

# KONSISTENSI PRODUKSI MAJALAH INTERNAL ORGANISASI - STUDI KASUS DI DITJEN KPAII KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

**Diaz Fauziah**

**Asmara Sudomo**

ASM Bina Insani, Bekasi

diazfauziah1@gmail.com

asmarasudomo@yahoo.com

## **Abstrak**

Suatu organisasi atau lembaga seringkali merasa perlu untuk membuat publikasi rutin guna menggalang dan memelihara komunikasi yang berkesinambungan dengan publiknya. Salah satu publik atau khalayak yang dapat disasar adalah khalayak internal yakni bagian-bagian yang ada dalam organisasi tersebut. Direktorat Jenderal Ketahanan dan Pengembangan Akses Industri Internasional (KPAII) di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia adalah salah satu contoh dari sebuah lembaga pemerintahan yang membuat sebuah majalah internal berjudul “Going Globally” bagi khalayak internalnya. Penelitian ini mengupas proses produksi majalah tersebut dan konsistensinya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan alat pengumpulan data berupa wawancara pada nara sumber serta observasi terutama pada 2 (dua) edisi yang terbit di tahun 2017. Data yang diperoleh dianalisis dan dituangkan secara deskriptif. Diperoleh simpulan bahwa proses produksi berjalan konsisten sesuai tahapan yang dirangcang kecuali proses cetak dan evaluasi. Jadwal cetak mengalami penundaan dan evaluasi belum konsisten dengan teori yang berlaku. Konsistensi gaya dan format juga sudah terlihat dalam sebagian besar dari elemennya, kecuali dalam penerapan white space.

**Kata Kunci:** konsistensi, majalah internal, proses produksi

## **PENDAHULUAN**

*Public Relations* atau yang sering disingkat sebagai PR, menurut Public Relations Society of America (Seitel 2016), adalah proses komunikasi strategis yang membentuk hubungan yang saling menguntungkan di antara organisasi dan publiknya. Dalam praktiknya, ia adalah bagian dari organisasi yang menyelaraskan hubungan ke dalam dan ke luar organisasi agar organisasi dapat memberikan dan menikmati itikad baik ke dan dari publiknya.

Publik PR adalah kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki

kepedulian terhadap organisasi dan apa yang dilakukan organisasi. Kelompok ini bisa berada di dalam, termasuk pemilik dan orang yang bekerja di organisasi tersebut, dan di luar, dari mulai pelanggan sampai dengan masyarakat sekitar. Publik yang berada di dalam disebut publik internal dan yang di luar disebut eksternal.

PR bertugas menjadi penerjemah bagi organisasinya (Seitel: 2016) dimana pekerjaan sehari-harinya adalah menginterpretasikan sosok organisasi kepada publiknya dan sebaliknya,

menyampaikan sikap publik terhadap organisasinya. Ketika publik bersifat internal maka tugas menerjemahkan diarahkan salah satunya kepada karyawan. Adapun media yang dilakukan untuk menjalankan fungsi ini ada berbagai macam, dan salah satunya adalah memproduksi majalah internal.

Melalui majalah internal yang diterbitkan secara berkala, PR berupaya untuk mempengaruhi opini karyawan dengan tujuan untuk memoles citra perusahaan. Melalui kegiatan-kegiatan menulis, PR diharapkan menginformasikan organisasi dan kegiatannya secara apik agar citra organisasi di mata karyawannya menjadi tinggi dan tetap tinggi. Proses menulis dalam bentuk majalah internal dilakukan secara rutin, dari sebulan sekali sampai setahun sekali, dan meliputi topik-topik yang fokus pada visi dan misi majalah serta pencitraan yang positif sekaligus menjawab kebutuhan dari pihak karyawan sebagai pembacanya

#### **Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian**

Majalah internal suatu organisasi merupakan media untuk mengakomodasikan kebutuhan melakukan komunikasi antara organisasi dan karyawannya. Media ini perlu direncanakan, dipelihara, dan ditingkatkan sesuai kebutuhan kedua belah pihak. Oleh karena itu, perlu dikelola dengan baik agar citra yang diperoleh dari seluruh pihak yang terkait adalah positif. Pencapaian citra yang positif berawal dari produksinya yang terorganisir baik. Pengorganisasian yang baik ini akan menimbulkan konsistensi pada hasil maupun pada proses dan pada akhirnya mempertemukan harapan

pembaca dengan upaya organisasi. Upaya ini akan berujung pada terciptanya citra yang positif.

Untuk itu dirumuskan permasalahan sebagai berikut : bagaimanakah proses dan konsistensi produksi majalah internal Ditjen KPAII di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia? Dengan demikian, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui proses dan konsistensi produksi majalah internal Ditjen KPAII di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

##### **Media Internal**

Media internal merupakan sarana dalam sebuah organisasi baik pemerintah, swasta, bisnis maupun nirlaba yang dipublikasi untuk khalayak internalnya. Gassing dan Suryanto (2016) mengatakan bahwa media internal berisi segala informasi yang dirasa perlu untuk dibagi oleh manajemen ke khalayak internalnya dan juga dari khalayak internal kepada manajemennya.

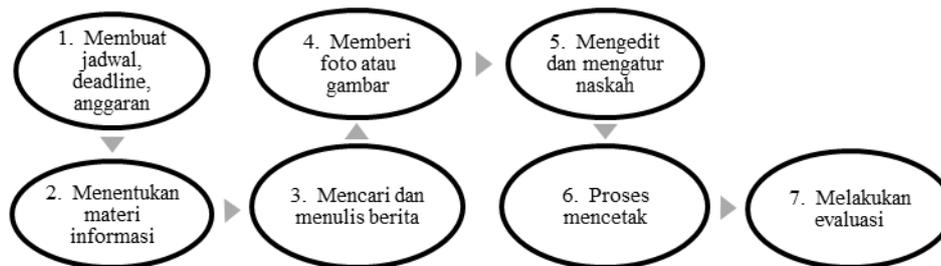
Banyak organisasi yang merasa perlu membagi informasi-informasi tentang kegiatannya pada para khalayak internal. Untuk melakukan hal tersebut, maka majalah internal adalah alat yang sering dipakai dengan tujuan agar pembaca, yang dalam hal ini para khalayak internal, mampu mendapatkan pemahaman yang positif tentang organisasi. Selain itu, menurut Hairunnisa (2015), majalah internal akan mampu membina loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Hal ini tercermin dalam hasil penelitian dari Ilmiyati (2010) tentang terciptanya pemahaman yang lebih baik dari karyawan bank PT

Mandiri (Persero) Tbk. cabang Solo Sriwedari terhadap perusahaannya.

### Proses Produksi Majalah Internal

Produksi sebuah majalah internal memiliki beberapa tahapan

yang perlu dipertimbangkan dan dilakukan. Kriyantono (2012) mengajukan 7 langkah yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 : Langkah Produksi Majalah Internal (sumber: Kriyantono)

Proses pertama adalah langkah yang mematangkan konsep awal. Isi dari langkah ini adalah menentukan visi, misi, jadwal kerja, tenggat-tenggat waktu, anggaran, dan para penanggung jawab. Selanjutnya, apa yang telah ditentukan akan dijadikan sebuah komitmen untuk mempersembahkan bentuk akhir di setiap penerbitan. Pola ini akan diterapkan pada produksi di setiap terbitan selanjutnya, dengan demikian terbitan-terbitan selanjutnya itu memberi kepastian komitmen organisasi melalui tim redaksinya terhadap pemangku kepentingan.

Langkah kedua yaitu menentukan materi informasi. Langkah ini juga perlu dikonsepsi pada saat inisiasi karena disini ditentukan siapa yang dijadikan khalayak sasarannya, apa yang cocok disajikan pada khalayak yang memiliki karakteristik tersebut, dan dengan demikian dapat ditentukan topik-topik atau rubrik-rubrik yang akan menjadi isi tiap terbitan (Bivins 2014)

Langkah ketiga berupa mencari dan menulis berita.

