

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi manusia dan merupakan suatu kebutuhan utama bagi setiap manusia di dalam kehidupan sehari-hari. Manusia tidak lepas dari kebutuhan akan informasi sehingga komunikasi umumnya dilakukan guna mendapatkan informasi. Manusia mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Dengan adanya informasi tersebut, membuat seseorang yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Maksudnya informasi dapat menambah pengetahuan seseorang.

Pada suatu perusahaan, komunikasi merupakan hal yang cukup penting. Salah satu tujuan komunikasi dalam organisasi/perusahaan adalah menetapkan dan menyampaikan tujuan perusahaan. Oleh karena itu, dalam melakukan komunikasi di dalam organisasi perlu adanya pertimbangan dan perencanaan penggunaan alat komunikasi agar komunikasi tersebut dapat mendukung terciptanya tujuan perusahaan. Berkaitan dengan penjelasan dari hasil penelitian sebelumnya oleh Imran bahwa sangat diperlukan sebuah media komunikasi internal yang dikelola oleh *Public Relations* untuk memfasilitasi komunikasi internal, penyimpanan dan penyebaran data informasi, pengetahuan, kebijaksanaan, dan ide-ide seluruh organisasi kepada karyawan agar proses komunikasi berjalan dengan efektif dan efisien (Imran, 2011, hlm.4).

Salah satu cara yang sering digunakan adalah melalui media atau suatu saluran agar pesan yang disampaikan perusahaan dapat diterima dengan baik oleh publik perusahaan, baik internal maupun eksternal. Media internal dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat berbentuk majalah, tabloid, buletin, *newsletter*, *website* perusahaan, intranet perusahaan, *company profile*, *financial report*, dan masih banyak lagi jenis lainnya yang dapat memberikan efek bagi karyawan salah satunya adalah tingkat pengetahuan (Hardiani, 2014, hlm.3).

Salah satu alat komunikasi sekaligus media informasi yang dibuat oleh praktisi *public relations* adalah *newsletter*. Asal mula *newsletter* adalah “*house journal*”, yaitu terbitan berkala yang diperuntukan untuk publik perusahaan secara khusus, baik internal maupun eksternal. *Newsletter* berisikan informasi yang dikemas secara ringan tentang perusahaan dan juga hal-hal umum yang dapat meningkatkan pengetahuan akan informasi bagi karyawan dan sekaligus sebagai media komunikasi internal karyawan. *Newsletter* yang diterbitkan secara berkala berisi tentang informasi perusahaan sangat bermanfaat untuk menyalurkan pesan-pesan manajemen kepada karyawan dan juga mendukung citra positif organisasi/perusahaan.

Praktisi *public relations* di dalam suatu perusahaan yang berperan sebagai penyambung lidah pihak perusahaan kepada publiknya haruslah memberikan informasi yang sebenar-benarnya. Dengan penggunaan *newsletter*, memudahkan praktisi *public relations* untuk menyebarkan informasi, baik informasi tentang perusahaan ataupun informasi umum yang terkait tentang perusahaan kepada publiknya, terutama pada karyawan yang merupakan publik internal yang dianggap sebagai aset perusahaan yang menentukan keberhasilan perusahaan. *Newsletter* yang berisikan informasi harus memiliki daya tarik yang terkandung agar informasi tersebut dibaca oleh publiknya dan pesan yang ada di dalam informasi tersebut dapat sampai kepada pembacanya. Daya tarik menurut Effendy adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi (Siswandi, 2012, hlm.5). Oleh karena itu, daya tarik pesan yang terdapat dalam *newsletter* yang disampaikan oleh *public relations* di dalam suatu perusahaan dapat memberikan pengaruh kepada penerimanya setelah mendapat pesan/informasi tersebut.

Umumnya *newsletter* dicetak pada kertas, namun seiring berkembangnya jaman dan perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan penggunaan berbagai macam media untuk menyampaikan pesan. Salah satu media baru yang saat ini mulai banyak digunakan adalah internet. Internet membuat media cetak perlahan mulai tergantikan. Salah satu fasilitas yang dapat digunakan *public relations* di internet adalah *email*. Dengan memanfaatkan teknologi *e-mail*, kini

*newsletter* dapat disebar secara cepat, menjangkau luas, murah dan dapat diakses dengan mudah.

