STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. JASA MARGA (PERSERO), Tbk. CABANG PURBALEUNYI DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN

Adinda Amirah Dhianie
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrais Humas,
Universitas Komputer Indonesia
Email: adindadhianie@gmail.com/dinda_dott@yahoo.com

ABSTRAK

Maksud dari penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang Strategi Komunikasi Public Relations PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Karyawannya Untuk menjawab penelitian tersebut, maka diangkat sub fokus yaitu identifikasi target khalayak, menyusun pesan yang ditujukan, penetapan tujuan, dan tahap evaluasi kegiatan

Penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deksriptif. Informan penelitian *adalah Public Relations*, *Senior Officer Informatics*, serta tiga Informan Pendukung yaitu karyawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi pustaka, dan *internet searching*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Identifikasi Target khalayak yaitu karyawannya yang ada di cabang purbaleunyi dengan menyebarkannya ke dua belas kantor gerbang. **Menyusun Pesan** dengan pesan yang disampaikan positif, informatif, persuasif, edukatif. **Penetapan Tujuan** dengan mengumpulkan informasi dari keinginan perusahaan berdasarkan SK (Surat Keputusan) dari perusahaan. **Tahap Evaluasi** dilakukan oleh tim redaksi dengan mengumpulkan pendapat dan menyatukan keinginan

S**impulan penelitian** menunjukan, strategi komunikasi melalui bulletin BEWARA dalam memenuhi kebutuhan karyawan berjalan seperti apa yang direncanakan, dan telah berhasil dilakukan, sudah dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya.

Saran yang diberikan penelitian ini, informasi yang disampaikan tidak hanya terfokus kepada kantor cabang saja, lebih baik memasukan juga kegiatan yang dilakukan oleh kantor gerbang.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Kebutuhan Informasi

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Bulletin BEWARA adalah media internal yang digunakan oleh PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi dalam menyampaikan informasi yang akan disampaikan kepada karyawannya.

Sebuah organisasi tentunya tidaklah lepas dari media untuk dapat

memberikan informasi salah satunya kepada karyawan dengan melalui media yang disebut juga dengan media Internal. Informasi yang disampaikan biasanya mempunyai sebuah tujuan salah satunya untuk memenuhi kebutuhan para karyawan akan informasi yang ada didalam suatu organisasi. Informasi ini sendiri dapat membantu mengurangi ketidakpastian informasi yang didapat, karena pada saat ini sering sekali kita mendapatkan informasi yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang kita dapat (*Hoax*/gosip), seperti yang diungkapkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam *bukunya The Mathematical Theory of Communication*, bahwa Informasi adalah : ”Jumlah ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksikan sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan dengan situasi yang tidak pasti”. (Kriyantono, 2006 : 378)

Informasi bagi karyawan adalah salah satu hak yang harus mereka dapatkan, karena informasi adalah salah satu kebutuhan pokok di kehidupan sehari-hari, karyawan didalam perusahaan/organisasi harus mendapat informasi tentang perkembangan perusahaan/organisasi yang mereka tempati. Informasi yang didapatkan bisa saja diperoleh dalam berbagai cara baik dengan media internal, online, ataupun melalui media lainnya. Seperti halnya dengan kebutuhan informasi dimana hal ini sangat penting bagi stiap orang karena hal ini maka di butuhkannya strategi komunikasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan/organisasi untuk dapat memberikan informasi kepada karyawannya agar informasi yang dibutuhkan dapat tersampaikan dan dapat memenuhi kebutuhan informasi para karyawan yang berada pada perusahaan atau organisasi tersebut.

Strategi komunikasi sendiri memiliki isi yang memiliki arti pertama, sebuah cara yang berisikan untuk dapat mengatur pelaksanaan, proses kegiatan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Kedua, Strategi komunikasi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan awal yang ingin dituju.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai strategi komunkasi

Public Relations PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi Melalui bulletin BEWARA dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Karyawannya.

Tinjauan Pustaka

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 2003 : 18)

Tinjauan Buletin

Buletin adalah publikasi (oleh organisasi) yang mengangkat perkembangan suatu topik atau aspek tertentu yang diterbitkan atau publikasikan secara teratur atau berkala dakam waktu yang relatif singkat (harian hingga bulanan).

