

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian

1. Profil Para Informan

Sebelum peneliti memaparkan tentang hasil penelitian, sekilas peneliti memaparkan biodata atau profil para informan, antara lain:

a. Khurotul Khofifah S.Sos

Khurotul Khofifah selaku *Public Relation* perusahaan ini pastinya sudah faham komunikasi dan strategi apa saja yang dipakai untuk membangun citra perusahaan di kalangan publik internal perusahaan. Ia sudah menjabat sebagai *Public Relation* di PT. Radar Media Surabaya selama 3 tahun, ia lahir 3 Juli 1989.

b. Masruroh S.Psi

Masruroh adalah Manager HRD di perusahaan ini, ia yang mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah kepegawaian termasuk pegawai yang baru masuk. Ia juga yang mengerti tentang para karyawannya. Ia lahir pada tahun 1988, pendidikan terakhirnya S1 Psikologi di Universitas Airlangga.

c. Dian Respati S.Pi

Dian Respati adalah seorang Telemarketing Iklan di perusahaan ini, karena ia di sini termasuk karyawan lama, maka ia mengerti tentang seluk beluk sesama karyawan juga tentang strategi *Public*

Relation dalam membangun citra perusahaan dan membangun keakraban antar karyawan di perusahaan ini.

2. Profil PT. Radar Media Surabaya

a. Sejarah PT. Radar Media Surabaya

Perusahaan adalah tempat terjadinya produksi dan tempat berkumpulnya semua faktor produksi. Setiap perusahaan mempunyai badan usaha untuk perusahaannya. Badan usaha ini adalah status dari perusahaan tersebut yang terdaftar di pemerintahan secara resmi. Media massa adalah alat untuk mempromosikan suatu produk kepada publik. Media massa meliputi media cetak, media elektronik, dan media online. PT. Radar Media Surabaya mempunyai media cetak yang namanya Radar Surabaya.

Berbicara tentang PT. Radar Media Surabaya, ada baiknya membicarakan terlebih dahulu PT. Jawa Pos Group sebagai perusahaan induk PT. Radar Media Surabaya. PT. Jawa Pos Group yang dipimpin oleh Dahlan Iskan yang kemudian pada tahun 2005 diserahkan kepada puteranya Azrul Ananda, memiliki sejarah yang sangat panjang. Grup Jawa Pos atau Jawa Pos Group atau Jawa Pos National Network (JPNN) adalah perusahaan yang menaungi lebih dari 151 surat kabar dan nasional, yang paling terkenal adalah Jawa Pos. Surat kabar daerah yang berada di bawah payung Jawa Pos kebanyakan berawalan “Radar”, seperti Radar Surabaya, Radar Bogor, Radar Bandung, Radar Solo, Radar Sumedang, Radar Banyuwangi, Dan sebagainya.

Ini bermula ketika Jawa Pos lahir dengan mengusung nama Java Pos, kemudian berubah menjadi Djawa Pos, yang akhirnya berubah kembali menjadi Jawa Pos. Didirikan oleh The Chung Sen seorang warga Indonesia kelahiran Bangka. Saat itu Jawa Pos dikenal sebagai Harian Melayu Tionghoa. Karena pada tahun 1950-an Jawa Pos telah memiliki tiga surat kabar yang berbahasa Indonesia, Tionghoa, dan Belanda. Dan sebutan lainnya hingga saat ini adalah surat kabar di Surabaya. Karena kemerosotan jumlah oplah hingga 7700eks, pengelolaan Jawa Pos diserahkan kepada Tempo pada tanggal 1 April 1982. Hal tersebut terjadi ketika Dahlan Iskan masih menjadi kepala biro di Tempo Surabaya. Namun selepas itu, Jawa Pos kembali bersinar. Hingga sekarang, Jawa Pos memiliki banyak penerbitan pers di seluruh Indonesia. Diantaranya adalah Koran terbitan lokal salah satunya adalah Radar Surabaya.

Radar Surabaya mulai berdiri pada 24 Februari 2001, pada awalnya dikenal sebagai harian Suara Indonesia dengan lokasi kantor redaksi di Graha Pena Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya. Harian Suara Indonesia pernah populer pada masa Presiden Soeharto dan membuatnya dikenal sebagai Koran Reformasi meski sebelumnya Harian Suara Indonesia adalah Koran khusus ekonomi, dengan sirkulasi yang terbatas.

