BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan sejumlah data penelitian yang didapat dalam pelaksanaan penelitian di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dengan judul Efektivitas Public Relations PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya (*Internal Public*). Peneliti mengumpulkan data mengenai penelitian tersebut melalui wawancara.

Data yang di dapat oleh peneliti dikumpulkan, disalin, disusun, dijelaskan, dianalisis dan kemudian disimpulkan. Pembahasan tersebut dalam bentuk deskriptif (gambaran) yang berpedoman pada identifikasi yang menggambarkan hasil wawancara peneliti dengan Pranata Lapangan Public Relations PT. Indoneptune Net Manufacturing Bandung dan kepada staf administrasi sejumlah enam orang, dua orang buruh, satu mekanik dan satu *security* yang dilakukan pada hari kamis, 23 Juni 2011 bertempat di Kantor Departemen Non Produksi.

Adapun pembahasan hasil penelitian akan dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Deskripsi data Informan
2. Deskripsi Hasil Penelitian
3. Pembahasan

4.1. Deskripsi Data Informan

Data informan disusun dalam sebuah tabel yang berisi nama, pendidikan teakhi dan departemen tempat bekerja serta jenis pekerjaan yang ada di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung sebagai berikut :

Tabel 4.1

Data Informan

NO	NAMA	DEPARTEMEN	PEKERJAAN
1	Firmansyah	PGA	Staf General Affair
2	Agus Supriatna	Purchasing	Staf
3	Ika Kurniati	Akunting	Staf
4	Obi Syam Robiansyah	PPIC	Staf
5	Azhar Setia Graha	R&D	Staf
6	Atin P. Utami	Marketing	Staf
7	Juju	Netting	Buruh
8	Anjar	Finishing	Buruh
9	Dendi A.	Security	Satpam

10	Fajar	Mekanik	Montir
11	Budi H. Kurniawan	Netting dan PGA	Pranata Lapangan Public Relations Officer

Sumber : arsip peneliti

1. Bapak Firmansyah S.Pd adalah salah satu dari Staf Personalia dan General Affair yang bekerja Di PT. Indoneptune Net Manufacturing Bandung sejak tahun 2005 sampai saat ini, beliau bertempat tinggal di daerah Rancaekek Bandung. Beliau bekerja di perusahaan ini menangani masalah kepegawaian baik urusan birokrasi dan juga administrasi.
2. Bapak Agus Supriatna adalah seorang karyawan di PT. Indoneptune Net manufacturing pada bagian Purchasing atau pembelian dimana beliau menangani semua barang yang harus dibeli sebagai pasokan bahan serta pendukung pelaksanaan operasional perusahaan.
3. Ibu Ika Kurniati adalah seorang karyawan yang bekerja sebagai staf akunting yang berada dibawah pimpinan ibu Rima sebagai chef of leader akunting. Menangani segala bentuk perhitungan yang berkenaan dengan keuangan perusahaan.
4. Bapak Obi Syam Robiansyah adalah karyawan staf pada bagian PPIC dibawah pimpinan bapak Berry selaku chef of leader departemen ini. Mengatur mengenai administrasi departemen ini berupa pemasukan dan pengeluaran barang di perusahaan.

5. Bapak Azhar Setia G adalah seorang karyawan yang bekerja dibagian R&D dibawah pimpinan bapak Dudi selaku Chef of leader departemen R&D yang menangani admisnistrasi mengenai pemintalan dan pembuatan benang dan proses pembutan tambang.
6. Ibu Atin P. Utami adalah seorang karyawati yang bekerja sebagai markering dimana belaiu bertanggung jawab atas penjualan dan target penerimaan perusahaan.
7. Ibu Juju adalah seorang buruh atau tenaga kerja yang mengoperasikan mesin dibagian atau departemen Netting dimana dia mengkontrol mesin tersebut dari bahan berbentuk benang kedalam bentuk jala yang siap dipakai.
8. Bapak Anjar adalah seorang buruh atau tenaga kerja yang mengoperasikan mesin pada departemen Finising yang tugasnya mengecek keadaan jarring apakah sudah memenuhi standar ISO dan mengepak kedalam kemasan yang sudah tersedia.
9. Bapak Dendi A. bekerja sebagai Satpam di PT. Indoneptune Net Manufacturing yang bertugas untuk mengankan lingkungan internal perusahaan.
10. Bapak Fajar adalah seorang mekanik yang berugas untuk melakukan perbaikan dan juga perawatan semua mesin yang ada di perusahaan mulai dari spinning, ring dan netting yang berada dibawah pimpinan departemen Utility.

