperoleh kepercayaan

agar dapat menjamin adanya pengertian dan penghargaan nilai baik.

### **Proses Aktivitas *Public Relations***

Menurut Cutlip dan Centre dalam Tanjung dkk. (2015:2302), kegiatan *public relations* dilaksanakan dengan beberapa tahapan untuk hasil yang diinginkan, sehingga tujuan tersebut dapat tercapai dan berjalan dengan efektif. Tahapan ini menjadi pola kegiatan komunikasi atau proses *public relations* yang dibagi menjadi 4 (empat) tahapan, meliputi:

#### **a. Penemuan Fakta (*Fact Finding*)**

Pada langkah awal tahapan ini berfokus terhadap masalah yang terjadi saat ini dengan menganalisis situasi yang menjadi opini publik. Fakta yang menjadi data dapat diperoleh berdasarkan survei pendapat internal atau eksternal dengan menggunakan beberapa pendekatan. Untuk menemukan fakta, konsultan *Public Relations* mengupayakan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik dan ekonomi yang dapat mempengaruhi organisasi atau perusahaan.
- 2) Mengumpulkan data yang dapat diolah menjadi informasi.
- 3) Menganalisis informasi sesuai dengan keperluan organisasi atau perusahaan.
- 4) Menyajikan berbagai informasi kepada setiap unit organisasi atau perusahaan.
- 5) Menyempurnakan informasi yang kurang lengkap.
- 6) Melengkapi persediaan data dan informasi dari media massa.

**b. Perencanaan (*Planning*)** Langkah kedua tahapan perencanaan adalah bagian penting untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan, karena dapat menentukan keberhasilan

tujuan organisasi yang dikelola *public relations*. Terdapat 4 (empat) tahap dasar perencanaan menurut Cutlip yaitu:

- 1) Menyusun masalah berdasarkan tujuan perusahaan.
- 2) Merumuskan keadaan perusahaan saat ini.
- 3) Mengidentifikasi hambatan.
- 4) Membuat serangkaian perencanaan kegiatan untuk mencapai tujuan.

#### **c. Komunikasi (*Communication*)**

Langkah ketiga tahapan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada publik internal maupun publik eksternal mengenai apa yang telah rencanakan sebelumnya. Berdasarkan hasil fakta dan data yang dikumpulkan pada langkah pertama (*fact finding*), dalam tahap terdapat langkah yang harus dilakukan, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi target dan tujuan ketika ingin mengirim pesan tertentu.
- 2) Mengolah data yang didapat tentang berbagai faktor sosial dan lain sebagainya.
- 3) Merumuskan bagaimana pesan yang disebarkan.
- 4) Memeriksa kelengkapan informasi yang diperoleh pada tahap *fact finding*.
- 5) Menentukan teknik komunikasi.
- 6) Membandingkan pengalaman pihak lain dengan perusahaan untuk menghasilkan langkah terbaik.
- 7) Menganalisis data dari informasi yang diperoleh dan merumuskan sesuai dengan program kerja, situasi dan tempatnya.

**d. Evaluasi (*Evaluating*)** Langkah terakhir dilakukannya evaluasi untuk mengetahui dampak atau pengaruh yang telah dilakukan pada tahap-tahap sebelumnya. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan yang dijalankan *public relations* dalam

keberhasilannya. Beberapa pertanyaan terkait kegiatan evaluasi diantaranya adalah:

- 1) Apakah program direncanakan dengan baik?
- 2) Apakah semua khalayak dapat dicapai?
- 3) Apakah ada faktor penghambat?

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG) yang berlokasi South Quarter, Tower A, Lt.19-20, Jl. R.A. Kartini No. Kav.8, RT.10/RW.4, West Cilandak, South Jakarta, Jakarta 12430. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif deskriptif ini digunakan untuk mempelajari permasalahan yang terjadi secara mendalam dengan melakukan pengamatan, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan akhir terhadap proses pengelolaan media internal *website* SMILE melalui tahapan proses *public relations* yang dijalankan *Unit of Internal Communication* pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SIG)

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dengan observasi dan wawancara dengan team redaksi dalam pengelolaan media internal *website* SMILE. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, buku, dan jurnal atau hasil penelitian terlebih dahulu.

