BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era pembangunan di negara-negara berkembang saat ini, ahli komunikasi menumpahkan perhatiannya terhadap strategi komunikasi dalam hubungannya menyampaikan berbagai informasi di sejumlah media. Fokus perhatian ahli komunikasi ini ditujukan untuk strategi komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi pun harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis dilakukan dalam arti pendekatan bisa berbeda beda bergantung pada situasi dan kondisi.

Setiap perusahaan media, baik itu cetak maupun elektronik harus selalu mempunyai strategi untuk mencapai tujuannya. Begitu juga dengan PT. Jaya Real Property, tbk. Kicau merupakan redaksi dari PT. Jaya Real Property, tbk yang langsung menangani proses secara keseluruhan dari Majalah Bintaro. Kicau berdiri bersamaan dengan terbitan pertama Majalah Bintaro pada Mei 1987. Dirintis oleh Bapak Iman Baskoro sebagai pendiri Kicau pertama kali. Informasi merupakan pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang. Memiliki Visi memberikan media penyebar Informasi, maka Kicau menerbitkan Majalah Internal bagi warga Bintaro

Majalah internal Bintaro merupakan sebuah media internal yang menjebatani saluran komunikasi dan informasi internal. Majalah Bintaro telah menjadi majalah acuan dan bagian yang tak terpisahkan dari ± 25.000 kepala keluarga kelas sosial ekonomi A & B warga perumahan Bintaro Jaya dan Graha Raya.

Dengan bangga kini Majalah Bintaro terus tumbuh seiring dengan berkembangnya wilayah perumahan Bintaro Jaya dan Graha Raya hingga luasan wilayah ribuan hektar di wilayah DKI Jakarta bersinggungan dengan Kabupaten Tangerang, memenuhi tuntutan pasar yang terus meningkat terhadap perumahan yang berkualitas dan menjanjikan di masa depan.

Majalah Bintaro menyuarakan kabar-kabar *up to date* kawasan Bintaro Jaya, Graha Raya dan sekitarnya karena isinya adalah gambaran masyarakat Bintaro Jaya dan Graha Raya, keluarga-keluarga muda yang *modern*, dinamis dan penuh gaya. Maka tak heran banyak menjadi *market target* dari pemasar yang agresif dalam mencapai sasaran yang sangat potensial.

Dengan isi beragam sejak informasi mutakhir apa yang terjadi di kawasan Bintaro Jaya dan Graha raya, Majalah Bintaro juga banyak menampilkan rubrik-rubrik yang menjadi kecintaan pembacanya seperti Peristiwa (Berita Warga), Gerai Bisnis, Prestasi, Selebritas hingga Selera Kuliner dan resep-resep andalan serta rubrik-rubrik *lifestyle* lainnya. (Hasil wawancara, Icef Herdian : Kicau Bintaro).

Majalah Bintaro merupakan salah satu kegiatan media internal yang penting, yang terjadi di lingkungan perumahan Puri Bintaro yang diharapkan dapat menghasilkan efek yang lebih baik bagi organisasi maupun para khalayak (penghuni).

Majalah internal adalah terbitan berkala dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan organisasi atau lembaga dan terbitan berkala merupakan media informasi yang efektif (Oemi Abdurrachman, 2001 : 34) penjelasan yang telah dikemukakan diatas, bahwa majalah internal adalah suatu kegiatan media internal yang berusaha memberikan penerangan dan informasi kepada masyarakat.

Media internal merupakan sebuah medium yang diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak dalam hal ini adalah penghuni. Pentingnya media internal dalam sebuah organisasi atau lembaga diharapkan mampu menjebatani komunikasi antar penghuni dengan penghuni lain dalam sebuah perumahan atau bahkan dengan lembaga dan informasi yang terkait. (Suhandang, 2004:220)

Media internal yang lazim dipergunakan untuk membantu proses ini biasanya berupa, majalah, bulletin, *news latter*, guntingan berita atau kliping, dan lain-lain. Dalam hal ini Kicau menggunakan media internal menjadi sebuah strategi komunikasi dalam memberikan informasi-informasi penting. Strategi komunikasi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut R.Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnet yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek , menjelaskan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama yaitu :

a. To secure understanding,

b. To establish acceptance,

c. To motivate action.

(Effendy, 2007:32)

Pertama adalah "*to secure understanding"*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Apabila sudah dapat dimengerti, maka penerimaannya itu harus dibina "*to establish acceptance*". Lalu pada akhirnya kegiatan dimotivasikan "*to motivate action*".