11. Budi H. Kurniawan, ST. adalah seorang karyawan PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung, yang lahir pada tanggal 13 Mei 1978 di kota Bandung. Beliau bertempat tinggal di Desa Pahlawan Memed No. 46 kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung. Memiliki seorang istri yang bernama Siti Sri Mulyani dan seorang anak perempuan. Selain menjadi pranata lapangan *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung beliau juga bertugas sebagai *Chief Of Leader* Departemen Produksi. Beliau bekerja di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dari tahun 2006 sampai saat ini 2011. Selama 5 terakhir bekerja di perusahaan ini bapak Budi H. Kurniawan penah terpilih mewakili perusahaan untuk belajar ke Jepang di perusahaan induk pada tahun 2009. Gambar bapak Budi H. Kurniawan, ST dapat dilihat pada Gambar 1.1 :

Gambar 4.1

Budi H. Kurniawan, ST. Pranata lapangan *Public Relations*

PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung



Sumber : Arsip peneliti

Dari data diatas dapat disimpulkan kedalam sebuah tabel yang menerangkan pembagian informan pada tiap jenis pekerjaan pada table sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Pekerjaan

pekerjaan	jumlah
Staf	7
Buruh	2
Mekanik	1
security	1
total	11

Sumber : Arsip peneliti

Dari tabel data informan maka didapat data mengenai jenis kelamin dari 11 orang informan sebagai berikut:

Table 4.2

Jenis kelamin

Jenis kelamin	frekunsi
Perempuan	3
Laki-laki	7
jumlah	11

Sumber : Arsip penulis

Selain data diatas peneliti juga mendapat data lain berupa informasi tingkat pendidikan dari informan yang diperoleh melalui wawancara informal sebagai berikut:

Tabel 4.3

Tingkat Pendidikan

No urut	Tingkat pendidikan	frekuensi
1	Perguruan Tinggi	7
2	SMA dan Sederajat	3
3	SMP dan Sederajat	1
4	SD dan Sederajat	0
5	Lain-lain	0

Sumber : Arsip peneliti

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan dideskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian yang dibahas dalam sub-sub hasil penelitian sebagai berikut :

4.2.1 Target khalayak efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Target khalayak dari kegiatan ini adalah seluruh karyawan PT. Indoneptune Net Manufacturing Bandung yang berjumlah 591 orang yang terdiri dari dua departemen utama yaitu Departemen Produksi dan Non Produksi. Kedua Departemen tersebut dibagi lagi menjadi Sub Departemen yaitu untuk departemen Non Produksi antara lain Departemen IT, Departemen Personalia dan General Affair, Departemen Keuangan, Departemen *Marketing* sedangkan Departemen Produksi antara lain Departemen *Spinning,* Departemen *Ring,* Departemen *Netting,* Departemen *Finishing,* Departemen *Utility,* Departemen *inventorying.* Selain itu karyawan PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung memiliki 4 jenis pekerjaan yaitu staf, buruh, mekanik dan *security*.

4.2.2 Ketepatan media yang digunakan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk

Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Running Text dipilih karena melihat potensi lain dari system informasi internal perusahaan yang telah ada sehingga penggunaannya dapat membantu efisiensi kerja agar lebih efektif yang mengakibatkan tercapainya tujuan perusahaan yang berkenaan dengan pemahaman karyawan, *Running Text* dipihih oleh perusahaan atas usulan dari departemen Personalia dan General Affair tempat bergabungnya pranata *Public Relations Officer* perusahaan. *Running Text* dapat diakses oleh karyawan kapanpun disaat mereka bekerja dan berada dihadapan layar computer perusahaan.