ISS Indonesia merupakan salah satu *outsourcing company* di bidang *cleaning service* dan *facility service* terbesar yang ada di Indonesia dengan jumlah karyawan 61.000 yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan jumlah karyawan yang besar, ISS Indonesia menyadari akan pentingnya komunikasi di dalam suatu organisasi/perusahaan. Oleh karena itu, ISS Indonesia menerapkan penggunaan *newsletter* sebagai media komunikasi internal yang juga berfungsi sebagai alat penyebaran informasi bagi pihak internal perusahaan. *Human Resources Newsletter* atau yang biasa disebut *HR Newsletter* adalah *e-mail newsletter (e-newsletter)* ISS Indonesia, dimana *newsletter* tersebut disebar melalui *e-mail* kepada karyawan ISS Indonesia yang berada pada level *Top Management, Managerial, Staff* hingga *Team Leader* dan *Supervisor* yang tersebar di seluruh Indonesia untuk memberikan informasi-informasi penting terkait perkembangan perusahaan.

*HR Newsletter* yang terbit sekali dalam setiap bulan membantu penyebaran informasi kepada karyawan ISS Indonesia karena para karyawan tersebut tersebar luas di berbagai area yang ada di Indonesia. *HR Newsletter* umumnya berisi kebijakan perusahaan, pengumuman lowongan pekerjaan, artikel motivasi, artikel *personal development*, dan juga artikel seputar informasi umum yang terkait dengan apa yang ada di perusahaan yang sedang menjadi topik pembicaraan seperti informasi tentang kewajiban BPJS bagi seluruh karyawan perusahaan, kenaikan UMP, pelaporan SPT *online*, dan lain-lain. Artikel atau informasi tersebut disajikan dengan gambar ilustrasi dan foto yang dapat menarik pembaca agar tidak merasa jenuh saat membaca *newsletter* tersebut. Informasi yang terdapat dalam *HR Newsletter* dibuat oleh bagian *Employee Communication* yang berada pada divisi *Employee Relations*.

Peletakan konten informasi atau artikel yang terdapat pada *HR Newsletter* berdasarkan tingkat urgensi informasi atau seberapa pentingnya informasi dan ketertarikan karyawan terhadap informasi tersebut, sehingga informasi yang dianggap penting biasanya berada pada awal *HR Newsletter* dan terletak di bagian atas. Untuk membaca konten informasi secara lebih jelas dan lengkap, karyawan

dapat meng-klik tombol *read more* yang terdapat pada *e-mail* tersebut yang akan membawa pada tampilan *HR Newsletter* versi *website*. Berikut tampilan *HR Newsletter* yang diterima melalui *e-mail*:

**HR Newsletter**  
ISS Indonesia

Dear Bu Titima Chaerani,  
Berikut adalah HR Newsletter edisi July 2015.  
Salam ISL,  
HR Newsletter Team

**ISS AWARDS 2015**

ISS Award 2015 Tahun 2015 Indonesia meraih penghargaan sebagai Indonesia's Most Admired Companies (IMAC), Corporate Image Award 2015 dalam kategori industri Cleaning Services yang diselenggarakan oleh Frontier Consulting Group bekerja sama dengan... [Read More](#)

**Don't Quit When You're Tired**  
**Quit When You're Done!**

Mengapa? Tetaplah Tidaklah Sial!  
Bering kali kita mendengar kata-kata motivasi seperti motivasi dalam motivasi. Ingat, kata "tidaklah" juga sering dikaitkan dengan cara kita berpikir dalam bekerja. Apakah hanya bekerja sekejap saja, tidak... [Read More](#)

**Drive to 100**

Mudik, Kebahagiaan Dibalik Tradisi  
Mudik atau kera-kera dari trader pulang kampung menjadi fenomena tahunan menjelang Hari Raya Idul Fitri. Perhatikan dan kita memanfaatkan momen mudik untuk mengunjungi sanak saudara yang selama ini terpisah... [Read More](#)