Dalam bahasa sehari-hari, Buletin diartikan sebagai kumpulan dari berbagai macam informasi yang tidak sekedar mengumumkan saja tetapi juga menjelaskan secara rinci dimana isinya lengkap menggunakan penunjang seperti tabel, foto dan lain-lain. Isinya lebih kepada tujuan promosi sesuatu dan masalah yang dibahas tidak cuma satu masalah saja, melainkan meluas.

Pengertian buletin secara umum menurut Widjaya adalah :

> "Salah satu media komunikasi visual yang berbentuk kumpulan lembaran-lembaran atau buku-buku diusahakan secara teratur oleh suatu organisasi atau instansi. Dan dalam buletin dimuat pernyataan-

pernyataan resmi dan singkat bagi publik." (Widjaja, 2002;83)

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suau tujuan, akan tetapi mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana aktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning)* dengan manajemen komunikasi (*communication management)* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Cangara, 2014: 64)

Kerangka Pemikiran

Kegiatan buletin merupakan bagian dari komunikasi organisasi dan merupakan salah satu alat media komunikasi dalam sebuah lembaga atau perusahaan. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara baik ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang dilalukan oleh *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi karyawannya.

Bertolak pada pemikiran kerangka teorits maka peneliti mengaplikasikan definisi yang diangkat pada kerangka praktis. Pada kerangka Praktis ini pengumpulan data dengan pencarian informasi mengenai strategi komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA dalam memenuhi informasi karyawannya.

Strategi komunikasi adalah perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi seperti halnya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Public Relations.*

Kebutuhan akan informasi adalah sebuah masalah yang harus difasilitasi. Oleh sebab itu kegiatan strategi komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi karyawannya.

Peneliti dapat menggambarkan dari definisi strategi komunikasi sebagai fokus penelitian ini, yang mencakup dalam kajian penelitian ini mengenai strategi komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawannya.

Desain Penelitian

Pada desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara Kualitatif, dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal.

Menurut David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan bahwa: "Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah" (Moleong, 2007:5)

Adapun menurut penulis pada buku kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Denzin dan Lincoln (1987) dalam buku Lexy Moleong, menyatakan bahwa:

> "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dari segi pengertian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. (Moleong, 2007:5)

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif menurut penjelasan Elvinaro dalam buku Metode Penelitian *Public Relations* :

> "Metode deskriptif adalah metode yang menitik beratkan pada observasi suasana alamiah *(natural setting).* Peneliti terjun langsung ke lapangan bertindak

sebagai pengamat dan menbuat obsrevasi tanpa berusaha memanipulasi variabel.(Elvinaro,2010:60)"

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinnya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi.

Teknik Pengumpulan Data

Sebagai bentuk penunjang dari penelitian yang *valid* tidak hanya berdasarkan pengetahuan yang dimiliki, melainkan informasi-informasi dalam bentuk data yang relevan dan dijadikan bahan-bahan penelitian untuk di analisis pada akhirnya. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan, sebagai berikut:

Studi Pustaka

Memahami apa yang diteliti, maka upaya untuk menjadikan penelitian tersebut baik perlu adanya materi-materi yang diperoleh dari pustaka-pustaka lainnya.

Menurut J.Supranto dalam buku Rosadi Ruslan, mengemukakan bahwa :

> "Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan" (Ruslan, 2003:31)

1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah mengumpulkan data melalui buku-buku literatur dan sumber data lainnya, dilengkapi dengan pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan dibahas untuk mendapatkan data teoritis yang akan dijadikan sebagai bahan pembanding dalam pembahasan masalah. Seluruh data yang telah diperoleh melalui cara ini merupakan data yang disajikan dengan cara mengutip dan mengungkapkan kembali teori-teori yang ada yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan demi menunjang kesempurnaan dari hasil penelitian.

2. Penelusuran Data *Online*

Selain menggunakan tinjauan pustaka sebagai bahan literature peneliti juga melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *online* yang berupa data-data maupun informasi tentang teori-teori, secepat atau semudah mungkin, sesuai dengan kebutuhan peneliti. Dan peneliti menggunakan data online seperti dari: *www.google.com*, *www.yahoo.com*. Karena didalam situs ini banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian ini.

Studi Lapangan

Adapun studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian dan dapat memperoleh data yang *valid* dan faktual yang diharapkan berkenaan dengan penelitian yang dilakukan dengan studi lapangan sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam

Dalam penelitian perlu adanya data-data yang relevan untuk dijadikan sebagai penunjang dalam penelitian yang berlangsung, salah satunya adalah melalui wawancara.