Kriyantono lebih lanjut menjelaskan bahwa ada 4 (empat) cara yang dapat dipakai untuk mendapatkan berita yaitu dengan sistem *beat*, sistem *tips* atau *follow up*, sistem *undangan*, dan sistem *penugasan*. Sistem *beat* adalah sistem yang menetapkan satu atau lebih orang di setiap bagian dalam perusahaan untuk mencari berita. Sistem *tips* atau *follow up* adalah sistem dengan cara menindaklanjuti sebuah informasi yang diterima redaksi menjadi sebuah artikel. Sistem undangan adalah cara yang dipakai jika redaksi meminta pihak lain untuk menulis artikelnya. Sistem penugasan adalah sistem pencarian berita dengan menunjuk anggota redaksi untuk mencari berita di wilayah kerja lain.

Langkah keempat adalah memberi ilustrasi berupa foto atau gambar yang menarik. Fungsi dari ilustrasi ini adalah untuk membuat halaman menjadi menarik dan tidak melelahkan karena monotonnya teks. Bivins (2014) berpendapat bahwa ilustrasi yang dipakai harus cukup besar untuk dapat dilihat dan dibaca dengan jelas.

Langkah kelima adalah melakukan proses edit naskah dan mengatur *layout* halaman. Pada langkah ini, penanggung jawab perlu memperhatikan semua elemen disain agar informasi yang utama tetap tertangkap, agar pembaca terbantu dalam mencari informasi utama di tengah-tengah segala uraian dalam artikel, dan agar pembaca terbantu untuk langsung menemukan isi utama.

Anderson (2007) mengemukakan 6 (enam) elemen disain yang perlu diperhatikan yaitu 1) teks, 2) judul, 3) grafik, tabel, foto, dll, 4) *white space*, 5) nomor halaman, 6) fitur fisik.

Penggarapan teks sebagai elemen pertama menuntut penggunaan kalimat dan alinea dengan baik sehingga dapat membedakan ide dan membuat pembaca mudah mengikuti alur pemikiran penulis. Elemen kedua yaitu judul, mengharuskan adanya penentuan *headline* yang cocok dan menarik serta *subheadline* yang mampu memberi gambaran singkat tentang artikel di bawahnya agar pembaca dapat menentukan sikap apakah akan terus membaca atau tidak. Pemuatan grafik, tabel, foto, dll, sebagai elemen ketiga, perlu ditentukan untuk mendukung data deskriptif dan membantu pembaca memahami narasi tulisan dengan lebih baik karena ilustrasi visual biasanya lebih cepat dicerna.

*White Space* atau area kosong yang dimaksud dalam elemen keempat adalah perlunya ada bagian dari sebuah halaman yang tidak diisi oleh tulisan atau ilustrasi. Kegunaannya adalah untuk tidak melelahkan mata pembaca sehingga ada data yang terabaikan. Selain itu

gunanya adalah untuk memisahkan bagian-bagian dari artikel. Area kosong ini harus dimunculkan secara proporsional pada setiap halaman. Elemen kelima yaitu penomoran halaman perlu ditentukan posisinya semenjak edisi perdana. Bisa diletakkan di atas - pojok kiri atau kanan - atau di bawah - pojok kiri atau kanan. Peletakan ini harus konsisten di setiap terbitan.

Elemen keenam yaitu fitur fisik adalah hal-hal yang ada kaitannya dengan bentuk fisik majalah termasuk ukuran majalah dan ukuran kertas yang dipakai, jenis kertas, jumlah halaman, serta gaya pencetakan (*glossy, dof, laminated, embossed, engrave*). Penentuan ini erat kaitannya dengan biaya cetak dan akan mempengaruhi anggaran.

Langkah keenam merupakan proses pencetakan yang melibatkan proses pewarnaan, pemotongan, pencetakan, pelipatan, penjilidan dan jadwal cetak. Proses ini dilanjutkan dengan proses pengemasan dan distribusi ke khalayak yang dituju. Distribusi kepada pembaca dapat ditangani sendiri agar sampai langsung kepada pembaca. Dapat pula dilakukan melalui jasa kurir jika jangkauannya jauh (Sopian : 2016).

Langkah ketujuh adalah mengevaluasi penerbitan. Langkah terakhir ini selain melibatkan penilaian editor sebagai penanggungjawab penerbitan terhadap isi dan proses, juga melibatkan respons pembaca tentang terbitan tersebut. Upaya ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat menghasilkan terbitan berikut yang lebih baik.

