



08/00763

80763.pdf

MAJALAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI SUATU ORGANISASI

UNIVERSITAS TERBUKA

OLEH
NILA KUSUMA WINDRATI
NIP 132 002 050

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TERBUKA

1998

MAJALAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI SUATU ORGANISASI

paper ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh mengenai majalah yang digunakan sebagai media komunikasi oleh suatu organisasi, baik digunakan sebagai media komunikasi intern maupun media komunikasi ekstern. Dengan adanya kajian ini, diharapkan akan diperoleh pandangan yang lebih luas dan mendalam mengenai majalah suatu organisasi atau yang kita sebut dengan majalah organisasi.

PENDAHULUAN

Dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang, komunikasi mendapatkan tempat yang penting, karena kegiatan bersama dalam suatu organisasi hanya dapat berlangsung bilamana terjadi komunikasi. Mengenai keeratatan hubungan antara komunikasi dengan organisasi dijelaskan oleh Onong sebagai berikut : “ Koordinasi yang berarti kombinasi atau interaksi yang harmonis, baik antara sesama anggota organisasi maupun antara atasan dengan bawahannya dan sebaliknya, semua itu dikarenakan komunikasi”. Jadi jelaslah bahwa kegiatan komunikasi sangatlah penting dan tidak bisa lepas dari kehidupan suatu organisasi.

Untuk mempermudah proses komunikasi yang terjadi pada suatu organisasi, menurut Roger haruslah melalui beberapa tahapan, yaitu sumber atau komunikator sebagai penyampai pesan, dan pesan disampaikan melalui saluran tertentu atau media kepada penerima atau komunikan. Apabila kita kaitkan dengan paper ini maka yang akan kita bahas lebih dalam dari proses komunikasi tersebut di atas adalah saluran atau media sebagai alat penyampai pesan.

MAJALAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ORGANISASI

Media yang di gunakan sebagai alat untuk menyampaikan suatu pesan dalam kegiatan komunikasi suatu organisasi disebut dengan media khusus, karena media tersebut hanya digunakan atau dimanfaatkan oleh orang-orang yang berkepentingan dengan organisasi tersebut. Jenis media yang dapat digunakan untuk kegiatan komunikasi dalam organisasi atau lebih dikenal dengan istilah komunikasi internal menurut Gunawan Jiwandono dapat dilakukan melalui :

- Deskripsi jabatan,
- buku pedoman,
- majalah organisasi,
- memo dan instruksi tertulis,
- papan pengumuman dan poster,
- laporan tahunan yang dipublikasikan,
- surat yang dimasukkan dalam amplop gaji,
- surat yang langsung dikirim ke rumah karyawan,
- kotak saran,
- pembicaraan lewat telepon,
- komunikasi tatap muka,
- dan lain sebagainya.

Dari sekian banyak media komunikasi pada suatu organisasi, majalah merupakan media yang paling banyak dipilih. Mengenai banyaknya organisasi yang menggunakan majalah sebagai media komunikasi dijelaskan oleh Gunawan Jiwandono sebagai berikut: "Media tertulis yang banyak digunakan dalam suatu organisasi dan bertujuan untuk menciptakan suasana akrab adalah Majalah".

Pemilihan majalah sebagai media yang banyak digunakan untuk kegiatan komunikasi juga disebabkan karena majalah mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu berupa:

1. tipe dari isinya,

2. jarak penerbitan majalah yang cukup panjang,
3. relatif permanen,
4. mudah di bawa.

Jadi jelaslah dengan adanya sifat-sifat khusus yang ada pada majalah yang menyebabkan majalah digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dalam suatu organisasi.

Majalah yang digunakan dalam suatu organisasi berbeda dengan majalah pada umumnya, terutama mengenai:

- audience yang akan menjadi sasaran,
- informasi yang akan disampaikan,
- tujuan diterbitkannya majalah tersebut.