**Contact Us**

- Call Centre HR Dept. 24 jam 021-748 64480 ext. 33 | 021-745 6267
- Call Hotline 24 jam 021-2516 8888 atau 0823 7414 222 8
- Banwet Hotline 24 jam 0823 117766 30

ISS Indonesia | Human Resources Management | Graha 02  
Untuk lebih detail, kunjungi [www.iss.co.id](http://www.iss.co.id)  
Email: [hr@iss.co.id](mailto:hr@iss.co.id) | [hr@iss.co.id](mailto:hr@iss.co.id)  
Email: [hr@iss.co.id](mailto:hr@iss.co.id) | [hr@iss.co.id](mailto:hr@iss.co.id)

Sumber: ISS Indonesia

**Gambar 1. Tampilan HR Newsletter ISS Indonesia**

Di Indonesia, perusahaan *outsourcing* di bidang *facility service* dan *cleaning service* sudah banyak ditemui. Namun, tidak semua dari perusahaan-perusahaan tersebut yang memperhatikan penggunaan media komunikasi internal yang juga berfungsi sebagai alat penyebaran informasi dalam perusahaan kepada karyawannya. Banyak dari perusahaan tersebut fokus kepada pemberian informasi yang sekaligus kepada publik internal dan eksternal, tidak fokus kepada karyawan internal mereka saja. Salah satu perusahaan *facility service* dan *cleaning service* yang sejenis seperti ISS Indonesia adalah PT. Sinar Jernih Sarana (SJS). PT. SJS tidak menggunakan *newsletter* tetapi menggunakan media komunikasi untuk internal dan eksternal yaitu majalah “SJ’ers”. Nama “SJ’ers” ini memiliki arti yaitu Komunitas Sinar Jernih Sarana. Majalah yang terbit 3 bulan sekali ini, bisa dibaca melalui *website* PT. SJS di <http://sjsfs.co.id/>. SJ’ers berisikan informasi seputar perusahaan, artikel tokoh motivasi, kegiatan perusahaan (seperti: *training*, seminar, dan *event* perusahaan), dan penghargaan yang diberikan kepada karyawan. Informasi yang ada di majalah “SJ’ers” berjangka 3 bulan sekali dan tidak fokus pada informasi untuk publik internal saja tetapi juga publik eksternal, sedangkan informasi yang ada pada *HR Newsletter* lebih *ter-update* karena diberikan setiap bulannya dan fokus kepada pemberian informasi untuk karyawan yang merupakan publik internal. Berikut contoh majalah internal “SJ’ers”:

**INFORMASI**

**Guangzhou International Cleaning Equipment & Supplies Fair 2015**



Pada tanggal 10 hingga 12 September 2015, Bapak Norman Sebastian (Presiden Komisaris) Bersama Bapak Adi Permedi (President – Chief Executive Officer) mengunjungi The 5th Guangzhou International Cleaning Equipment & Supplies Fair 2015, yang berlangsung di China Import and Export Fair Complex, Guangzhou, China.

Pada kesempatan tersebut, kedua orang pucuk Pimpinan SJS telah melihat beberapa teknologi kebersihan terbaru yang dipamerkan. Mulai dari cara perawatan lantai keras, lantai karpet, hingga unit portable toilet yang cukup mutakhir. Rupanya proses belajar untuk dapat terus mengasah pengetahuan serta keahlian bukan hanya dilakukan oleh Operative hingga Manager saja, namun juga dipajaran Direksi dan Komisaris, Luar biasa!

**Training “General Pipe Cleaners”, KLENCO Singapore**



Sinar Jernih Sarana telah membuka sebuah pelayanan baru, yakni pelayanan pembersihan pipa Plumbing. Sehubungan dengan hal ini, maka pada tanggal 11 sampai dengan tanggal 12 Desember 2015, perusahaan telah mengirim Abigail Muhammad (Operation Manager) dan Numamayah (Operation Manager) untuk menjalani proses pelatihan atas penggunaan General Pipe Cleaners di markas KLENCO di Singapura.

Pelatihan sendiri langsung diberikan oleh dua orang tenaga ahli dari Klenco yang diberikan dengan sangat profesional. Pelatihan diberikan baik secara teori maupun secara praktik.