4.2.3 Penerimaan karyawan mengenai efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Tidak semua karyawan menerima langsung informasi melalui *Running Text* tapi hanya para staf administrasi yang difasilitasi computer dimeja kerjanya. Mereka dapat menerima informasi dengan membacanya dan diberitahu oleh para rekan kerjanya. Dilihat dari fungsinya *Running Text* yang menerbitkan informasi secara serentak, maka para karyawanpun akan

menerima pesan itu secara serentak pula tergantung pada ketanggapan mereka.

4.2.4 Kesadaran karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Para karyawan menyadari bahwa mereka menerima banyak informasi melalui media ini dan dengan kesadaran diri masing-masing selalu membacanya berulang-ulang hal ini mereka lakukan karena mereka merasa bahwa informasi tersebut bermanfaat untuk mempermudah pelaksanaan pekerjaan mereka.

4.2.5 Pengingatan karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Yang para karyawan ingat dari *Running Text* adalah sebuah media informasi bagi karyawan. Para karyawan yang mengakses langsung *Running Text* akan mengingat isi informasi tersebut dengan baik, hal tersebut dapat

terjadi karena kemudahan dalam pengaksesan *Running Text* yang setiap saat bisa dibaca kembali secara berulang-ulang.

4.2.6 Pemahaman karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Terdapat perbedaan pemahaman pada masing-masing karyawan hal tersebut dikarenakan banyak faktor antar lain dari perbedaan budaya, pendidikan, genre dan lain sebagainya. Tujuan dari penggunaan *Running Text* ini adalah untuk mencapai pemahaman karyawan yang dilakukan dalam upaya tersebut adalah dengan terus memberikan informasi terbaru dalam *Running Text* dan memberikan kesempatan untuk berdialog secara langsung tentang informasi yang kurang mereka pahami.

4.2.7 Perubahan opini karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Pada staf administrasi perubahan opini tersebut dapat dilihat secara langsung dari respon yang mereka berikan, kita dapat mengamatinya secara seksama dan membandingkan apa yang dia bicarakan sebelum menerima dan setelah menerima informasi terbaru dari media *Running Text* tersebut. Sedangkan dari karyawan secara umum masih sulit diprediksikan.

4.2.8 Perubahan kognitif karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Para karyawan telah berubah aspek kognitifnya karena mereka mengalami proses atau ketika mereka bekerja dan mengakses *Running Text* para karyawan yang mulanya tidak tahu menjadi tahu mengenai suatu informasi dan yang mulanya tahu menjadi lebih tahu dan yakin atas kebenaran dari suatu informasi yang diterbitkan didalam *Running Text* tersebut.

4.2.9 Efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

semuanya bernilai positif atau seseuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan hanya saja terdapat kekurangan pada target khalayak dimana walaupun terdapat penyampaian kembali informasi dari staf administrasi kepada karyawan lain secara umum hal tersebut tidak lagi dalam lingkup penggunaan *Running Text.*

4.3. Pembahasan

Tingkat efektivitas dari penelitian yang berjudul Efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya didapat dari hasil wawancara yang diambil dari identifikasi masalah menurut *The Public Relations Effectiveness Yardstick Model* dari Lindemann yaitu target khalayak, ketepatan media, penerimaan, kesadaran, pengingatan, pemahaman, perubahan opini dan perubahan kognitif.

Tujuan pembuatan *Running Text* ini adalah pemahaman karyawan PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung.

Peningkatan intelektualitas tersebut berupa perubahan opini yang kemudian membentuk perubahan kognitif. Untuk mengetahinya diperlukan evaluasi yang menentukan apakah penggunaan medianya sudah tepat dan kepada siapa media tersebut ditujukan yaitu khalayak sasarannya.

4.3.1 Target khalayak efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Target khalayak pada pelaksanaan penggunaan *Running Text* di PT. Indoneptune *Net Manfacturing* Bandung adalah karyawan PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung yang berjumlah 591 orang dengan target utamanya berjumlah 60 orang staf administrasi yang memiliki fasilitas kerja berupa PC atau *Personal Computare* yang diperuntukan dalam membantu dan mempermudah pengerjaan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan agar lebih cepat dan efisien.

Karyawan di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dibagi lagi kedalam empat jenis yaitu :

1. Staf atau jajaran manajemen
2. Buruh
3. Mekanik
4. *Security*

Keempat jenis karyawan tersebut memiliki wewenang dan tangggung jawab masing-masing dimana para staf bertanggung jawab atas pengelolaan mengenai pelaksanaan tugas-tugas manajemen dimana didalamnya terdapat unsur perencanaan, pengorganisasian, aktualisasi dan pengkontrolan

operasional kegiatan usaha di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung tersebut sehingga akan didapat hasil optimal dari tujuan perusahaan.

Di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung karyawan yang bekerja sebagai buruh mendominasi dari keseluruhan jumlah karyawan perusahaan melihat dari kebutuhan dalam penggunaan mesin dan pemprosessan pembuatan barang yang cukup panjang dengan hasil produksi yang banyak sehingga untuk mencapainya diperlukan tenaga ahli manusia yang banyak pula.

Mekanik merupakan salah satu pekerjaan yang penting di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung karena dilihat dari jenis usahanya Manufacturing pasti membutuhkan mesin yang dibantu oleh tenaga menusia sebagai pengendalinya. Mesin merupakan benda mati yang memerlukan pemeliharaan yang baik agar bias tetap berfungsi sebagaimana mestinya. Maka jasa seorang mekanik yang memperbaiki dan mengelola mesin sangatlah dibutuhkan demi berjalannya proses produksi barang berupa jala ikan.

Security atau keamanan adalah salah satu faktor yang harus ada dimanapun dan kapanpun kita berada, karena dengan merasa aman kita sebagai indvidu atau pun kelompok dan organisasi perusahaan dapat memaksimalkan kemampuan yang ada dalam diri sehingga dapat melaksanakan tugas dengan benar. Di PT. Indoneptune *Net Manufacturing*

Bandung *security* berugas mengamankan seluruh linggkungan baik pabrik maupun kantor atau *office*.

dari keempat jenis karyawan diatas terdapat pembagian menurut departemen yang ada yaitu departemen produksi dan non produksi yang terbagi lagi menjadi sub departemen lainnya sebagai berikut :

1. Departemen Non Produksi
    a. Departemen IT
    b. Departemen Personalia dan General Affair
    c. Departemen Keuangan
    d. Departemen *Marketing*
2. Departemen Produksi
    a. Departemen *Spinning*
    b. Departemen *Ring*
    c. Departemen *Netting*
    d. Departemen *Finishing*
    e. Departemen *Utility*
    f. Departemen *inventoring*

Pada dasarnya pada penggunaan *Running Text ini* perusahaan mengharpkan agar semua karyawan dapat mengakses informasi tersebut, hanya saja ketebatasan sarana yang masih belum memaksimalakannya sehingga masih terdapat karyawan yang tidak dapat mengaksesnya secara

langsung melainkan melalui pihak kedua yaitu para staf administrasi disetiap departemen.

4.3.2 Ketepatan media yang digunakan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Pemilihan media sangatlah penting ini akan menghasilkan dampak yang berbeda tergantung media apa yang akan dipergunakan. Saat ini jenis media sangatlah beragam, tapi tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasarannya.

Dalam penelitian ini PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung memilih *Running Text* karena dianggap lebih efektif dan efisien. Dapat dikatakan efektif dan efisien karena mememrlukan dana yang murah dan waktu yang cepat dalam menyampaikan informasi kepada karyawan yang jumlahnya banyak. Disini pengelola *Running Text* adalah dua orang staf IT dan satu orang pranata lapangan *Public Relations Officer* sebagai ahli komunikasi perusahaan dan fasilitator komunikasi. *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung menjadi nara sumber yang menerima berbagai informasi penting dari semua pihak yang berkepentingan

untuk di seleksi lebih lanjut apakah nilai dari informasi tersebut layak atau tidak untuk diterbitkan pada media *Running Text* tersebut.

Dengan melihat faktor efisiensi kerja yang menghemat waktu, tenaga serta biaya tersebut maka penggunaan *Running Text* dianggap merupakan pilihan yang tepat oleh *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung Karena sudah sesuai dengan tujuan perusahaan.