Teknik pengolahan data yang dilakukan secara triangulasi yaitu menganalisis jawaban sementara yang didapatkan pada saat observasi dan proses wawancara hingga mendapatkan kesimpulan yang dapat dimengerti.

Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan model analisis data model Miles & Huberman dengan 3 (tiga)

pola analisis data reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan menarik kesimpulan (*conclusions drawing*).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Pengelolaan Media Internal *Website* SMILE**

###### **a. Penemuan Fakta (*Fact Finding*)**

pada tahap ini yang dilakukan tim redaksi adalah dengan mencari informasi atau data dengan melakukan peliputan kegiatan yang diselenggarakan unit kerja atau perusahaan untuk memberikan isu yang menarik perhatian karyawan dalam membaca berita pada *website* SMILE. Artikel tersebut dapat dipecah ke beberapa rubrik yang tersedia pada *website* SMILE untuk dibagi menjadi berita umum dan berita pendek secara terperinci dan mendetail.

**b. Perencanaan (*Planning*)** pada tahap ini yang dilakukan tim redaksi adalah melakukan rapat rutin untuk membahas isi konten berita dalam *website* SMILE dan menentukan untuk menayangkan berita apa dari senin sampai jumat, berita tersebut ditayangkan minimal 2 berita dalam sehari. Karena karakter media *online* berupa artikel pendek, jadi dalam satu kegiatan dapat dipecah menjadi beberapa berita yang menarik untuk ditayangkan. Dalam penulisan naskah, tim redaksi harus *me-review* kepada manajemen untuk konfirmasi dan persetujuan kebijakan dari manajemen, karena tim redaksi tidak memiliki otoritas dalam menayangkan berita tersebut.

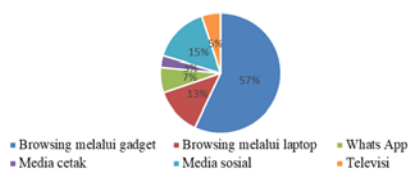
**c. Komunikasi (*Communiation*)** pada tahap komunikasi yang dilakukan tim redaksi adalah melakukan pengelolaan media internal bernama SMILE. SMILE adalah sarana media berbasis *online* untuk memberikan informasi karyawan internal dan dinilai efektif

dalam penyebaran informasi dan berita. SMILE juga dapat mempererat hubungan karyawan internal lainnya terhadap persoalan yang terjadi.

- d. Evaluasi (*Evaluating*)** pada tahap ini yang dilakukan tim redaksi adalah menganalisis dengan melakukan survei perilaku pembaca untuk mengetahui kurangnya minat baca karyawan.

**Gambar 1. Alasan Media Yang Digunakan Karyawan**

Pilihlah salah satu media paling utama bagi Bapak/Ibu yang selalu diakses untuk memperoleh informasi setiap hari?



Sumber: *Unit of Internal Communication, 2022*

Hasil survei menunjukkan bahwa *website* SMILE kurang diminati karyawan karena hanya dapat diakses di laptop, sedangkan karyawan memilih menggunakan gadget dalam memperoleh informasi tersebut. Kekurangan pada *website* SMILE tersebut menjadi masukan dalam pengembangan media internal yang baru berbasis *mobile apps*.

**Kendala Pengelolaan Media Internal Website SMILE**

**a. Penemuan Fakta (*Fact Finding*)**

- 1) Informasi data dari narasumber yang bersifat sensitif.
- 2) Narasumber yang tidak terbuka atas informasi yang dibutuhkan tim redaksi dalam menjalankan tugasnya.