### **Konsistensi Proses**

Penampilan suatu majalah internal pada saat terbit akan

memegang peranan penting dalam memenuhi harapan pembaca dan pada akhirnya menentukan citra organisasi. Untuk itu, menurut Jefkins (2004), perlu upaya menjaga konsistensi di setiap terbitannya.

Konsistensi dalam hasil terbitan melibatkan konsistensi dalam seluruh proses. Dengan kata lain, jika dalam proses disebutkan ada 7 langkah, maka masing-masing dari proses tersebut perlu memiliki konsistensi dari satu terbitan ke terbitan berikut.

Yang primer, dan paling jelas serta pertama dirasa oleh pembaca, adalah konsistensi dalam hal-hal yang bersifat visual dan tercermin dari hasil cetak. Termasuk di dalamnya adalah penerapan gaya, format, layout dan penggunaan semua elemen desainnya. Pemilihan bentuk, ukuran kertas, jenis kertas, jumlah halaman yang tetap dari satu terbitan ke terbitan berikut juga akan menguatkan konsistensi dalam fitur fisik. Selain itu, gaya pencetakan bagian-bagiannya, misalnya *embossed* untuk judul, *glossy* untuk foto, dll, akan pula membantu memperkuat konsistensi fitur ini.

Hal kedua dalam disain adalah penomoran halaman. Jika diletakkan di posisi yang konsisten maka akan membuat pembaca mudah mencari halaman yang ia ingin dan ini perlu dipertahankan dari satu terbitan ke terbitan berikut. Penerapan *white space* (area kosong) dalam satu halaman membuat mata pembaca tidak terbebani dengan padatnya halaman. Untuk *white space*, peletakkannya tidak perlu persis sama dari satu halaman ke halaman lain, namun harus selalu dibuat proporsional.

Unsur konsistensi lain, yang sifatnya sekunder, ada pada proses produksi khususnya penerapan pada proses pertama yaitu menerapkan visi, misi, jadwal kerja, tenggat-tenggat waktu, anggaran, dan para penanggung jawab jadwal. Selain itu juga ada pada proses kedua, menentukan materi informasi; proses keempat memberi ilustrasi; proses kelima yaitu mengedit; dan proses ketujuh yaitu mengevaluasi.

Perlu dicatat pula bahwa editor atau penanggungjawab memiliki hak untuk merubah suatu konsistensi, baik disain maupun proses, dimana perlu. Misalnya jika diperkirakan sudah tidak sesuai dengan harapan pembaca, atau jika dirasa perlu untuk menyesuaikan dengan trend yang ada, atau juga jika mendapat masukan dari pengelola organisasi. Namun, konsistensi secara umum perlu dipertahankan karena menyangkut kenyamanan membaca. Jika konsistensi tidak ada maka ciri khas terbitan akan hilang dan bisa jadi persepsi terhadap komitmen dan tanggungjawab pengelola berkurang.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode dalam penelitian yang dipakai adalah metode kualitatif dengan alat pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan terhadap nara sumber yang berposisi sebagai staf bagian Hukum dan Kerjasama di bagian Sekretariat Direktorat Jenderal Ketahanan dan Pengembangan Akses Industri Internasional (KPAII) pada Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Observasi dilakukan terhadap dua edisi majalah Going

Globally yang terbit di tahun 2017 (nomor 1 dan nomor 2).

Analisis dilakukan dengan cara deskriptif, yakni mendeskripsikan proses yang dijalankan staf Hukum dan Kerjasama dalam memproduksi majalah *Going Globally* milik KPAII, serta hasil produksinya yang berupa majalah 2 (dua) edisi. Proses penelitian dimulai dari sebuah masalah, kemudian melalui observasi dan wawancara didapatkan data yang selanjutnya dianalisa untuk kemudian ditarik kesimpulannya.