Menurut Berger (2000:11) dalam buku Rachmat Kriyantono, menyatakan wawancara adalah percakapan antara periset-seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi paling penting tentang suatu objek. Wawancara dibagi dua :

a. Wawancara dalam riset kualitatif, yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*), atau
b. Wawancara secara intensif (*intensive interview*) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam. (Kriyantono, 2007:96)

Maka, dalam hal ini peneliti pun mengumpulkan data-data dengan salah satu caranya melalui wawancara

untuk mendapatkan informasi yang benar-benar relevan dari narasumber terkait.

2. Observasi Non Partisipan

Teknik pengamatan atau observasi merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang biasa dipergunakan untuk menilai sesuatu melalui pengamatannya terhadap objeknya secara langsung. Observasi berperan merupakan pengamatan dengan cara khusus dimana peneliti tidak bersifat pasif sebagai pengamat namun memainkan peran yang mungkin dalam berbagai situasi bahkan berperan menggairahkan peristiwa yang sedang dipelajari. Sebelum pengamatan dilakukan peneliti menyiapkan panduan pengamatan, kemudian pada saat mengamati peneliti dapat menggunakan lembar pengamatan untuk mencatat hal-hal yang diamatinya. Lembar pengamatan dapat berupa ceklis maupun catatatan kejadian.

Observasi Non Partisipan adalah dimana *observer* tidak ikut di dalam kehidupan orang yang akan diobservasi, dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat. Di dalam hal ini *observer* hanya bertindak sebagai partisipan saja tanpa harus ikut terjun langsung ke lapangan. Dalam penelitian ini *observer* sebagai pengamat dalam kegiatan Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleuyi melalui BEWARA dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawannya.

3. Dokumentasi

Memuat data-data pada penelitian sebagai upaya untuk menafsirkan segala hal yang ditemukan di lapangan, perlu adanya dokumentasi-dokumentasi dalam berbagai versi. Studi dokumenter merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik

dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen yang telah diperoleh kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan dan dipadukan (*sintesis*) membentuk satu hasil kajian yang sistematis, padu dan utuh. Jadi studi dokumenter tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumuen yang dilaporkan dalam penelitian adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut.

Analisa Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menggambarkan / mendeskripsikan mengenai pembahasan yang dilakukan lewat wawancara kepada beberapa informan yaitu *Senior Officer Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi, *Senior Officer Informatics* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi. Adapun untuk informan pendukung peneliti melakukan wawancara kepada tiga informan yaitu karyawan PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi.

Pada bagian ini, peneliti menuangkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan. Peneliti dapat menganalisa tentang Strategi Komunikasi dari *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi .

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka peneliti dapat menganalisis tentang Strategi Komunikasi dari *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi. Ditinjau dari Kehumasan serta komuniakasi organisasi. Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*depth interview*), teknik tersebut dilakukan untuk perolehan data yang alamiah. Struktur wawancara yang peneliti rancang bukan merupakan pedoman yang baku, jadi apabila jawaban yang diberikan informan kurang jelas, maka peneliti mengajukan pertanyaan lain agar jawaban yang diberikan bisa lebih jauh saat mereka menjabarkannya, adapun observasi serta wawancara peneliti lakukan di tempat dan waktu yang berbeda, wawancara dilakukan di hari dan waktu yang sudah disepakati bersama dengan informan.

Didalam penelitian ini peneliti membahas tentang bulletin BEWARA yang dijadikan sebagai media internal, alat untuk penyampaian informasi. Bulletin ini berisikan informasi

newsletter atau berita-berita singkat yang diterbitkan setiap dua bulan sekali dengan tujuan agar seluruh karyawan dapat mengetahui kebijakan manajemen dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan dan dapat mengurangi ke tidak pastian dari berita-bebrita yang tidak benar tersebar di perusahaan. Tidak hanya kegiatan yang terjadi di kantor Cabang Purbaleunyi saja akan tetapi juga meliputi seluruh kegiatan-kegiatan yang ada dikantor pusat maupun cabang lain yang dianggap penting dan memberikan nilai berita yang ada di dalam bulletin BEWARA ini. Sebagaimana mestinya bulletin berfungsi untuk menyampaikan suatu informasi dengan lebih mudah, mendidik, dan dapat mempengaruhi seperti yang dilakukan oleh public relations PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi ini. Bulletin ini ditujukan kepada karyawan yang ada di cabang purbaleunyi ini sendiri, cabang purbaleunyi memiliki 12 (dua belas) kantor gerbang yang karyawannya harus diberikan informasi agar mengetahui tentang apa yang sedang terjadi ditempat kerjanya. Karena informasi bagi karyawan adalah salah satukebutuhan pokok dikehidupan sehari-hari.