Maraknya gerakan reformasi pada tahun 1998 membuat masyarakat jenuh dengan berita-berita politik dan hal ini

mengakibatkan penurunan omset yang sangat signifikan. Manajemen Jawa Pos Group pada akhirnya memutuskan mengubah nama Suara Indonesia menjadi Radar Surabaya dengan fokus sebagai Koran lokal Surabaya dan sekitarnya.

Sekarang Radar Surabaya adalah surat kabar harian pagi yang terbit di Surabaya, Jawa Timur. Harian ini termasuk dalam group Jawa Pos serta memiliki sirkulasi yang terbatas di kawasan Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo, Gresik, dan Krian).

PT. Radar Media Surabaya yang dulu merupakan anak dari Jawa Pos kini telah berdiri sendiri dengan mempunyai media cetak yaitu Koran Radar Surabaya sebagai produknya. PT. Radar Media Surabaya juga mempunyai Koran Radar Gresik dan Radar Sidoarjo yang biasanya dijual satu paket.

b. Profil Perusahaan

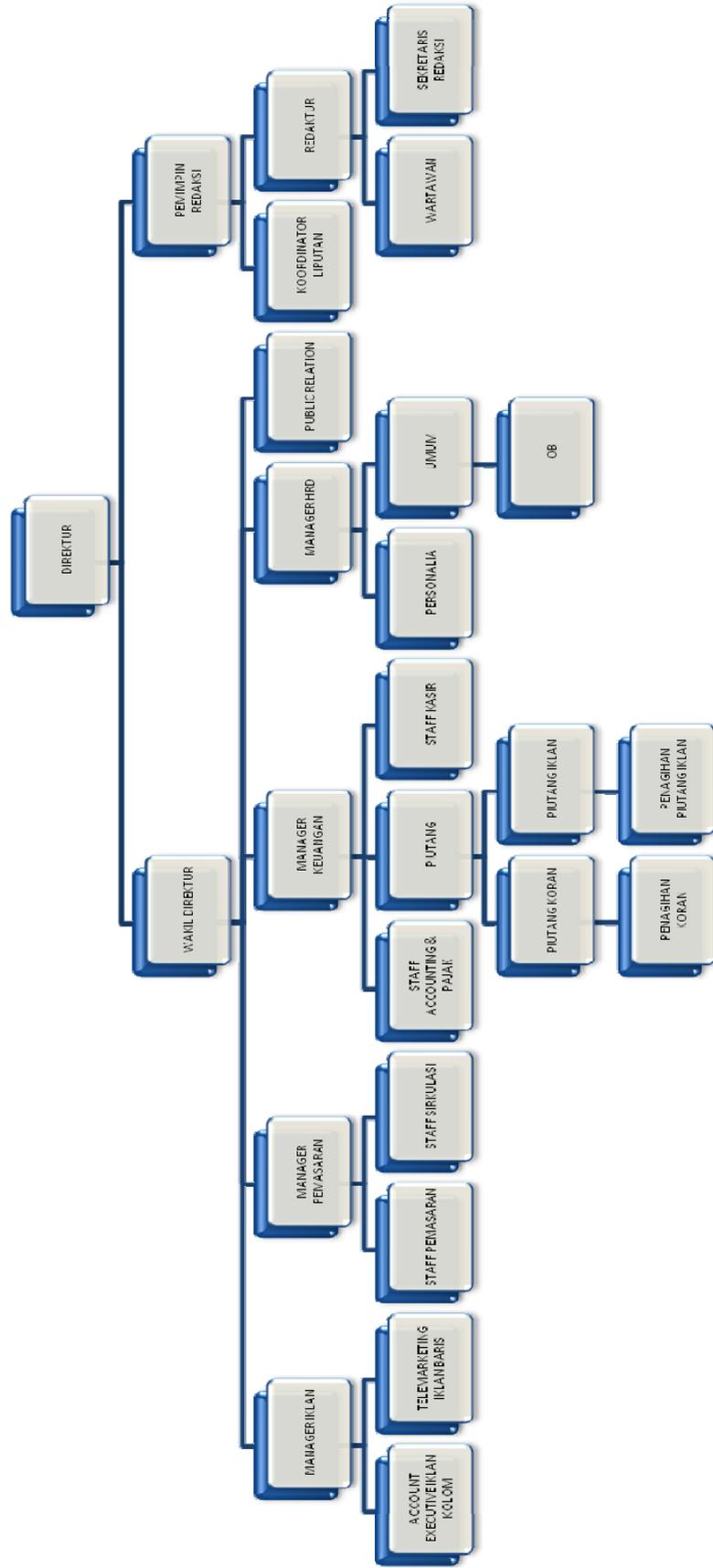
1) Data Teknis

Nama Perusahaan	: PT. Radar Media Surabaya
Alamat	: Graha Pena Lt.4 Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya
Telp	: (031)8202277
Fax	: (031)8202291
Jenis Usaha	: Surat Kabar
Tahun Didirikan	: 24 Februari 2001
Bentuk Perusahaan	: Perseroan Terbatas

Bahasa : Indonesia
Isi/Sifat Penerbitan : Umum
Jumlah Halaman : 24 Halaman
Jumlah Penerbitan : 32.000 Eksemplar
Periode Terbit : Harian
Waktu Terbit : Pagi Hari

c. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI
PT. RADAR MEDIA SURABAYA



Bagan 1.2 Struktur Organisasi

c.

d. Informasi Tentang Karyawan

PT. Radar Media Surabaya mempunyai sekitar 35 karyawan yang mempunyai banyak perbedaan, para karyawan ini mempunyai kelemahan dan kelebihan masing-masing untuk perkembangan perusahaan sendiri.

1. Umur Karyawan

Para karyawan ini mempunyai rentang umur sekitar 21-60 tahun. Dalam rentang umur seperti ini para karyawan tidak mempunyai masalah dalam berhubungan satu sama lain, mereka tetap menjaga keakraban satu sama lain, dengan tidak mengacuhkan rasa hormat yang ada kepada yang lebih tua.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan para karyawan di perusahaan ini juga beragam yang terendah adalah lulusan SMA dan yang tertinggi adalah S2, para karyawan ini ditempatkan sesuai dengan kemampuan dan tingkat pendidikan masing-masing

