

Efektifitas Media Cetak Internal Tabloid ‘Kontak’ Sebagai Sarana Informasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Maria Agustina Judith Laksmitha Sari

ABSTRAK

Media komunikasi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mempermudah dalam proses berkomunikasi. Penerbitan media korporasi/media internal atau organisasi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua pihak yang berhubungan, yaitu antara korporasi-organisasi dan pembaca. Public Relations PT KAI (Persero) menggunakan beberapa media internal sebagai pemenuh informasi bagi karyawannya dalam bentuk cetak dan elektronik. Adapun media cetak yang digunakan yaitu buletin atau tabloid Kontak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa efektif media cetak internal tabloid ‘Kontak’ sebagai kebutuhan informasi bagi karyawan PT Kereta Api Indonesia (Persero) di kantor pusat Bandung.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan Efektivitas Media Cetak Internal Tabloid ‘Kontak’ Sebagai Sarana Informasi PT Kereta Api Indonesia (Persero). Variabel penelitian ini adalah efektivitas media cetak terdiri dari dimensi penerima, isi, ketepatan waktu, media, format, dan sumber. Sampel berjumlah 97 orang dengan random sebagai teknik pengambilan *sampling*. Analisis data dengan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan media cetak internal tabloid ‘Kontak’ sebagai kebutuhan sumber informasi internal bagi karyawan PT Kereta Api Indonesia (Persero) di kantor pusat Bandung sudah menjadi salah satu sumber informasi yang baik bagi karyawan di PT Kereta Api Indonesia (Persero). Tabloid ‘Kontak’ bisa menjadi sarana yang baik dalam penyajian informasi yang dibutuhkan karyawan dalam mencari informasi yang terbaru karena memberikan informasi tentang apa yang terjadi perusahaan. Media cetak internal tabloid ‘Kontak’ sebagai kebutuhan informasi bagi karyawan sudah efektif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh karyawan. Secara keseluruhan variabel efektivitas media cetak internal berada pada kriteria baik.

Disarankan agar Corporate Communication PT Kereta Api Indonesia dapat lebih kreatif dan inovatif lagi dalam penyajian informasi dalam yang diberikan dalam bentuk *softfile* agar informasi yang diberikan lebih efektif lagi serta tidak terkesan monoton atau sama saja seperti edisi sebelumnya.

Kata kunci : *media internal, efektifitas, kebutuhan informasi, dimensi penerima, isi, ketepatan waktu, format, dan sumber.*