Seperti hasil analisa yang sudah peneliti paparkan terlihat bahwa strategi komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawannya di nilai baik .

Strategi komunikasi *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA dalam memenuhi informasi karyawannya sudah pasti bertujuan untuk memenuhi akan kebutuhan informasi seluruh karyawan yang ada di ruang lingkup purbaleunyi ini. Strategi komunikasi yang baik didasari oleh adanya perencanaan yang matang sehingga tercapainya tujuan yang ingin di capai dari kegiatan strategi komunikasi tersebut. Diantaranya ialah mengenai identifikasi target khalayak, menyusun pesan yang di sampaikan, penetapan tujuan, yang dan adanya tahap evaluasi kegiatan untuk dapat membuat kegiatan lebih baik lagi dari sebelumnya.

Peneliti akan menguraikan masalah mikro satu persatu agar lebih jelas dimulai dari identifikasi target khalayak, menyusun pesan, penetapan tujuan

Identifikai Targert khalayak

> "Langkah identifikasi target biasa di sebut pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholders mapping*). Di sini pemetaan dilakukan untuk mengetahui apakah khalayak yang menjadi target sasaran bentuk perorangan (individu) atau berkelompok. Menghadapi perorangan atau kelompok tentu itu sangat berbeda, artinya perorangan lebih mudah di bandingkan berkelompok. Dalam mengahadapi khalayak berkelompok memerlukan kesiapan yang lebih hati-hati, karena respon dan tanggapan dari mereka bisa bermacam-macam." (Cangara, 2014: 101)

Penetapan Tujuan menerapkan di dalam strategi komunikasi, menetapkan tujuan penyampaian dapat dilihat dari aspek diantaranya cara pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sejalan dari kegiatan *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui bulletin BEWARA ialah dimulai dari adanya SK (Surat Keputusan) yang diberikan oleh perusahaan, dengan menetapkan tujuan ini *public relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi dapat menetukan tujuan awal untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi karyawannya tersebut dengan memberikan pesan-pesan yang diinginkan oleh perusahaan untuk disampaikan didalam bulletin selain itu tujuan yang ada dalam surat keputusan yang dijadikan tujuan awal ini berisikan hak yang diberikan kepada masing-masing cabang, diadakannya surat keputusan agar tujuan dari diadakannya bullein ini tidaklah menyimpang dari visi dan misi perusahaan.


Jembatan Cisomang Resmi Dibuka Untuk Seluruh Golongan Kendaraan

Lomba Pelayanan lalu Lintas Cabang Purbaleunyi 2017

Gambar 1 Contoh pesan informatif

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa, *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi Identifikasi

Target Khalayak bulletin ini ditujukan untuk karyawan yang ada di PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi yang memiliki pertimbangan agar seluruh karyawannya mendapatkan informasi agar tidak terjadi miss komuniasi. Penetapan Tujuan dalam kegiatan *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui Bulletin BEWARA ialah semua bentuk informasi yang muncul berdasarkan keinginan perusahaan yang sudah ada didalam SK (Surat Keputusan) yang sudah ditetapkan

Menyusun Pesan dalam kegiatan *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi melalui Bulletin BEWARA dengan cara menentukan dan mempertimbangkan isi pesan yang layak untuk dikonsumsi oleh karyawan, dengan mengangkap isu yang ada diperusahaan dan menyampaikan dengan inrformasi yang positif dan tidak menimbulkan pertanyaan baru.

Daftar Pustaka

Buku

Abdurrachman, Oemi. (2001). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Ardianto, Elvinaro. (2010). Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Anwar, Arifin. (2004). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armilo

Cangara, Hafied. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

_____. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*: Rajawali Press.

Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

_____. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

_____. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT.Citra Aditya Bakti

Hasibuan , Malayu S.P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations 5th*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *The Mathematical Theory of Communication.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

_____. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

_____. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Masmuh, Abdullah. (2010). *Komunikasi Organisasi Dalam Prespektif Teori dan Praktek.* Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

_____. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2010*). Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Widjaja. (2002). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara.