



## **PENGELOLAAN MEDIA INTERNAL NEWSLETTER “INFO MARITIM” DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN LAUT**

Gabriela Chaterine, Menati Fajar Rizki  
Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur 13220  
No.HP: 08131681695; 087822613857  
email: gabrielachatgc@gmail, mfajarrizki@unj.ac.id

Naskah diterima tanggal 9 Juli 2021, direvisi tanggal 7 Maret 2022,  
disetujui 8 April 2022

### **Abstrak**

Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan melalui bagian humas mengelola *Newsletter* INFO MARITIM. *Newsletter* tersebut merupakan bagian dari media internal yang memiliki peran penting dalam menjalankan komunikasi antar pihak internal maupun untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan pengetahuan kepada khalayak internal. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengelolaan *Newsletter* INFO MARITIM. Media internal *Newsletter* yang sudah dikelola selama 20 ini, mengacu pada teori manajemen humas yaitu mendefinisikan problem (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan dan mengkomunikasikan (*communicating*), dan evaluasi (*evaluation*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, serta diterapkannya teknik pengumpulan data dengan wawancara yang dilakukan dengan tiga narasumber yaitu satu informan kunci, satu informan utama, dan satu informan tambahan. Hasil penelitian menunjukkan keempat proses manajemen humas diterapkan kepada pengelolaan *Newsletter* INFO MARITIM, sehingga semua kalangan karyawan berhak untuk menerima informasi apapun tentang instansi. Berdasarkan temuan tersebut bisa disimpulkan bahwa dalam pengelolaannya *Newsletter* INFO MARITIM sudah bisa dikatakan efektif sebagai media internal utama dalam menyampaikan informasi kepada khalayak internal.

**Kata-kata kunci:** Instansi Pemerintah; Komunikasi Internal; Media Internal

### **Abstract**

*The Directorate General of Sea Transportation of the Ministry of Transportation through the public relations department manages the Newsletter MARITIME INFO. The newsletter is part of the internal media which has an important role in carrying out communication between internal parties as well as to meet the need for information and knowledge to the internal audience. This study aims to discuss the management of the Newsletter MARITIME INFO. The Internal media, Newsletter's which has been managed for 20 years, refers to the theory of public relations management, namely fact finding, planning, implementing and communicating and evaluation. This study used a qualitative approach, and applied data collection techniques with interviews conducted with three sources, namely one key informant, one main informant, and one additional informant. The results of the study show that the four PR management processes are applied to the management of the Newsletter INFO MARITIM, so that all employees have the right to receive any information about the agency. Based on these findings, it can be concluded that in its management the Newsletter INFO MARITIM can be said to be effective as the main internal media in conveying information to internal audiences.*

**Keywords:** Government agencies; Internal Communications; Internal Media

## Pendahuluan

Salah satu media internal yang dibuat oleh praktisi *Public Relations* yaitu *Newsletter*. Asal mulanya *Newsletter* merupakan *house journal*, yaitu terbitan berkala yang diperuntukkan untuk kalangan sendiri. *Newsletter* bersifat periodik waktu terbitnya dan berisikan mengenai berita-berita dan artikel-artikel yang menarik dan sirkulasinya terbatas. (Kriyantono, 2018:174)

Dengan membuat *Newsletter* akan ada beberapa keuntungan yang dicapai yaitu bentuk fisik yang mudah di dapat tanpa harus mengeluarkan biaya setiap saat dan keakuratan data yang terjamin karena pembuatannya pun dilakukan dengan pertimbangan yang matang, serta disertai dengan desain yang membuat suatu keefienan dan keefektifan dalam menciptakan sebuah media komunikasi untuk memberikan informasi.

Dengan mengikuti perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat Direktorat Jenderal Perhubungan Laut pun memanfaatkan dengan sebaik-baiknya. media internal *Newsletter* yang merupakan salah satu media yang digunakan instansi untuk memberikan informasi tentang seluruh kegiatan yang telah berlangsung di unit kerja lain. Pada umumnya mungkin *Newsletter* hadir dalam bentuk cetak tetapi tidak di Direktorat Jenderal Perhubungan Laut.

Saat ini media internal *Newsletter* "INFO MARITIM" diterbitkan dan disebarkan melalui *website* resmi Direktorat Jenderal Perhubungan Laut <https://hubla.dephub.go.id/home/page/newsletter>.



**Gambar 1. Tampilan website bagian Newsletter INFO MARITIM**

Penyebaran *Newsletter* melalui *website* tentunya lebih dapat dilakukan dengan cepat karena lebih menghemat waktu tidak perlu menunggu karena harus dicetak terlebih dahulu. Tidak hanya itu tentunya dengan memanfaatkan *website* dapat menghemat biaya dan lebih ramah lingkungan karena tidak menghabiskan banyak kertas. *Newsletter* "INFO MARITIM" diterbitkan tidak menentu waktu penerbitannya tergantung dengan adanya kegiatan yang dilakukan perusahaan pada saat itu.

*Newsletter* "INFO MARITIM" dikemas secara khusus oleh humas DJPL, dan dalam proses pembuatannya tidak bisa dipandang sebelah mata. Bukan karena walaupun *Newsletter* ini hanya sebatas majalah internal instansi, namun *Newsletter* "INFO MARITIM" dilihat dari proses pembuatannya ternyata dikelola dengan serius oleh pihak humas yang diberi tanggung jawab mengelola media ini. Dalam pengolahannya yang membuat lebih menarik untuk diteliti adalah pengemasan desain *Newsletter* "INFO MARITIM" yang disesuaikan dengan identitas instansi mulai dari layout dan isi.

Karyawan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut yang tersebar secara luas tentunya membutuhkan informasi-informasi mengenai instansinya yang dapat dipercaya kebenarannya. Para pegawai pria dan wanita

dengan umur dan latar belakang pendidikan yang berbeda akan membutuhkan informasi yang sama tentang perusahaan satu sama lainnya. Sedangkan mereka yang bertugas secara teknik di lapangan dan non-teknik di kantor (jajaran manajemen dan administrasi) adalah sama kedudukannya dalam mendapatkan informasi instansi tersebut. Para pegawai yang tersebar kedalam pembagian ini mempunyai persamaan kepentingan dalam mencari, mengetahui dan menularkan informasi yang tersedia mengenai DJPL untuk dimanifestasikan kedalam realisasi kerja sesuai bidang yang ditekuni masing-masing.

Namun *Newsletter* "INFO MARITIM" dalam penerbitannya terhalang oleh anggaran. Karena itu terkadang konten-konten yang dimuat sudah lebih dulu dibaca atau diketahui melalui *press release* atau media sosial DJPL namun tetap *Nesletter* INFO MARITIM sebagai penyeimbang untuk media konvensionalnya. Maka dari itu peneliti sangat ingin meneliti pengelolaan media internal *newsletter* "info maritim" Direktorat Jenderal Perhubungan Laut.

Kajian penelitian terdahulu pada jurnal Eksistensi Media Internal Sebagai Alat Kehumasan (Studi Kasus Majalah Empati PSMP Toddopuli Makassar), Penelitian ini dilakukan oleh A. Fauziah Astrid. Dosen Ilmu Jurnalistik UIN Alauddin Makassar. Jurnal Vol.3 No.1, Bulan Mei, Tahun 2017. Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada tujuan, karena pada penelitian di atas lebih kepada meningkatkan citra positif sedangkan peneliti lebih mengarah kepada pengelolannya. Serta perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian, dan teori utama yang menjadi acuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu manajemen humas, di mana pengelolaan manajemen humas dalam mengelola media internal sangat diperlukan untuk memecahkan masalah pada penelitian ini. Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom dalam bukunya *Effective Public Relation* (2011:320) terdapat empat tahapan proses yang perlu dilalui dalam sebuah pengelolaan

manajemen humas, yaitu:

- a. Mendefinisikan problem (*Fact Finding*). Dalam proses ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh, tindakan dan kebijakan organisasi.
- b. Perencanaan (*Planning*). Membuat program, strategi tujuan, tindakan, komunikasi, taktik dan sasaran berdasarkan situasi yang ada untuk dilaksanakan.
- c. Pelaksanaan dan mengkomunikasikan (*Communicating*). Mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik untuk masing-masing public dalam rangka mencapai tujuan program
- d. Evaluasi (*Evaluation*). Melakukan penilaian atas persiapan, implementasi dan hasil dari program.

Penggunaan teori manajemen humas juga digunakan peneliti, dengan melihat penelitian terdahulu dari jurnal "Perencanaan Dan Manajemen Komunikasi Dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing" (Kholik: 2020). Penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan terkait pengaruh perencanaan dan manajemen komunikasi terhadap citra pelayanan jasa alih daya (outsourcing). Dalam hal ini peneliti ingin melihat apakah tahapan manajemen humas dalam pengelolaan media internal dapat digunakan dengan baik.