Dari uraian diatas, disimpulkan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Maka dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan yang jelas, juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi komunikan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi, diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Oleh karena itu, akan lebih baik apabila dalam stretegi komunikasi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi juga. Komunikasi yang terjadi dalam organisasi pun ikut mempengaruhi dalam perencanaan suatu strategi. Istilah Organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan dan tujuan-tujuan. Jika dilihat dari pendekatan subjektif, organisasi berarti proses, sedangkan pandangan objektif mengenai organisasi, organisasi berarti struktur.

Penekanan pada perilaku atau struktur bergantung pada pandangan mana yang dianut organisasi secara khas dianggap sebagai kata benda, sementara pengorganisasian dianggap sebagai kata kerja. Kelangsungan hidup suatu organisasi bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan.

Manusia dilihat sebagai pemproses informasi yang memberi respon terhadap informasi yang ditemukannya dalam lingkungan. "Komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan orang-orang, komunikasi organisasi adalah suatu disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat". (Pace dan Faules, 2002:25).

Dari penjelasan diatas peneliti mengambil garis beras dari pengertian Strategi menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktifitas termasuk didalamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan (Rakhmat 2001: 201).

Dengan adanya majalah internal tentunya diharapkan tujuannya dapat tercapai, pesan dan media yang digunakan sampai dengan tepat kepada khalayak, yaitu penghuni pada permasalahan ini. Tetapi terkadang pada kenyataannya tujuan dalam sebuah organisasi belum tentu tercapai semua kepada sasarannya.

Penghuni merupakan salah satu bagian dalam sebuah perumahan yang diharapkan bisa memberikan opini, saran, atau tanggapan mengenai kegiatan atau aktivitas yang ada di organisasi atau lembaga pemerintahan sehingga dapat menunjang kelancaran komunikasi.

Seperti yang kita ketahui, tingkat kebutuhan dari para penghuni beragam dan berbeda-beda. Penghuni dalam sebuah lingkungan perumahan adalah seorang individu yang pasti memiliki perbedaan, perbedaan akan kebutuhan antara satu dengan yang lain. Meskipun demikian, dalam perbedaan tersebut terdapat persamaan pemikiran, diantaranya kesamaan akan pemenuhan kebutuhan informasi, khususnya kebutuhan informasi tentang lingkungan sekitar.

Media lahir sebagai suatu sarana untuk menjebatani suatu pesan ketika kebutuhan akan informasi dirasakan semakin meningkat dan tidak lagi dapat diatasi dengan komunikasi antar personal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka telah ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1.2.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana Strategi Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang ?

1.2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana **Tujuan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang ?
2. Bagaimana **Rencana** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang ?
3. Bagaimana **Kegiatan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang ?
4. Bagaimana **Pesan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang ?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menjelaskan, menguraikan tentang Bagaimana Strategi Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Tujuan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.
2. Untuk mengetahui **Rencana** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.
3. Untuk mengetahui **Kegiatan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.
4. Untuk mengetahui **Pesan** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.
5. Untuk mengetahui **Strategi** Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat berperan dalam mengembangkan Ilmu Komunikasi secara umum, khusunya *Public Relations* (Humas) dan secara khusus pengembangan strategi tentang pengelolaan media internal.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.2.1 Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yakni, memberikan pengetahuan tentang media internal dan memberikan wawasan baru bagi penulis akan berbagai perilaku sosial yang ada dalam masyarakat dengan komunikasi sebagai perantaranya. Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat mempraktekan berbagai teori Ilmu Komunikasi dalam bentuk nyata dan membandingkannya dalam keadaan yang sebenarnya dilapangan.

1.4.2.2 Program Studi Ilmu Komunikasi

Kegunaan penelitian ini bagi program studi Ilmu Komunikasi maupun Universitas Komputer Indonesia secara keseluruhan yakni, diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan dan penerapan Ilmu Komunikasi dan sebagai bahan perbandingan dan pengembangan bagi penelitian sejenis untuk masa yang akan datang.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan konstribusi nyata bagi program studi ilmu komunikasi maupun universitas dan segenap civitasnya dalam pengembangan berbagai masalah sosial yang ada dalam kehidupan sosial kita.

.

1.4.2.3 Masyarakat

Kegunaan penelitian ini bagi masyarakat umum yakni, ingin memberikan wacana tentang Majalah internal secara jelas dan transparan yang ditinjau dari proses komunikasi dan manfaat yang bisa diambil. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana atas penerimaan sebuah media yakni media internal. Agar masyarakat dapat menempatkan penilaian dan penambahan unsur-unsur penting agar masyarakat luas dapat benar-benar merasakan keuntungan dari sebuah majalah internal.