Kami menghargakan dengan adanya pelayanan baru “Pipe Cleaning” SJS dapat semakin menjadi pilihan utama bagi pelanggan.

**Manajemen Gambar:**  
Foto: M. Klenco (Klenco), Numamayah, Abigail (SJS)

**Workshop Knowledge of Carpet and Maintenance**  
SJS Learning Center, 21 Desember 2015



Bagi SJS kemampuan setiap individu karyawan di dalam melayani setiap pelanggan adalah hal yang harus terus menerus diasah.

Salah satu bentuk usaha peningkatan atas pengetahuan dan keahlian oleh SJS bagi para karyawan adalah dengan secara rutin melakukan kegiatan pelatihan (Workshop). Workshop kali ini membahas mengenai jenis serta konsep serta perawatannya.

Workshop dipimpin langsung oleh CEO, Bapak Adi Permedi dengan dihadiri oleh para Team Leader, Supervisor, Head of Service, Operation Manager serta seluruh Instructors dari Learning Center Department. Peserta mendapatkan pengalihan yang sangat detail dan lugas mengenai workshop ini.

**Manajemen Gambar:**  
1. Bapak Adi Permedi sedang memberikan tutorial dan informasi apa perubahan dan bahan kimia (foto)  
2. Bapak Chibing Jiao SJS dan seluruh Instructors sedang mengantar hasil Carpet Cleaner dengan cara yang benar (foto)

**SJS Management Development Program: “Manajemen Pengalihan Terintegrasi” Oleh PPM Manajemen**

Guna meningkatkan pelayanan kepada karyawan SJS, utamanya mengenai proses pembayaran gaji kepada karyawan, maka pada tanggal 11 hingga 12 November 2015, SJS telah mengirim Ibu Natulita Marthenas, Payroll Manager untuk mengikuti pelatihan Manajemen Pengalihan Terintegrasi yang di selenggarakan selama 2 hari di PPM Manajemen, Jakarta



**Manajemen Gambar:**  
Ibu Natulita Marthenas dan dua dari timannya (foto)

8 **SJS** edisi Jan - Mar 2016

7



Sumber: Website resmi SJS <http://sjsfs.co.id/>

**Gambar 2. Contoh Majalah PT.SJS SJ'ers**

Berdasarkan *report* yang dilakukan pada November 2015 oleh bagian *Employee Communication*, dalam 6 bulan terakhir dari total 2.748 karyawan yang *e-mailnya* terdaftar sebagai penerima *HR Newsletter*, sejumlah 461 orang mengunjungi *HR Newsletter* versi *Website*. Fakta ini membuktikan bahwa tidak sampai 50% karyawan ISS Indonesia membaca dan tidak mengetahui keseluruhan informasi yang ada pada *HR newsletter* tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melihat adanya pengaruh daya tarik pesan yang ada pada *HR Newsletter* terhadap tingkat pengetahuan karyawan. Terkait dengan fenomena yang telah peneliti jelaskan di atas, peneliti mengangkat judul penelitian yaitu “Pengaruh Daya Tarik Pesan *Newsletter ‘HR Newsletter’* terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan ISS Indonesia”.

## I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa Besar Pengaruh Daya Tarik Pesan *Newsletter ‘HR Newsletter’* terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan ISS Indonesia?”

### I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh daya tarik pesan *newsletter* 'HR Newsletter' terhadap tingkat pengetahuan karyawan ISS Indonesia.

### I.4 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan Ilmu Komunikasi serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan bidang *public relations*, daya tarik pesan, penulisan *newsletter*, dan pengetahuan informasi karyawan.

#### b. Manfaat Praktis Penelitian

Menambah wawasan ilmu pengetahuan serta hasil penelitian dapat dijadikan masukan kepada ISS Indonesia dalam pembuatan *HR Newsletter* selanjutnya.

### I.5 Sistematika Penulisan

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II            KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi mengenai teori dasar, definisi konsep, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III            METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, teknik analisis data, serta waktu dan tempat penelitian.

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, hasil uji analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan beberapa referensi yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan skripsi.

**LAMPIRAN**