Selanjutnya pengelolaan penerbitan *newsletter* akan dihubungkan dengan tujuan dari penerbitan *newsletter*. Penerbitan *Newsletter* memiliki kekhususan tujuan tersendiri. Menurut Smith (2003:61) dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Untuk menjaga hubungan dengan publiknya
- b. Untuk memperkuat sikap dan tindakan yang bermanfaat bagi organisasi
- c. Untuk mencitakan dan mempertahankan dialog antara organisasi dengan publiknya, atau di antara anggota audiensi

- d. Untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat kesadaran publik tentang isu-isu penting terkait organisasinya
- e. Untuk meningkatkan atau mempertahankan sikap positif publik dengan masalah tertentu.

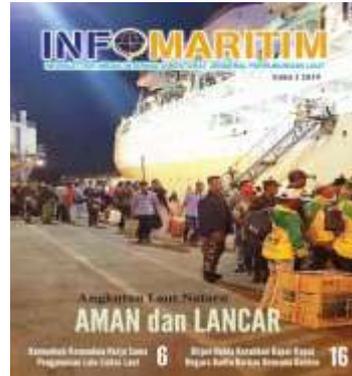
### Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin dalam Cresswell, J. (1998: 24), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penulis memilih menggunakan penelitian kualitatif karena penelitian tersebut sangatlah cocok dengan objek yang akan diteliti, yaitu Pengelolaan Media Internal *Newsletter* "INFO MARITIM". Karena dengan penelitian kualitatif penulis dapat mengetahui langsung bagaimana proses pengelolaannya dengan cara wawancara langsung dengan *key informan*, para informan lainnya. Penulis melakukan penelitian bertempat di Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan yang berlokasi di Jalan Medan Merdeka Barat No.8 Gambir, Jakarta Pusat. Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah dari April 2021 sampai Juni 2021.

Pada penelitian ini penulis memiliki *key informan*, informan utama, dan informan tambahan sebagai berikut: *Key Informan* dalam penelitian ini adalah Bapak Silo Darmono Kasubbag Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut sebagai Redaktur Pelaksana dan Penyunting, sedangkan Informan Utama yaitu Bapak Khairil Nur Wibowo sebagai Staff Redaksi, dan Informan Tambahan Bapak Ibrahim Pilpala sebagai Sekretariat.

Dengan mengacu pada konsep pengelolaan manajemen humas menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom (2003:320) yang terdapat empat tahapan proses yang perlu dilalui, menjadikan implementasinya dalam *Newsletter* INFO MARITIM adalah

sebagai berikut;



Gambar 2. Newsletter Info Maritim

### Hasil Penelitian dan Pembahasan Fact Finding atau Mendefinisikan Problem

Tahapan ini diawali dengan rapat tim redaksi bersama dengan redaktur pelaksana untuk mencari liputan media, opini internal, dan menentukan topik serta tema yang akan dipakai dalam setiap edisinya. Tema yang dipakai haruslah hasil dari seleksi isu-isu atau informasi yang benar-benar sangat penting untuk diketahui oleh target sasaran internal. Di tahap inilah kemampuan fungsi manajemen humas yang dijalankan oleh redaktur pelaksana sangat diperlukan, dalam menganalisa, memperkirakan, dan memberikan saran mengenai pengambilan keputusan.

### Perencanaan dan Pemograman atau Planning

Setelah pengambilan keputusan mengenai judul yang dipakai berdasarkan dari tema besar yang dipilih dan diambil di tiap edisinya. Redaktur pelaksana akan bertukar pikiran dengan redaktur utama terkait perencanaan untuk pengelolaan *Newsletter* INFO MARITIM di edisi yang akan datang apakah isu atau informasi sudah dikumpulkan tersebut layak untuk dimuat, lalu apakah tepat sasaran, dan hal lainnya. Yang mempertimbangan hasil temuan untuk langkah yang akan diambil selanjutnya.

### Pelaksanaan dan Berkomunikasi atau communication.

*Newsletter* INFO MARITIM dibuat karena adanya keinginan dari humas Ditjen Hubla untuk membuat sebuah media internal

sebagai jembatan dan penyedia informasi kepada seluruh karyawan internalnya. Selain itu diharapkan dengan adanya Newsletter INFO MARITIM ini dapat menyatukan kantor pusat dengan UPT maupun KSOP Direktorat Jenderal Perhubungan Laut yang tersebar di seluruh Indonesia. Tentu saja dengan adanya Newsletter INFO MARITIM merupakan poin penting dalam menciptakan komunikasi internal yang baik. Karena dilihat dari segi pengelolaan Newsletter INFO MARITIM, bahan materi yang akan dimuat berasal dari kegiatan UPT dan KSOP, wawancara kegiatan, dan juga press release. Sehingga menjadikan saling terhubungnya masing-masing karyawan untuk memberikan bahan berita. Materi yang telah dikumpulkan akan disisir oleh tim redaksi dan redaktur pelaksana sehingga dapat diketahui sejauh mana materi tersebut bisa di angkat dan di publikasikan. Lalu terdapat juga komunikasi dalam hal pendistribusian, agar tercapainya tujuan program tersebut, dimana program itu adalah Newsletter INFO MARITIM.