Pada majalah umum semuanya itu bersifat umum, sedang pada majalah organisasi semuanya itu bersifat khusus. Meski majalah tersebut ditujukan pada para pembaca yang khusus, namun isi majalah sebaiknya tetap memenuhi kebutuhan setiap orang secara umum, yaitu rubrik-rubrik yang mengandung unsur informasi, edukasi dan rekreasi, walau nantinya sifat informasi, edukasi dan rekreasi disesuaikan dengan khalayak khusus yang menjadi audience majalah tersebut.

PENGERTIAN MAJALAH ORGANISASI

Majalah Organisasi atau House Magazine merupakan suatu majalah yang khusus diterbitkan oleh suatu organisasi untuk digunakan sebagai sarana publikasi organisasi kepada publik atau audience. Publik yang menjadi sasaran tersebut adalah publik di dalam organisasi sendiri (publik intern) dan publik di luar organisasi (publik ekstern).

Sebelum majalah organisasi ditebitkan, terlebih dahulu organisasi yang bersangkutan atau yang akan menerbitkan majalah tersebut harus merencanakan segala sesuatu yang

menyangkut penerbitan majalah organisasi. perencanaan yang perlu dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. penentuan jenis majalah
2. penentuan pemimpin redaksi
3. penentuan staf redaksi
4. biaya
5. kertas
6. percetakan

perencanaan seperti tersebut diatas perlu dilakukan oleh setiap organisasi yang akan membuat majalah organisasi dengan maksud agar majalah yang akan diterbitkan tersebut nantinya dapat berhasil dengan baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh organisasi yang bersangkutan.

Selanjutnya, untuk menentukan jenis majalah, dapat dilihat dari audience majalah tersebut. Dilihat dari audiencenya majalah organisasi dapat dibedakan ke dalam tiga jenis, yaitu :

a. Majalah Intern (Internal House Magazine).

Majalah intern merupakan majalah yang diterbitkan untuk keperluan audience yang ada di dalam organisasi atau karyawan organisasi yang bersangkutan. Jadi isi dari majalah tersebut harus disesuaikan dengan kepentingan para karyawan.. Untuk majalah intern yang tidak boleh dilupakan adalah diadakannya rubrik untuk tanggapan para anggota. Hal ini penting dalam rangka untuk pembinaan komunikasi timbal balik, tempat para anggota organisasi atau karyawan organisasi menggunakan kesempatan untuk mencetuskan pikiran dan perasaannya dalam bentuk saran, usul, unek-unek, permintaan penjelasan, sanggahan dan lain-lain.. Dengan demikian publikasi organisasi tidak hanya membantu para anggota memperoleh pengertian yang lebih baik mengenai kebijaksanaan, tujuan dan keputusan manajemen, tetapi juga membantu manajemen mengerti kebutuhan dan aspirasi para anggotanya.

Untuk majalah intern ini menurut Ononbg U Effendi isinya meliputi:

1. Rubrik Informasi, Yaitu berupa:

- perihal keluarga (pertunangan, perkawinan, kelahiran, kematian)
- - Kesejahteraan (koperasi, fasilitas dari organisasi, kredit perumahan, dll)
- - pengumuman pimpinan organisasi
- - Peraturan
- - Surat keputusan
- - Penggantian pimpinan
- - Kepindahan pegawai
- - Pertemuan (rapat kerja, penataran, konperensi, negosiasi, dll)
- - dsb.

2. Rubrik Edukasi, berupa:

- Tajuk Rencana (editorial)
- - Artikel (pengetahuan, ketrampilan, keagamaan, dll)
- - Kutripan pendapat tokoh (keahlian, kemasyarakatan, dll)
- - dsb.

3. Rubrik Rekreasi, berupa:

- Cerita pendek/bersambung
- -teka-teki silang
- - anekdot
- - Kisah minat insani
- - Pojok atau sentilan
- - dsb.

Menurut Gunawan Jiwandono isi majalah organisasi yang meliputi publik intern berupa berita mengenai karyawan dan keluarganya, selain itu cenderung mengarah pada informasi penting bagi jalannya roda organisasi yang lancar dan efisien, penerapan teknologi di dalam perusahaan, lingkungan sosial di dalam perusahaan, lingkungan sosial di dalam perusahaan.

b. Majalah Ekstern.

Majalah Ekstern adalah majalah organisasi yang diterbitkan untuk audience diluar organisasi, namun audience tersebut mempunyai kaitan dan diduga bakal akan ada kaitannya dengan organisasi tersebut. Sebagai publikasi organisasi, penerbitan ini sangat penting untuk menunjukkan citra organisasi, dan guna menanamkan kepercayaan publik kepada organisasi. Oleh karena itu, sebaiknya majalah tersebut dibuat dengan baik. Nilai fisik dari majalah tersebut tentu saja harus diimbangi dengan isinya yang berbobot, sehingga sewaktu - waktu dapat digunakan sebagai referensi oleh siapapun yang menyimpannya.

Untuk majalah ekstern ini ada kesamaan dan perbedaannya dengan majalah intern. Kesamaannya adalah kategori isinya berdasarkan tiga aspek yaitu aspek informasi, edukasi dan rekreasi. Sedangkan perbedaannya dalam hal bobot atau tekanannya. Secara proporsional majalah ekstern ini isinya lebih banyak pada aspek informatif. Dan yang paling kecil bobotnya adalah aspek rekreatif, sebab yang dibutuhkan oleh publik ekstern adalah informasi mengenai organisasi yang menerbitkan majalah tersebut. Kebutuhan publik ekstern tersebut perlu dipenuhi dalam rangka membina kepercayaan publik kepada manajemen organisasi.

Dalam rangka membina situasi saling mempercayai, dalam majalah ekstern perlu diadakan rubrik tanggapan pembaca, agar terjadi umpan balik sebagai tanggapan dari publik ekstern. Hal ini penting untuk mengevaluasi apakah komunikasi yang dilancarkan melalui majalah ekstern tersebut positif atau negatif.

Menurut Onong, untuk majalah Ekstern ini isinya meliputi:

- Kegiatan yang sedang dilakukan
- Kebijaksanaan umum
- Perencanaan dan program
- Masalah persaingan
- Prospek produksi

- Prospek pemasaran
- Peningkatana saran dan prasaerana
- peningkatan mutu karyawan
- hubungabn pimpinan organisasi dengan karyawan
- dll..

Sedang menurut Gunawan J. untuk majalah eksternal di dalamnya meliputi sistem perekonomian , inflasi, perpajakan, produktifitas, tanggung jawab sosial serta dinamika organisasi.

c. Majalah Ekstern-Intern (External-Internasl House Magazine),

Yang dimaksud dengan majalah Ekstern-Intern adalah majalah organisasi yang diterbitkan untuk publik intern maupun ekstern. Karena majalah tersebut ditujukan pada dua publik, maka isinya harus disesuaikan dengan kepentingan dua publik tersebut, karena apa yang penting bagi publik di dalam organisasi belum tentu penting bagi publik di luar oerorganisasi, begitu pula sebaliknya.

Menurut Fraser Bond, untuk majalah kombinasi (majalah Ekstern-Intern) penampilannya lebih menekankan seni dan hiburan. Meski demikian, redaksi memahami bahwa pembaca menerima informasi yang terbaru tentang organisasi tersebut dan sitem perekonomiannya, ia menyiapkan feature tentang bagaimana orang dapat hidup dan bekerja dalam lingkungan perusahaan, tentang bagaimana masyarakat memperoleh manfaat dari produk dan ketrampilan, serta aktivitas perusahaan.

Dengan demikian, dalam pengelolaan majalah ekstern-intern, pertama-tama bentuk fisik dari luar perlu dibuat sedemikian rupa sehingga dalam sekilas pandang dapat memikat perhatian, kemudian bila isinya telah ditelaah membangkitkan minat untuk dibaca, dan bila sudah sampai tahap tersebut kemungkinan tujuan sipengelola akan tercapai.

Dari tiga jenis majalah organisasi, terlihat masing-masing mempunyai ciri isi yang beralinan yang dapat menunjukkan jenis dari masing-masing majalah. Namun demikian, dari ketiganya mempunyai satu ciri yang sama yaitu mengenai iklan. Iklan sebagai salah satu dari isi yang ada pada majalah organisasi berbeda dengan iklan pada penerbitan majalah secara umum. Pada majalah umum iklan mempunyai porsi yang cukup besar dalam hal pemuatan dan pemberian masukan dana, sedang pada penerbitan khusus justru pemuatan iklan dihindari, karena penerbitan majalah organisasi ini bukanlah usaha komersial, maka usaha yang menuju pada kegiatan untuk mencari keuntungan dihindari. Pada pokoknya majalah organisasi sebagai suatu penerbitan khusus menghindari pemasangan iklan, tetapi apabila terpaksa dilakukan pemuatan iklan maksimal sebesar 10% dari seluruh halaman, dan semata-mata hanya untuk menutup ongkos produksi.

Setelah menentukan jenis majalah yang akan diterbitkan, kemudian memilih orang-orang yang akan menduduki kursi redaksi majalah tersebut.

Selanjutnya, mengenai orang yang akan menduduki jabatan sebagai pimpinan redaksi, ada beberapa alternatif yang dapat diambil, yaitu:

1. orang yang kedudukannya di dalam organisasi tersebut adalah sebagai publik relation, dengan dasar pertimbangan bahwa majalah yang akan diterbitkan berupa majalah yang sederhana dan ditujukan pada publik intern, atau apabila akan diterbitkan dengan cara mewah, maka publik relation tersebut merupakan orang yang ahli dalam bidang penerbitan.
2. menunjuk orang lain yang berpengalaman, bila majalah yang akan diterbitkan berupa majalah yang bagus dan orang yang berkedudukan sebagai publik relation tidak berpengalaman dalam hal penerbitan majalah.

orang yang menjadi pimpinan redaksi kemudian memilih siapa-siapa yang akan menjadi staf redaksi. Staf redaksi dapat diambil dari orang-orang yang menjadi staf publik relation sendiri atau dapat pula dari orang lain di lingkungan organisasi tersebut. Kemudian, setelah pimpinan redaksi dan staf redaksi terbentuk, lalu mereka melakukan pembagian tugas, mengatur sumber berita, informasi, artikel, gambar dan foto, dan menentukan bentuk dari majalah tersebut.

Mengenai bentuk dari majalah organisasi dapat kita bedakan ke dalam tiga bentuk:

1. majalah dengan menggunakan kertas lux

majalah organisasi dengan menggunakan kertas lux ini biasanya digunakan atau dibuat oleh organisasi besar dan ditujukan pada publik ekstern. namun demikian, organisasi kecilpun dapat pula membuat majalah dengan menggunakan kertas lux dan ditujukan kepada publik intern apabila organisasi tersebut mempunyai dana yang cukup untuk pembuatan majalah tersebut.

2. majalah dengan bentuk surat kabar.

untuk majalah berbentuk surat kabar, biaya pembuatannya tidak semahal pembuatan majalah dengan menggunakan kertas lux, sehingga baik organisasi besar maupun organisasi kecil dapat membuatnya.

3. majalah dengan bentuk buletin.

majalah dengan bentuk buletin biasanya dibuat oleh organisasi kecil, dan ditujukan pada publik intern, hal ini disebabkan biaya pembuatannya yang cukup murah, mencetaknyapun hanya dengan menggunakan mesin stensil yang biasanya dimiliki juga oleh organisasi

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR PUSTAKA

1. Onong Uchjana Effendy, Drs., Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Remaja Karya, Bandung, 1984.
2. Onong Uchjana effendi, Drs., M.A., Humas Suatu Studi Komunikologis, CV. Remaja Karya, 1986.
3. Gunawan Jiwantono, Drs. , Komunikasi Dalam Organisasi, Pusat Pengembangan dan Andi Offset, Yogyakarta, 1976.
- 4 Peraturan Menteri Penerangan RI nomor 01/PER/MENPEN/1975 tentang ketentuan-ketentuan Mengenai Penerbitan Khusus.

UNIVERSITAS TERBUKA