Dalam realitanya *Running Text* hanya dapat diakses secara langsung oleh para staf administrasi pada saat mereka bekerja berhadapan dengan layar computer maka saat itu juga mereka secara bebas dapat membaca informasinya dan *Running Text* tidak dapat diakses karena keterbatasan sarana dan prasarana komputer bagi para karyawan lain secara umum.

4.3.3 Penerimaan karyawan mengenai efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Peneriamaan merupakan suatu kondisi dimana seseorang mendapat sesuatu dari orang lain yang memberikannya. Pada penggunaan *Running Text* sebagai media penyampai informasi penerimaan informasi merupakan awal dari tersampaikannya suatu pesan kepada target khalayak atau komunikannya.

Disini target khalayak dari *Running Text* di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung adalah semua karyawan dan khususnya adalah staf administrasi disetiap departemen seperti telah dibahas sebelumnya.

Para staf administrasi menerima secara serentak informasi yang diterbitkan dalam *Running Text* tersebut karena hanya memerlukan waktu yang relatif singkat dalam hitungan detik informasi yang server ketikan dapat langsung dibaca pada layar komputer para karyawan.

Berbeda dengan karyawan lain seperi buruh, mekanik dan security mereka menerima informasi melalui cara lain yaitu melalui penyampaian kembali dari pihak staf administrasi. Hal tersebut mengakibatkan dalam penyampaian informasi memerlukan waktu yang cukup lama tergantung pada kesigapan masing-masing staf apakah mereka mau untuk menginformasikan kembali informasi yang diterbitkan dalam *Running Text* dengan mengorbankan waktu kerja mereka. Para karyawan selain staf administrasi menyadari bahwa mereka mendapat informasi yang berlainan dari staf administrasi yang satu dengan yang lainnya walaupun pada intinya maksud informasi tersebut sama. Hal tersebut terjadi karena setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam membahasakan dan menyampaikan apa yang ada dalam pikiran mereka kepada pihak lain. Hasil dari informasi tersebut telah mengalami prase interpretasi masing-masing staf administrasi tergantung pada latar belakang pendidikan, budaya, usia, *genre*, dan lain sebaginya.

Penyampaian informasi dari staf administrasi kepada karyawan lain secara umum dilakukan pada saat obrolan antar sesama karyawan baik diwaktu bekerja ataupun pada jam istirahat. Pada dasarnya dalam penyampainan informasi ini hubungan interpersonal lebih ditonjolkan karena hal tersebut dapat terjadi atas dasar saling mengenal dan sering melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya.

Hasilnya untuk para karyawan secara umum sering terjadi keterbatasan informasi dalam lingkup internal perusahaan dan hanya karyawan staf administrasi yang secara leluasa dapat mengakses *Running Text* tersebut.

4.3.4 Kesadaran karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Kesadaran yaitu suatu sifat dari pikiran yang dihadapkan pada suatu fenomena atau peristiwa. Dalam penggunaan *Running Text* sebagai media informasi kesadaran merupakan suatu pengharapan dari jajaran manajemen dalam pembuatan media ini agar para karyawan dapat tanggap dengan sukarela tanpa ada paksaan pihak lain untuk mau mencari sendiri informasi mengenai perusahaan melalui *Running Text*.

Staf administrasi adalah target khalayak utama dari penggunaan media ini, pada diri mereka telah terlihat adanya kesadaran untuk mereka selalu mengakses informasi dalam *Running Text* karena sering membacanya beberapa kali. Walaupun keinginan untuk mengakses informasi tersebut tergantung pada diri mereka masing-masing. Mereka menyadari bahwa informasi tersebut sangat berguna dan bermanfaat untuk mereka dalam melaksanakan beberapa tugas dari manajemen sehingga tanpa perlu diingatkan pihak lain mereka akan membacanya walau hanya satu kali.

Kesadaran staf administrasi pun tidak terbatas pada keinginan untuk mengakses *Running Text* tapi juga untuk menyampaikan kembali kepada karyawan lain yaitu para buruh, mekanik dan *security* apabila mereka menganggap informasi dalam *Running Text* tersebut memiliki keterkaitan dengan karyawan yang bersangkutan.

4.3.5 Pengingatan karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Pengingatan merupakan hal yang sangat rumit bagi beberapa orang, karena mereka memiliki keterbatasan daya simpan suatu informasi dalam otak manusia, apalagi bila informasi tersebut telah disimpan dalam waktu yang

cukup lama. Penggunaan *Running Text* ini juga bertujuan agar dalam pengingatan suatu informasi para karyawan dapat dengan mudah melakukannya karena selalu diakses ketika mereka bekerja.

Dalam penggunaan *Running Text* para karyawan dapat mengingatnya dengan mudah karena dalam pembuatan dan penyusunan informasi tersebut *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung membatasinya agar tidak lebih dari dua puluh kata per informasi, sehingga text mudah dibaca dan dihapalkan. Dalam diri seorang *Public Relations Officer* keterampilan sangat berperan agar informasi tersebut memiliki daya tarik dan juga nilai informasinya benar sehingga tidak terjadi *miss understanding.*

Public Relations Officer PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung menyadari bahwa dalam menyampaikan suatu informasi harus dengan teknik komunikasi informative yang memiliki tiga hal untuk diperhatikan agar komunikasi informatif ini dianggap berhasil apabila :

1. Apabila pesan-pesan dalam *Running Text* tersebut memiliki dayatarik atau perhatian oleh publik karyawan perusahaan,
2. Disini peran komunikator mengusahakan komunikan bersedia menerima setiap pesan yang dimuat di dalam *Running Text* perusahaan,
3. Diusahakan pula agar komunikan bersedia menerima isi pesan yang disampaikan.

Untuk mengetahui berapa lama informasi tersebut dapat diingat oleh setiap karyawan merupakan hal yang rumit, karena setiap karyawan memiliki kemampuan yang berbeda-beda untuk tetap mengingat dan menyimpan informasi tersebut. Pada intinya seseorang atau individu akan terus mengingat dan menyimpan suatu informasi didalam mindsetnya apabila mereka menganggap isi informasi tersebut masih mereka butuhkan dan akan hilang setelah mereka tidak memerlukannya lagi begitu pula yang terjadi pada para karyawan di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung.

Melihat dari pernyataan yang dilontarkan oleh *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung maka penulis mengajukan pertanyaan kepada informan penelitian ini mengenai isi *Running Text* yang diterbitkan mulai dari tanggal 9 juni 2011 sampai 32 juni 2011 pada hari disaat wawancara dilaksanakan. Dari hasil wawancara penulis mengetahui isi informasi yang diterbitkan oleh perusahaan sebagai berikut :

1. Dapat meningkatkan komunikasi dan diskusi untuk tercipta suasana kerja yang nyaman.
2. Karyawan yang membutuhkan contoh untuk membuat SPI..? temukan di \\server2\\administrasi\SPI\contoh.
3. Karyawan dapat menerima pesan atasannya seperti:

   Hasil SPI departemen harap disimpan di \\server2\administrasi\\SPI dengan nama “SPI-nama departemen-nama pembuat”….

Selain informasi diatas karyawan juga mengingat bahwa terdapat informasi lain yang diterbitkan dalam *Running Text* dalam frekuensi dua minggu terakhir antara lain yaitu visi dan misi perusahaan yang dituangkan dalam motto perusahaan adalah SMART sebagai akronim dari :

1. *Speed* adalah kecepatan.
2. *Mind* adalah pikiran atau akal.
3. *Aggressive* adalah cepat dalam mengambil keputusan dan peluang.
4. *Responsibility* adalah tanggung jawab.
5. *Team Work* adalah kelompok kerja.

Dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa mereka ingat karena waktu penyimpanaan informasi diatas dianggap sebentar dan karena mereka sering membacanya maka mereka secara tidak langsung menghafal informasi tersebut. Hal diatas juga di lontarkan oleh *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung yaitu :

> "Para karyawan akan membaca informasi dalam *Running Text* karena mau ataupun tidak mereka tetap akan membacanya meski hanya dilihat sepintas lalu dalam layar komputer yang mereka miliki."