#### **Mengevaluasi Program atau evaluation.**

Tahap ini merupakan tahapan terakhir, dan pada tahapan ini dilakukannya proses penilaian tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak. Bila dilihat dari segmentasi karyawan internal pembaca Newsletter INFO MARITIM dapat dikategorikan yaitu; pimpinan dirjen, karyawan kantor pusat, serta karyawan UPT. Semua karyawan internal Direktorat Jenderal Perhubungan Laut diberikan informasi yang merata. Karena itu setiap edisi dicetak sebanyak 400 eksemplar. Biaya yang cukup besar ini akan sebanding jika ada dampak dari signifikan yang diterima setelah penerbitan. Namun sayangnya dari tim redaksi Newsletter INFO MARITIM belum pernah melakukan perhitungan dampak dari Newsletter INFO MARITIM ini untuk produktivitas kerja karyawan dari setiap edisinya. Dan tim redaksi kurang sering melakukan evaluasi secara berkala. Setiap dari masing-masing langkah adalah penting, namun proses itu dimulai dengan pengumpulan data untuk mendiagnosis

problem. Informasi dan pemahaman yang terbentuk di langkah pertama akan mendorong dan memandu kepada langkah berikutnya dalam proses tersebut. Dalam praktiknya, secara tegas tentu saja meriset, perencanaan, implementasi, dan evaluasi tidak dapat dipisahkan, sebab proses ini saling berkelanjutan dan bersifat siklis serta diaplikasikan dalam setting yang dinamis.

#### **Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengelolaan Media Internal *Newsletter* INFO MARITIM Direktorat Jenderal Perhubungan Laut (DJPL)” ini adalah untuk menginformasikan kebijakan, program kerja, capaian kerja, kegiatan-kegiatan, atau informasi penting lainnya. Karena semua kalangan karyawan berhak untuk menerima informasi apapun tentang instansi. Berdasarkan temuan tersebut bisa disimpulkan bahwa dalam pengelolaannya *Newsletter* INFO MARITIM sudah bisa dikatakan efektif. Namun dengan kemajuan teknologi yang meningkat akan lebih berguna juga jika tim redaksi lebih rutin meng-*upload* setiap edisi di *website ditjen hubla* ataupun media sosial. Karena dengan lebih seringnya di-*upload* di *website* atau media sosial akan menghemat biaya anggaran yang dikeluarkan.

Saran Untuk bagian humas Direktorat Jenderal Perhubungan Laut, khususnya tim redaksi dari *Newsletter* INFO MARITIM, sebaiknya mulai dibentuk tim yang *menhandle* untuk meng-*upload Newsletter* INFO MARITIM kedalam *website* atau media sosial. Sebaiknya pengelolaan isi media lebih ditingkatkan, yaitu isi dari *Newsletter* INFO MARITIM lebih mencakup keseluruhan hal yang dibutuhkan karyawan untuk diketahui, yaitu media internal yang dapat lebih terbuka dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kepentingan karyawan misalnya berupa tips, trik, serta mengangkat berita tentang pegawai yang berprestasi. Hal ni dapat memotivasi pegawai dalam bekerja dengan baik.

### **DaftarPustaka**

- Abdul Kholik. (2020). Perencanaan Dan Manajemen Komunikasi Dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing. Jurnal Komunikasi Communicology. Vol.8 No.1. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Cutlip, M Scoot. (2011). Effective Public Relations Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana Prenamedia Group
- Kriyantono, Rachmat. (2008). Public Relations
- Smith, Roland. (2003). Becoming a Public Relations Writer: A Writing Process Workbook for the Professional (secondedition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Fauziah Astrid. (2017). Jurnal Eksistensi Media Internal Sebagai Alat Kehumasan Studi Kasus Majalah Empati Psmptoddopuli Makassar. Vol.3. Makassar: UIN Alauddin Makassar
- Pupu Saeful. (2009). Penelitian Kualitatif. Equilibrium. Vol. 5, No. 9