Sensitif yang dimaksud adalah bersifat rahasia. Rahasia menurut narasumber yang mempunyai pertimbangan terhadap apa yang diberikan sebagai informasi. Sehingga kendala ini membuat proses

penayangan berita menjadi terhambat, karena tim redaksi harus mencari data dan informasi tambahan ke narasumber lain mengenai informasi tersebut yang masih berhubungan dalam unit atau kegiatan terkait. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah dengan menulis naskah berdasarkan informasi yang sudah didapatkan, lalu memberikan naskah tersebut kepada narasumber untuk di *review*. Karena jika data tersebut bersifat rahasia dan diterbitkan oleh tim redaksi pada media internal *website* SMILE, maka akan berpengaruh dari sisi pembaca dan pengolahannya juga.

**b. Perencanaan (*Planning*)**

- 1) Terbatasnya SDM pada tim redaksi dengan masing – masing tugas dan tanggung jawabnya.
- 2) Kebijakan manajemen bahwa berita tersebut belum dapat diterbitkan, padahal artikel tersebut cukup menarik dan diminati karyawan dalam memenuhi kebutuhannya.

Dengan terbatasnya SDM pada tim redaksi dengan tugas dan tanggung jawab masing masing, dan secara langsung mengelola media internal *website* SMILE, membuat tim redaksi tidak dapat mengcover 2 atau 3 kegiatan yang terjadi bersamaan secara mendadak untuk melakukan peliputan. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah menentukan skala prioritas, contohnya seperti kegiatan pertama dan kedua dilakukan dengan peliputan secara langsung untuk dibikin laporannya, sementara kegiatan ketiga dapat dilakukan dengan wawancara melalui telepon untuk menggali informasi.

**Gambar 2. Draft Artikel Website SMILE**



Sumber: *Website SMILE, 2022*

Pada gambar tersebut dengan judul berita “Semen Baturaja Bakal Gabung SIG, Adi Munandir: Kit”, menurut manajemen belum dapat diterbitkan karena hal tersebut belum terealisasi, sehingga dapat menghambat artikel yang dapat meningkatkan *engagement* karena berita tersebut cukup menarik. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah dengan menulis artikel tersebut ke dalam *draft website SMILE*. Ketika hal tersebut sudah terealisasi dan dapat persetujuan manajemen bahwa artikel tersebut sudah dapat di *publish*, maka tim redaksi dapat menayangkan artikel tersebut.

**c. Komunikasi (Communication)**

- 1) *Website SMILE* berbasis *online*, maka *SMILE* harus bersaing dengan ratusan media *online* termasuk media sosial yang menawarkan informasi yang tak kalah menarik.
- 2) Tidak terintegrasi ketika menggunakan *website SMILE* dengan harus login ulang, sehingga tidak efektif dalam penggunaan *SMILE* tersebut.

**Tabel 1. Perbandingan Website SMILE dan Media Online**

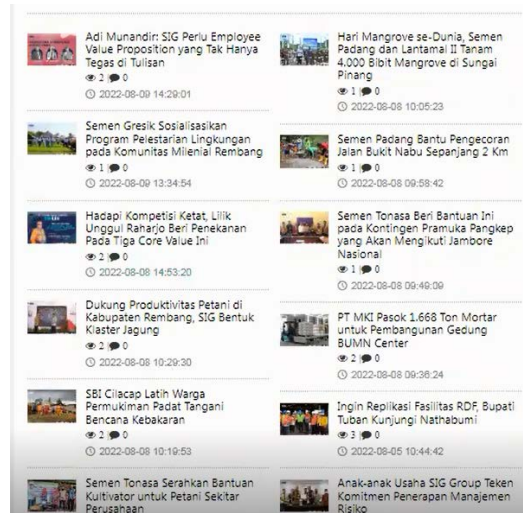
<i>Website SMILE</i>	Media Online (Detik.com, Kompas.com, CNN Indonesia)
Hanya dapat diakses karyawan internal yang mempunyai email perusahaan (@sig.com)	Terbuka untuk umum
Menyediakan informasi internal perusahaan	Menyediakan informasi berita terbaru yang sedang terjadi
Hanya dapat diakses di laptop	Dapat di <i>download</i> di HP karena bersifat <i>mobile apps</i>
Tidak terintegrasi ketika membuka <i>website</i> karena harus login ulang	Lebih praktis karena <i>user friendly</i>

Sumber: Data diolah, 2022

Kendala pada *website SMILE* tersebut dapat mengurangi minat baca karyawan pada *website SMILE*, karena informasi yang diberikan sudah banyak diakses lebih mudah pada media *online* lainnya, dan juga *SMILE* memakan waktu dalam mengakses untuk login ulang ketika membukanya. Sehingga, hal tersebut membuat karyawan lebih memilih menggunakan media yang praktis dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah dengan mengevaluasi *website SMILE* dan memberikan informasi *ter-update* supaya lebih banyak diminati karyawan internal.

**d. Evaluasi (Evaluating)**

**Gambar 3. Berita Website SMILE**



Sumber: *Website SMILE, 2022*

Pada gambar di atas, terlihat bahwa artikel berita yang ada pada *website SMILE* terdapat minimnya karyawan yang membuka artikel tersebut. Hal ini membuat pertanyaan apa yang menjadi masalah dalam pengelolaan *website SMILE* tersebut sehingga menyebabkan kurangnya minat baca karyawan pada *website SMILE*. Upaya yang dilakukan *Unit of Internal Communication* adalah

membuat survei dengan karyawan mengenai perilaku pembaca.

Dalam survei ini menjawab apa yang menjadi alasan kurangnya minat baca karyawan pada *website* SMILE. Sehingga menyebabkan minimnya karyawan yang membuka artikel pada *website* SMILE. Upaya yang dilakukan *Unit of Internal Communication* adalah melakukan perubahan pada media internal dengan menjadi suatu *mobile apps*. Karena survei membuktikan bahwa karyawan lebih memilih menggunakan gadget dalam memperoleh informasi, sehingga *Unit of Internal Communication* merencanakan bahwa media internal yang tadinya berbasis *website*, sekarang berubah menjadi sebuah aplikasi yang dapat di *download* di *gadget*.

## KESIMPULAN

- a. **Penemuan Fakta (*Fact Finding*)** pada tahap ini tim redaksi melakukan peliputan kegiatan untuk mencari informasi atau data untuk menjadi sebuah berita dan artikel pada *website* SMILE. Kemudian data tersebut ditulis menjadi naskah lalu menentukan berita tersebut masuk kerubrik mana yang sudah tersedia pada *website* SMILE. Kendala pada tahap penemuan fakta bahwa data atau informasi yang bersifat sensitif atau rahasia dari narasumber tidak akan di *publish*, dan narasumber yang tidak terbuka dalam memberikan informasi. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah menulis naskah berdasarkan data, lalu memberikan naskah tersebut kepada narasumber untuk di *review* dan tim redaksi harus mencari data tambahan kepada narasumber lain yang bersedia untuk diwawancara.
- b. **Perencanaan (*Planning*)** pada tahap ini tim redaksi melakukan rapat rutin

atau diskusi pada *Whatsapp* grup untuk membahas isi konten berita, menentukan jadwal penayangan berita. Naskah yang sudah ditulis tim redaksi harus di *review* manajemen untuk menyetujui apakah naskah tersebut dapat diterbitkan pada *website* SMILE. Terbatasnya personel tim redaksi, membuat peliputan pada waktu bersamaan secara mendadak menjadi suatu kendala, upaya yang dilakukan adalah menentukan skala prioritas dengan peliputan langsung atau dengan wawancara narasumber. Kendala kedua terjadi ketika kebijakan manajemen bertolak belakang dengan kebutuhan informasi internal, yang membuat artikel tersebut harus di *pending* dalam penerbitannya, upaya yang dilakukan adalah menayangkan artikel tersebut dengan disimpan ke dalam *draft website* SMILE.

- c. **Komunikasi (*Communication*)** pada tahap ini *Unit of Internal Communication* memiliki tugas untuk menyampaikan informasi kepada internal. Tim redaksi mengelola media internal bernama SMILE. SMILE merupakan media internal berbasis *website* sehingga dapat dinilai efektif dalam penyebaran informasi dan berita. Kendala dalam pengelolaan *website* SMILE terjadi karena banyaknya media *online*, sehingga SMILE harus bersaing dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan. Kendala pada *website* SMILE yang tidak terintegrasi dengan harus login ulang, sehingga tidak efektif dalam penggunaan SMILE tersebut. Upaya yang dilakukan tim redaksi adalah dengan mengevaluasi *website* SMILE dan memberikan informasi terupdate supaya lebih banyak diminati karyawan internal.
- d. **Evaluasi (*Evaluating*)** pada tahap ini *Unit of Internal Communication*



melakukan survei kepada karyawan mengenai perilaku pembaca. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi alasan kurangnya minat baca karyawan. Dari hasil survei tersebut karyawan memilih gadget dalam memperoleh informasi karena lebih praktis dan dapat memberikan informasi ter-*update*. Informasi yang rutin dibutuhkan karyawan adalah informasi umum seputar kebijakan perusahaan karena dapat berpengaruh kepada karyawan. Hasil survei ini menjadi evaluasi dalam pengembangan media internal. Upaya yang dilakukan *Unit of Internal Communication* adalah melakukan pengembangan media internal berbasis *website* menjadi *mobile apps* bernama SIGNAL dengan menambahkan beberapa fitur yang tidak ada pada media internal sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djuroto, Toto. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dwijodijoto, Nugroho Riant. 2003. *Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, Evaluasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Ishaq, Ropingi el. 2015. *Kuliah Public Relation Pengantar & Praktik*. Kediri: STAIN Kediri Press.
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- O'Brien, James, & Marakas, George. 2011. *Management Information Systems*. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Terry, George R. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Terry, George R. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta. Bina Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Amanda, Siska Marsela. 2012. "Penggunaan Website Internal Dan Kepuasan Informasi Bagi Karyawan Kantor Walikota Jakarta Barat". Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Aryani, Desya Putri, dan Nugraha, Aat Ruchiat. 2019. "Proses Public Relation Dalam Kegiatan Layanan Kendaraan Konseling Silih Asih Juara (Kekasih Juara)". *Jurnal Common*. Sumedang Universitas Padjajaran.
- Budiarti, Avi Sukma. 2014. "Analisis Fungsi Media Internal Sebagai Sumber Informasi Pegawai (Studi Pada Buletin Badan Kepegawaian Negara)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Jakarta: Universitas Persada Indonesia Y.A.I
- Chaterine, Gabriela dan Rizki, Menati Fajar. 2022. "Pengelolaan Media Internal Newsletter "Info Maritim" Direktorat Jenderal Perhubungan Laut". *Jurnal Komunikasi*. Garut: Universitas Garut.

- Febianti, Fepi, Dkk. 2020. “*Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Sumedang. Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*”. Sumedang: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Sebelas April Sumedang.
- Gandhi, Haililah Tri, dan Destania, Suci. 2015. “*Pengelolaan Media Internal “Newsletter Legal & Corsec” PT Salim Ivomas Pratama Tbk*”. Jurnal Visi Komunikasi. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Heryana, Ade. 2018. “*Informan dan pemilihan informan dalam penelitian kualitatif*”. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Huda, Baenil, dan Priyatna, Bayu. 2019. “*Penggunaan Aplikasi Content Manajemen System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-Commerce*”. Jurnal Systematics. Karawang: Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Isabella, Saskia dan Imran, Ayub Ilfandy. 2019. “*Implementasi Pengelolaan Media Internal PT Krakatau Steel (Persero) Tbk Pada KSG News*.” Jurnal e-Proceeding of Management. Bandung: Universitas Telkom.
- Leonardi, Aska, dan Santoso, Yesa Felicia. 2021. “*Analisis Efektivitas Media Internal Website MyBCA Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Bank Central Asia KCU Wisma Asia*”. Jurnal Global Komunika. Jakarta: Universitas Sahid Jakarta.
- Tanjung, Mochamad Agistiana, Mandalia, Sekar Arum dan Ali, Dini Salmiyah Fithrah. 2019. “*Proses Public Relation PT KAI Pusat Bandung Dalam Pengelolaan Media Internal “Tabloid Kontak”*”. Jurnal e-Proceeding of Management. Bandung: Universitas Telkom.