4.3.6 Pemahaman karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan

Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Pemahaman karyawan mengenai suatu informasi yang diterbitkan melalui *Running Text* oleh *Public Relations Officer* di PT. Indoneptune Net Manufacturing Bandung tergantung pada sejauhmana mereka mau untuk berfikir serta tergantung pada *maind set* mereka masing-masing. Salah satunya dapat kita lihat dari ketanggapan dalam memberikan respon atau *feedback* dari informasi tersebut.

Implementasi pemahaman karyawan terungkap pula dimana para karyawan setelah menerima pesan dan bila ada yang kurang jelas atau tidak dipahami mereka menghubungi langsung staf pranata *Public Relations* atau melalui *telephone* untuk meminta penjelasan langsung tentang informasi yang belum jelas tersebut. Bagi mereka yang merasa paham hanya berbincang dan memastikan informasi tersebut labih lugas juga mengaplikasikannya sesuai nilai dari informasi tersebut.

Seperti yang telah disinggung diatas bahwa efek atau *feedback* dari komunikasi bermedia bersifat *delay* atau tertunda. Menurut Ralph Webber *feedback* tersebut dibagi menjadi empat yaitu :

1. Zero *feedback*
2. Netral *feedback*
3. Positif *feedback*
4. Negatif *feedback*

Untuk mendapatkan pemahaman yang diharapkan oleh perusahaan adalah tugas yang berat bagi *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung karena berhubungan dengan setiap individu karyawan satu-persatu.

Oleh karenanya untuk menghemat waktu demi efisiensi dan efektivitas kerja *Public Relations Officer* atau pranata lapangan *public relations* menggunakan *Running Text* sebagai langkah awal untuk menyebarkan informasi lebih dahulu dan melakukan dialog secara langsung kepada beberapa karyawan lain yang memiliki wewenang disetiap departemen yaitu para *chef of leader department* sehingga para pimpinan tersebut dapat memberikan penerangan dan menguraikan informasi yang penting secara mendalam kepada anak buahnya.

4.3.7 Perubahan opini karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Opini merupakan suatu pandangan seseorang mengenai sesuatu hal yang menjadi fokus oleh banyak orang. Opini juga disebut sebagai suatu pendapat atau pandangan dari seseorang.

Dalam penelitian ini terdapat efek yang diberikan oleh para karyawan setelah mereka menerima, menyadari, mengingat dan memahami informasi yang mereka dapatkan dari media informasi internal perusahaan dengan menggunakan teknik komunikasi informatif oleh pranata *public relations* perusahaan. Efek atau *feedback* tersebut berupa penyampaian pendapat atau opini yang mereka pahami.

Kita dapat mengetahui apakah opini para karyawan tersebut berubah atau tidak dari cara mereka menyampaikan pendapatnya kepada sesama rekan atau langsung terhadap *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung. Hal tersebut biasanya mereka sampaikan dengan pernyataan mereka yang mencoba mencari penjelasan yang logis dan fakta yang ada.

Biasanya mereka menunjukannya dengan :

1. Bertanya.
2. Mendengarkan.
3. Menyampaikan kembali informasi dengan benar.
4. Menjadi sumber informasi baru bagi rekan lainnya.

4.3.8 Perubahan kognitif karyawan dalam efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan

Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Untuk merubah kognitif atau intelektualitas seseorang merupakan suatu upaya yang sulit, tapi dengan metode dan teknik-teknik tertentu maka hal tersebut dapat dicapai salah satunya dengan teknik komunikasi informatif yang dilakukan oleh *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung melalui *Running Text* terhadap karyawannya selaku publik internal perusahaan.

Setelah penggunaan *Running Text* ini *Public Relations Officer* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dapat menyatakan bahwa para karyawan telah berubah aspek kognitifnya karena mereka mengalami proses atau ketika mereka bekerja dan mengakses *Running Text* para karyawan yang mulanya tidak tahu menjadi tahu mengenai suatu informasi dan yang mulanya tahu menjadi lebih tahu dan yakin atas kebenaran dari suatu informasi yang diterbitkan didalam *Running Text* tersebut.