3. Tingkat Sosial Ekonomi

Tingkat sosial ekonomi para karyawan juga beragam, bisa dibbilang mereka mampu dalam hal menghidupi dirinya dan keluarganya sendiri. Namun memang ada beberapa karyawan yang bisa dibbilang lebih dari mampu semua tergantung dari diriya

sendiri dan kemampuannya dalam mengembangkan keuangannya sendiri.

e. Letak Geografis

PT. Radar Media Surabaya berlokasi di Graha Pena Lt.4 Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya. Dengan berlokasi di Graha Pena, yang berdekatan dengan Jawa Pos, perusahaan ini mempunyai kantor yang strategis. Berlokasi di Jl Ahmad Yani yang menjadi bagian dari Surabaya Selatan, berdekatan dengan 2 universitas yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA Surabaya) dan Sebuah Universitas Swasta yaitu Universitas Bhayangkara (UBHARA) menjadikan masyarakat bisa menjangkau tempat ini untuk datang setiap ada event yang selalu diselenggarakan oleh PT.Radar Media Surabaya.

Berlokasi di perbatasan Kota Sidoarjo, Perusahaan ini juga menyebarkan surat kabarnya di kota ini dan memang antusias nya baik, Radar Surabaya di terima oleh masyarakat Sidoarjo, penjualan koran dari tahun ke tahun semakin melonjak naik dan semakin naik.

Dari terminal Wilangun bisa ditempuh bisa ditempuh waktu 1 jam, lain dengan kalau lewat terminal Purabaya bisa ditempuh cukup 10 menit saja. Gedung perusahaan ini ada di Surabaya bagian selatan tepatnya di dalam Graha Pena, satu lantai dengan Jawa Pos karena memang merupakan Grup dari Jawa Pos.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Komunikasi *Public Relation* dalam membangun citra pada karyawan

Ada banyak cara untuk berkomunikasi dengan publik internal yang banyaknya akan tergantung pada imajinasi profesional PR. Kemajuan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi dihasilkan, di distribusikan, ditampilkan, dan disimpan. Kemajuan teknologi ini juga bisa mempermudah komunikasi yang digunakan *Public Relation* dalam membangun citra perusahaan di kalangan karyawan.