#### **HASIL & ANALISIS DATA** **Proses dan Konsistensi dalam** **Produksi Majalah *Going Globally***

Di Direktorat Jenderal KPAII (Ketahanan dan Pengembangan Akses Industri Internasional), Kementerian Perindustrian, pembuatan majalah internal dikelola oleh bagian Hukum dan Kerjasama karena salah satu uraian tugasnya mengatakan bahwa ia bertanggung jawab atas pelaksanaan administrasi kerja sama dan hubungan masyarakat di bidang industri agro. Majalah yang dikelolanya berjudul *Going Globally* yang terbit dua kali dalam setahun yaitu setiap bulan Juni dan November. Majalah ini berisi artikel-artikel yang ditulis tim redaksi dengan kisaran topik kegiatan di lingkup KPAII (ketahanan industri, akses pasar industri internasional, sumber daya industri dan promosi internasional)

Tim redaksi menjalankan semua proses sesuai teori yakni mengkonsep pola terbitan, kemudian melalui rapat redaksi menentukan materi sesuai visi dan misi majalah, setelah itu mengumpulkan ilustrasi yang sesuai, menyerahkan pada

pihak ketiga yaitu CV Media Relasi yang merupakan pihak eksternal untuk menjalankan pencetakan dan layout. Proses edit naskah majalah dilakukan oleh tim beserta pihak ketiga sebelum pencetakan final terjadi. Setelah distribusi maka proses terakhir adalah mengevaluasi majalah yang sudah terbit melalui rapat redaksi.

Proses pertama yakni menentukan konsep awal dilakukan sebelum penerbitan perdana. Edisi tahun 2017 ini bukanlah terbitan perdana, sehingga tim redaksi hanya menjalankan kegiatan yang bersifat rutin saja. Oleh karena itu proses pertama untuk edisi tahun 2017 berupa rapat redaksi dan penentuan kegiatan apa saja yang akan diliput, siapa yang meliput dan bagaimana penyajiannya. Dengan demikian, proses ini sekaligus melibatkan proses kedua yakni menentukan materi informasi.

Dari sisi konsistensi proses, tim sudah menjalankan kegiatan yang konsisten dari satu terbitan ke terbitan lain. Pola awal sudah terbentuk dalam perumusan visi, misi, jadwal kerja, dan anggaran. Proses rutin berbentuk pertemuan berkala di awal penerbitan untuk membicarakan konten majalah dan berjalan secara konsisten.

Proses ketiga yakni mencari dan menulis berita dikerjakan secara rutin dan konsisten. Terbitan tahun 2017 menggunakan tiga diantara 4 cara yang diungkapkan teori. Tim redaksi mendapat berita dengan cara sistim *tip & follow up* yakni mendapatkan informasi kegiatan melalui edaran untuk selanjutnya menugaskan tim untuk meliput. Sistem undangan terjadi pula ketika ada pihak internal diluar KPAII yang

dapat diundang untuk menuliskan artikel. Sistem ketiga yaitu penugasan langsung merupakan sistem yang terjadi ketika tim redaksi menugaskan anggotanya untuk meliput sebuah kegiatan. Dari sisi konsistensi proses, penerapan cara mencari berita terjadi karena memang dilakukan untuk setiap penerbitan. Cara mencari dan menulis berita yang diungkap teori ada 4. Keempatnya dapat dipakai semua tapi dapat juga dipakai hanya sebagian. Semua ditentukan dalam pertemuan awal sebelum penerbitan ketika tim membahas konten majalah.

Proses keempat adalah menentukan ilustrasi berupa foto, tabel, grafik dll untuk menunjang narasi deskriptif setiap artikel. Karena majalah ini bersifat formal dan artikel-artikelnya cukup serius maka redaksi merasa perlu menambahkan ilustrasi-ilustrasi untuk mempertahankan ketertarikan pembaca dalam mendalami setiap artikelnya. Konsistensi proses terjadi karena di setiap penerbitan terdapat cukup banyak ilustrasi. Tidak ada penerbitan yang luput dari pembubuhan ilustrasi.

Proses kelima yaitu pengaturan naskah dalam arti penerapan elemen desain seperti teks, judul, ilustrasi, *white space*, nomor halaman, dan fitur fisik. Secara mayoritas terlaksana kecuali untuk *white space*.

Dari analisa hasil observasi terhadap kedua edisi tahun 2017, diperoleh kesimpulan bahwa area kosong yang disarankan untuk dipertimbangkan menurut teori, tidak terlalu banyak diterapkan. Mayoritas halaman terpadati dengan ilustrasi dan narasi secara maksimal sehingga

tidak dapat lagi dimasukkan *white space*. Hal ini membuat penerapan *white space* belum maksimal dan proporsional. Mengingat isi majalah bersifat formal dan serius maka penerapan *white space* menjadi penting bagi kenyamanan pembaca.