Hal diatas mereka lakukan karena mereka meyakini setiap informasi yang diterbitkan melalui *Running Text* telah melalui proses filterisasi dan uji kelayakan untuk diterbitkan oleh *Public Relations Officer* perusahaan dimana informasi tersebut harus memiliki :

1. Kejelasan sumber informasi.
2. Kebenaran.
3. Ketepatan.

4. Keakuratan.
5. Kepastian.

Kelima faktor diatas harus ada didalam informasi tersebut. Maka dari informasi-informasi mengenai perusahaan tersebut para karyawan akan lebih mengenal dan memahami informasi apa saja yang beredar di lingkungan tempatnya bekerja.

Perubahan kognitif para karyawan diharapkan oleh perusahaan dengan tujuan mendapat pemahaman dan penerimaan mengenai kondisi perusahaan baik berupa sistem, jadwal kegiatan, visi dan misi maupun informasi penting lainnya. Informasi-informasi tersebut selalu diperbaharui agar intelektualitas para karyawan selalu bertambah dan semakin tahu seluk beluk pekerjaan dan juga peruahaan tempat mereka bekerja.

Perubahan kognitif ini sangat terlihat pada perilaku para staf administrasi dimana mereka mampu untuk menerangkan kembali apa saja informasi yang mereka dapat dalam *Running Text* berbeda dengan karyawan lain seperti buruh, mekanik dan juga *security* mereka terlihat bingung dan berpikir keras untuk menjawab pertanyaan yang penulis ajukan.

Hal tersebut bisa dikarenakan oleh berbagai sebab, tapi pada dasarnya para karyawan seperti buruh, mekanik dan *security* memang hanya mendapatkan informasi dalam *Running Text* secara tidak langsung dan hanya mendapat satu kali pemberian informasi karena tidak dapat membacanya berulang-ulang hanya dapat bertanya kembali mengenai informasi tersebut

kepada pihak *Public Relations Officer* pada departemen Personalia dan *General Affair*.

4.3.8 Efektivitas *Public Relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam Komunikasi Informatif melalui *Running Text* untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawannya.

Efektivitas dalam pelaksanaan kerja seorang *Public Relations* dapat diukur dari sejauh mana hasil yang didapat setelah melaksanakan kegiatan-kegiatan *Public Relations* baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan salah satunya yaitu *Public Relations Officer* di PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam melaksanakan kegiatan internal perusahaan yang berupa penyampaian informasi kepada karyawannya selaku publik internal perusahaan.

Teknik komunikasi informatif dipilih agar dapat menggunakan media *Running Text* yang dianggap sebagai media alternatif yang tepat karena memerlukan dana yang rendah dengan memaksimalakan fungsi dari sistem informasi yang sebelumnya telah tersedia diperusahaan berupa jaringan *Local Area Network* atau sering disebut LAN, selain itu dengan menggunakan *Running Text* dianggap dapat menghemat waktu demi tercapainya efisensi dan efektivitas dalam bekerja.

Pada penelitian ini efektivitas *public relations* PT. Indoneptune *Net Manufacturing* Bandung dalam komunikasi informatif melalui *Running Text* untuk meningkatkan pemahaman mengenai informasi perusahaan di kalangan karyawannya memiliki dua sisi dilihat dari penerimanya yaitu seperti pisau bermata dua dimana satu sisi memberi kebaikan dan sisi lain keburukan atau tidak tercapainya tujuan perusahaan secara maksimal.

Dari pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan dapat dikatakan bahwa efektivitas tersebut dikatakan sesuai dangan yang diharapkan oleh perusahaan karena diukur dari *The Public Relations Effektiveness Yardstick Model*. Dalam model diatas terdapat tiga level yang semuanya bernilai positif atau seseuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan hanya saja terdapat kekurangan pada target khalayak dimana walaupun terdapat penyampaian kembali informasi dari staf administrasi kepada karyawan lain secara umum hal tersebut tidak lagi dalam lingkup penggunaan *Running Text.* Tapi berupa komunikasi interpersonal yang ranah keilmuannya berbeda sehingga hasilnya pada level advance karyawan selain staf administrasi yaitu buruh, mekanik dan security hanya sebagian yang mengalami peningkatan intelektualitas mengenai perusahaan tempat mereka bekerja.