a. Pemberian Informasi pada Karyawan Baru

Karyawan Baru adalah orang yang baru masuk dalam suatu perusahaan untuk bekerja, dalam menerima seorang karyawan, perusahaan tidak boleh salah dalam memilih seorang karyawan. Seperti yang diungkapkan oleh mbak Masruroh: “Perusahaan ini tidak bisa sembarangan memilih seorang karyawan diperlukan banyak tes agar perusahaan bisa mengerti kemampuan dari calon karyawan baru tersebut”

PT.Radar Media Surabaya memang harus memilih calon-calon karyawan baru yang mumpuni dalam sebuah pekerjaan yang diminatinya, pemenuhan syarat-syarat lamaran juga bisa menjadi nilai tambah buat calon pelamar.

Dalam memilih calon-calon karyawan baru tersebut, para calon karyawan harus melewati beberapa tahapan tes, tes-tes tersebut harus dilewati para calon karyawan untuk bisa masuk menjadi karyawan baru diperusahaan ini.

Perusahaan sudah menyiapkan tes-tes untuk menyaring para calon karyawan, pertama para calon karyawan dipilih melalui pemenuhan persyaratan lamaran yang diajukan oleh pelamar, kemudian tahap kedua mereka melalui tes-tes tulis, setelah lolos tahapan tes tulis, tes yang terakhir adalah tes psikis”

Perusahaan tidak boleh sembarangan menerima karyawan, diperlukan banyak tes agar para calon karyawan bisa masuk menjadi karyawan PT. Radar Media Surabaya, tes tersebut yaitu untuk tahapan pertama disaring dari pemenuhan persyaratan lamaran, kemudian diadakan tes tulis setelah lolos tahapan tes tulis baru kemudian ada tes psikis. Pada tahap ini seorang calon karyawan juga dijelaskan tentang perusahaan.

Sejatinya tes psikis sangat diperlukan untuk menyaring para calon karyawan baru agar perusahaan bisa mengetahui tentang kejiwaan seseorang, dengan begitu perusahaan tidak salah dalam memilih karyawan baru untuk bergabung dalam suatu perusahaan, begitu juga yang dilakukukan oleh PT.Radar Media Surabaya, seperti yang diungkapkan Mbak Masrurroh:

Para calon karyawan baru ini harus melewati tes psikis, karena memang perusahaan harus mengetahui sejauh mana psikologi calon karyawan baru tersebut, setelah diadakan tes psikis, HRD akan memperkenalkan tentang perusahaan kepada para calon karyawan baru

Begitulah calon karyawan PT. Radar Media Surabaya harus melewati tes psikis, karena PT. Radar Media Surabaya tidak mau salah dalam memilih karyawan baru untuk kemajuan perusahaan sendiri, setelah diadakannya tes psikis kepada para calon karyawan, perusahaan mulai memperkenalkan tentang seluk beluk perusahaan kepada para calon karyawan.

Pengenalan tentang perusahaan memang dirasa perlu kepada para calon karyawan agar mereka bisa mengenal tentang perusahaan itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh mbak Eva:

Perusahaan selalu memperkenalkan tentang seluk beluk perusahaan kepada para pelamar agar mereka tahu perusahaan tempat mereka melamar seperti apa, agar tidak ada penyesalan nantinya apabila diterima bergabung di perusahaan, dan apabila mereka yang tidak diterima mereka tidak terlalu kecewa dan juga bisa mengetahui kalau perusahaan tempat ia melamar adalah perusahaan yang mempunyai reputasi baik

Pengenalan perusahaan sendiri bertujuan agar para calon karyawan mengetahui tentang perusahaan dan seluk beluknya. Agar para calon karyawan tidak ada penyesalan untuk bekerja di perusahaan apabila mereka diterima dan apabila mereka yang tidak diterima, perusahaan akan tetap baik dimatanya.

Setiap perusahaan mempunyai cara tersendiri untuk membangun citra perusahaan di kalangan karyawan baru. Begitu juga pada PT. Radar Media Surabaya, perusahaan ini mempunyai cara tersendiri untuk bisa membangun citra yang baik di mata para karyawan, seperti yang diungkapkan oleh mbak Eva:

Perusahaan selalu memperkenalkan diri kepada para pelamar kerja yang kemudian apabila mereka diterima kerja, perusahaan lebih lagi menerangkan tentang seluk beluk perusahaannya dan apa yang dia kerjakan nantinya

Perkenalan tentang perusahaan memang cara yang cukup tepat untuk pembangunan citra awal agar tidak terjadi salah paham nantinya, dan karyawan baru bisa tahu semua tentang perusahaan dan tentang pekerjaan yang dia lakukan.

Pembentukan citra awal memang penting, karena semua hal memang awalnya memang dilihat dari wajah, apabila wajah luarnya bagus maka semua akan dianggap bagus, dan apabila dilihat dari awal wajahnya terlihat buruk maka penilaian akan buruk begitu juga perusahaan apabila dari awal menampilkan sikap yang baik maka akan terlihat baik dan apabila dari awal menampilkan sikap yang buruk maka perusahaan tersebut selamanya akan dinilai buruk oleh para karyawan.

Sebuah perusahaan, tidak mungkin hanya mempunyai satu karyawan pasti mempunyai lebih walaupun perusahaan sekecil apapun begitu juga PT. Radar Media Surabaya, seperti yang diungkapkan oleh mbak Eva:

Perusahaan ini mempunyai beberapa karyawan, mereka bekerja dibagian masing-masing, dan karyawan baru akan diperkenalkan dengan karyawan-karyawan senior, diharapkan dari perkenalan ini para karyawan senior akan membantu karyawan baru apabila mereka ada kesulitan, dan ini adalah cara kita untuk membangun citra perusahaan agar lebih baik lagi.

Seorang karyawan baru harus bisa mengenal para karyawan senior untuk bisa membantunya dalam menyelesaikan pekerjaan dan untuk Perusahaan gunanya agar karyawan baru bisa melihat bahwa perusahaan mempunyai nilai yang baik baginya agar dirinya merasa betah bekerja dalam perusahaan tersebut.

b. Pembangunan citra lanjutan kepada karyawan senior

Karyawan atau yang masuk dalam sebutan karyawan senior adalah para karyawan yang sudah mengabdikan kepada perusahaan lebih dari 1 bulan. Diperlukan teknik khusus untuk membangun citra di kalangan karyawan memang sudah mengenal seluk beluk perusahaan tersebut.

Komunikasi verbal sangat diperlukan untuk pembentukan citra perusahaan di kalangan karyawan senior, namun untuk membangun sebuah komunikasi verbal tak semudah yang dibayangkan. Simbol atau pesan verbal atau semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang disadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara sadar. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa.

Bahasa sangat rentan dengan suatu kesalahpahaman karena di suatu perusahaan bukan hanya memiliki karyawan 1 suku saja atau 1 bahasa saja, di PT. Radar Media Surabaya, para karyawan berasal dari

berbagai macam daerah di Indonesia, seperti yang diungkapkan mbak

Roro:

Perusahaan ini sekarang sudah sangat berkembang maka sangatlah diperlukan banyak karyawan, yang pasti kami harus tidak boleh melakukan kesalahan dalam penerimaan karyawan, setiap tahun kita selalu ada lowongan kerja untuk masyarakat dan pelamarnya pun banyak dari daerah yang berbeda, makanya karyawan di perusahaan ini mempunyai perbedaan bahasa

Beraneka ragamnya bahasa menjadikan banyak salah paham dikala para karyawan baru masuk, karena perbedaan bahasa yang sangat mencolok, belajar dari hal tersebut maka perusahaan membuat kebijakan untuk menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa yang wajib digunakan sehari-hari oleh para karyawan maupun pimpinan perusahaan.

Komunikasi yang dilakukan tepat akan membawa hasil komunikasi yang kurang tepat bisa membawa dampak yang negatif, bisa terjadi *miscommunication*. Dalam membangun hubungan internal antara para karyawan dengan pimpinan diperusahaan ini memang berlangsung sangat baik, agar mempunyai hubungan yang baik dan mencapai tujuan bersama, meskipun begitu tetap masih ada batasan-batasan yang berlaku, seperti yang diungkapkan mbak Eva:

Pimpinan kami sangat akrab dengan para karyawan disini. Di antara karyawan dan pimpinan perusahaan selalu ada senyum dan tegur sapa, tapi memang ada batasan-batasan tertentu yang memang tidak boleh dilanggar, yaitu kesopanan, sopan santun, dan kemudian saling menghargai, semua itu semata-mata untuk menambah semangat kerja para karyawan

Jadi menjalin komunikasi antara karyawan dengan pimpinan yang baik, akan menambah semangat kerja para karyawan karena pimpinan akan memberi motivasi kepada para karyawan.

Bukan hanya pada pimpinan saja, para karyawan juga harus menjalin hubungan baik dengan sesama karyawan. Komunikasi verbal yang dalam lingkup karyawan dilakukan dengan cara harus berbicara satu sama lain agar yang lain tidak menganggap sombong, dan hubungan internal pun akan semakin baik kepada sesama karyawan.

PT. Radar Media Surabaya mempunyai karyawan yang bisa dibilang cukup untuk sebuah perusahaan, dengan keadaan karyawan yang cukup, *Public Relation* dengan mudah bisa membangun citra perusahaan, agar para karyawan bisa senang bekerja diperusahaan ini dan berharap bisa mempromosikan kepada masyarakat luas tentang perusahaan, seperti yang diungkapkan oleh mbak Eva “Perusahaan ini mempunyai sedikit karyawan namun bisa dibilang cukup untuk sebuah perusahaan, hal ini memudahkan saya untuk membangun citra perusahaan dengan baik, “

Dengan jumlah karyawan yang sedikit, untuk membangun citra perusahaan memang bisa dibilang cukup mudah oleh *Public Relation*, karena citra perusahaan bisa diambil dari unsur persepsi karyawan dahulu.

Persepsi karyawan adalah suatu pandangan karyawan tentang suatu hal. Dalam hal ini Persepsi karyawan diperlukan untuk sebuah

pembangunan citra perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh mbak

Eva:

Pembentukan citra perusahaan bisa berawal dari sebuah persepsi para karyawan, kami cukup menstimulus pemikiran mereka tentang citra perusahaan dengan cara yang pelan dan kemudian kami beri contoh kongkrit tentang suatu citra perusahaan yang baik di mata publik

Memang persepsi karyawan memang berawal dari pemikiran karyawan, ketika pemikiran tersebut diberi informasi tentang sebuah gambaran dan citra perusahaan yang baik dengan harapan persepsi para karyawan memang baik tentang perusahaan.

Pada pembangunan citra ini mustahil tanpa menggunakan komunikasi yang tepat. Komunikasi memang sangat penting untuk kegiatan sehari-hari tanpa komunikasi manusia tidak bisa hidup, karena, manusia sendiri adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain dan memang tak bisa lepas dari sebuah komunikasi, begitu juga pekerjaan tanpa adanya komunikasi yang baik, pekerjaan juga tidak akan pernah bisa dikerjakan karena tidak adanya komunikasi. Baik komunikasi verbal ataupun komunikasi nonverbal memang banyak digunakan untuk berkomunikasi, begitu juga yang dilakukan oleh para karyawan PT. Radar Media Surabaya, karena memang para karyawan tidak mau ada salah paham dalam suatu pekerjaan. Hal ini juga yang diungkapkan oleh Mbak Eva selaku *Public Relation* dalam perusahaan ini:

Komunikasi memang sangat diperlukan, agar tidak terjadi salah paham antar para karyawan, baik komunikasi verbal maupun

non verbal diperlukan baik untuk mengkomunikasikan tentang pekerjaan ataupun bisa juga komunikasi antar pribadi para karyawan sendiri agar mereka bisa menjadi dekat satu sama lain

Komunikasi memang sangat penting untuk mengkomunikasikan pekerjaan ataupun juga bisa dipakai untuk komunikasi antar pribadi para karyawan sendiri agar para karyawan bisa menjadi dekat satu sama lain, komunikasi yang baik juga diperlukan untuk pembangunan citra perusahaan oleh PR kepada para karyawan.

Pembangunan citra perusahaan memang sangat penting baik dikalangan publik internal maupun publik eksternal, karena memang citra perusahaan itu untuk memajukan perusahaan, semakin baik citra perusahaan tersebut maka akan semakin berkembanglah perusahaan tersebut dan akan terus berkembang selama citra perusahaan baik dimata *Public*. Hal ini telah diusahakan secara maksimal oleh Mbak Eva selaku *Public Relation* di PT. Radar Media Surabaya. Hal yang pertama kali dilakukan adalah pembangunan citra perusahaan dikalangan publik internal (Karyawan) PT.Radar Media Surabaya. Dan beginilah persepsi mbak Dian Respati selaku karyawan:

Pembangunan citra dikalangan karyawan seperti saya memang sangat penting karena kami tidak akan pernah betah kalau perusahaan tempat kami bekerja mempunyai citra yang buruk, dan jelas kami juga tidak akan merasa nyaman bekerja disini. Pembangunan citra yang dilakukan oleh mbak Eva dikalangan karyawan memang berhasil, caranya adalah ketika para karyawan baru masuk, mereka akan disuguhkan dengan pengenalan perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan ini adalah mempunyai mempunyai citra yang baik dimata

masyarakat, selain itu Mbak Eva juga sering membuat acara-acara yang bisa menambah kedekatan kami para karyawan

Sekali lagi pembangunan citra memang sangat penting dibentuk dari persepsi seorang karyawan dengan pengenalan perusahaan terlebih dahulu agar tercipta sebuah citra perusahaan yang baik menurut persepsi para karyawan.

Citra perusahaan juga bisa berasal dari sebuah unsur kognisi manusia, maksudnya adalah citra perusahaan terbentuk karena suatu konsep atau ide yang dibuat oleh manusia sendiri atau dibuat oleh sekelompok organisasi yang ada dalam perusahaan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Mbak Eva:

Perusahaan memang sudah mendapat tempat yang baik dalam pemikiran karyawan, hal tersebut telah kami ketahui setelah mendapat respon yang baik dari para karyawan yaitu idea tau pemikiran yang bisa mengembangkan perusahaan dan juga memperbaiki citra perusahaan di mata publik

Ketika persepsi terbentuk maka akan terbentuklah juga sebuah respon positif dari para karyawan yaitu pemberian ide-ide yang positif dari karyawan untuk pengembangan perusahaan.

Karena pentingnya sebuah persepsi tentang pembangunan citra perusahaan dikalangan karyawan ini lah seorang PR membutuhkan media internal yang bisa digunakan untuk membangun citra perusahaan, karena tidak mungkin seorang PR bekerja sendiri tanpa adanya sebuah bantuan media internal, seperti juga yang diungkapkan oleh Mbak Eva:

Media internal memang sangat penting sekali untuk membangun pencitraan suatu perusahaan dikalangan para karyawan, media internal yang sering sekali saya gunakan adalah publikasi karyawan karena media ini sangat kompetitif untuk menginformasikan semua tentang perusahaan, kemudian seragam yang mereka pakai juga terkait dengan prestasi dan kesuksesan para karyawan, selain itu Laporan Tahunan, saya juga menggunakan media Kits untuk memudahkan saya untuk menginformasikan target pekerjaan yang harus para karyawan lakukan juga menginformasikan apabila memang suatu waktu ada hal yang memang sangat penting bagi karyawan, juga saya setiap tahun harus menulis tentang company profile perusahaan agar para karyawan lebih mengetahui semua yang menyangkut tentang perusahaan

Bisa dilihat media internal saat ini memang sangat penting dalam sebuah komunikasi organisasi, sedangkan untuk media internal itu sendiri terdiri dari Publikasi karyawan. Publikasi karyawan ini umumnya digunakan PR untuk memberi informasi pada karyawan yang berhubungan dengan perusahaan, juga jadwal seragam yang mereka sehari-hari terkait prestasi karyawan. Sedangkan *Annual Report* (Laporan tahunan) digunakan untuk melaporkan tentang anggaran dan alokasi SDM yang ditujukan untuk Publik Internal agar mengetahui tentang kemajuan perusahaan dalam bidang kemajuan karyawan juga anggaran yang dihabiskan selama 1 tahun terakhir.

Selain itu PR juga menggunakan *Media Kits* untuk menginformasikan event-event yang diadakan oleh perusahaan dalam waktu dekat, juga memberikan informasi tentang organisasi, konferensi pers dan kasus krisis perusahaan. Kemudian *Company Profile* (profil perusahaan) digunakan sebagai gambaran tertulis tentang perusahaan agar para karyawan bisa mengetahui tentang seluk beluk perusahaan.

Salah satu usaha perusahaan untuk mengatasi suatu masalah yang berada di karyawan adalah menyemangati kerja karyawan, karyawan memang harus sering-sering disemangati dalam bekerja karena kalau tidak begitu para karyawan akan malas untuk melakukan suatu pekerjaan, setidaknya hal ini juga diungkapkan oleh mbak Eva:

Perusahaan ini sering memberi semangat para karyawan dengan cara memberikan suatu penghargaan ketika pekerjaan para karyawan telah mencapai target yang baik, karena hal tersebut penting untuk semangat kerja karyawan dan agar karyawan tidak merasa malas dalam melakukan pekerjaannya.

Loyalitas pekerjaan seorang karyawan memang dituntut keras demi kemajuan perusahaan sendiri, agar suatu pekerjaan cepat selesai dan tidak terbengkalai makanya perusahaan harus berusaha member semangat pada karyawan.

Karena loyalitas pekerjaan yang dituntut itu lebih tinggi, maka harus adanya hubungan yang baik antara karyawan dengan pemimpin, karena pemimpin adalah ujung tombak dalam sebuah perusahaan, menanggapi hal ini mbak Eva berkata:

Kami para karyawan harus mempunyai hubungan yang baik dengan pimpinan, hubungan yang memang bisa membuat para karyawan bertanya atau untuk menyerahkan pekerjaan. Saya berusaha menjaga hubungan tersebut dengan baik dengan cara mengadakan *meeting* hari rabu, agar selalu tercipta hubungan yang baik antara karyawan dengan pimpinan walaupun memang terdapat batasan-batasan yang harus dipatuhi

Hubungan karyawan dengan pimpinan memang harus selalu baik, karena pimpinan adalah orang yang selalu memberi keputusan demi kemajuan perusahaan apabila ada kesenjangan antara karyawan

dan pimpinan maka pimpinan belum bisa memberi keputusan untuk perusahaan karena suatu pekerjaan yang memang belum beres.

Karena pimpinan yang berkepentingan untuk memberi keputusan demi kemajuan perusahaan maka pimpinan memang adalah orang yang sangat berperan penting dalam pengembangan suatu perusahaan. Selain itu juga banyak yang berperan dalam pengembangan perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh mbak Eva:

Pimpinan adalah orang yang pertama kali dalam pengembangan sebuah perusahaan, selain juga diperlukan para manager dan para karyawan yang juga berperan penting dalam suatu pengembangan perusahaan kami, karena seperti jargon perusahaan kami "maju bersama", kami menerapkan bahwa tidak hanya 1 orang yang bekerja maksimal yang lainpun harus maksimal juga.

Pimpinan adalah orang yang pertama dalam pengembangan sebuah perusahaan, namun selain pimpinan juga diperlukan adanya manager dan para karyawan yang juga berperan penting dalam suatu pengembangan perusahaan.

- c. Kendala-kendala dalam pembangunan citra perusahaan dikalangan karyawan

Setiap perusahaan mempunyai masalah sendiri-sendiri baik itu masalah kecil ataupun masalah besar. Tidak bisa dipungkiri PT. Radar Media Surabaya juga pernah mempunyai masalah yang membuat mereka sempat terpuruk, seperti kata mbak Eva:

Semua perusahaan pasti mempunyai masalah entah itu besar ataupun kecil, perusahaan ini sempat mempunyai citra yang buruk karena ada seorang resepsionis yang mengabaikan

customer hanya karena urusan pribadinya, dan ternyata sang customer mengadu ke atasan kami juga masalah yang sering muncul adalah sebuah kesalah pahaman dalam pekerjaan, dan itu yang sering membuat kami bingung mengatasinya.

Dan perusahaan memang tak akan lepas dari suatu masalah yang sering membelitnya, baik itu masalah kecil maupun besar, masalah tidak akan menjadi lebih besar ketika perusahaan langsung tanggap terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan, hal senada diungkapkan oleh mbak Eva:

Perusahaan memang sering mendapatkan masalah namun kami bersyukur pihak perusahaan tidak mau masalah tersebut terjadi berlarut dan dan solusi untuk masalah yang sering kami dapatkan mengkomunikasikan suatu pekerjaan dengan tatap muka agar bisa tercipta pemahaman antara satu karyawan dengan karyawan lainnya.

Perusahaan memang harus langsung cepat mengatasi masalah yang tengah membelitnya, karena apabila dibiarkan berlarut-larut efeknya akan buruk bagi perusahaan, karena pekerjaan akan terbengkalai dan akan membuat citra perusahaan buruk di mata karyawan/ internal publik.