Ada beberapa kemungkinan solusi untuk mengatasi hal ini. Kemungkinan pertama berupa penambahan frekuensi terbit, dari dua kali menjadi 3 kali setahun. Upaya ini memungkinkan dispersi berita secara lebih berimbang, tidak memaksakan isi pada dua terbitan. Namun tentu saja hal ini akan memperbesar anggaran pencetakan.

Kemungkinan lain dapat berupa pemadatan narasi. Untuk hal ini diperlukan kepiawaian dalam menulis artikel yang bersifat padat, singkat namun tetap informatif dan menarik. Untuk mengakomodasi kebutuhan ini biaya tambahan akan berupa pengiriman tim redaksi ke pelatihan *professional journalism writing*. Pelatihan hanya akan sekali mengeluarkan biaya namun dapat meningkatkan keterampilan tim redaksi dalam menulis, jika memang itu sesuai dengan situasi di KPAIL.

Proses keenam berupa penuangan naskah artikel ke dalam *grid* (kolom) sesuai konsep awal dan dilakukan oleh pihak konsultan, sekaligus pencetakannya. Tim redaksi memonitor dan memastikan bahwa proses tidak mengurangi atau merubah isi. Hal ini dilakukan untuk semua terbitan sehingga dari sisi proses hal tersebut telah terjadi secara konsisten.

Setelah pencetakan selesai, maka distribusi dilakukan dengan pengiriman secara langsung ke empat Direktorat Jenderal di lingkungan kementerian Perindustrian. Kepada

pihak internal lain yang berlokasi di luar gedung kementerian, pendistribusian terjadi melalui jasa kurir yaitu kepada 22 kepala balai besar industri, balai riset dan standardisasi industri, 7 kepala balai diklat industri, dan kepada 18 direktur sekolah tinggi, akademi dan sekolah menengah industri di seluruh nusantara.

Untuk tahun 2017, edisi nomor 1(satu) berjalan dan selesai sesuai target yakni terbit di bulan Juni. Namun untuk edisi nomor 2 (dua) yang sedianya diterbitkan di bulan November, ternyata sempat tertunda 1-2 bulan. Kendala yang menyebabkan tertundanya terbitan ini adalah penambahan beban tugas yang tak dapat dihindari pada tim redaksi sehingga terpaksa proses koreksi naskah tertunda.

Kendala di atas merupakan salah satu *inconsistency* (tidak konsisten) yang terjadi dalam proses. Jadwal kerja menjadi tidak sesuai dengan rencana rutin dan mengakibatkan keterlambatan tiba di tangan pembaca. *Inconsistency* ini perlu dihindari mengingat besarnya kemungkinan bahwa majalah ini dinanti dan dibutuhkan oleh pembaca. Jika terjadi, maka penilaian pembaca terhadap komitmen awal redaksi, yakni terbit pada bulan-bulan tertentu, bisa berubah. Bisa juga timbul ketidakpuasan pembaca.

Proses terakhir yaitu tahap evaluasi dilakukan oleh tim sebatas pelaporan pada saat rapat pembuatan majalah edisi berikut. Sangat disayangkan bahwa tahap evaluasi ini tidak melibatkan *feedback* pembaca seperti yang diungkapkan dalam teori. Respons, akan menjadi menarik ketika terjadi keterlambatan penerbitan seperti yang terjadi di

edisi nomor 2 (dua) tahun 2017. Tanpa adanya data dan pemahaman terhadap reaksi pembaca atas keterlambatan ini maka, redaksi tidak memiliki kekuatan untuk meningkatkan komitmen dalam menjaga konsistensi dari proses pencetakan dan pendistribusian. Tentu saja ada kemungkinan bahwa keterlambatan tidak berpengaruh negatif sehingga langkah rutin untuk penerbitan berikut dapat dijalankan seperti biasa. Namun, jika keterlambatan mempengaruhi kepuasan pembaca, maka akan besar dampaknya di masa yang akan datang. Dalam hal ini, konsekuensinya adalah penambahan SDM saat terjadi beban kerja tambahan; atau adanya pengaturan kembali struktur kerja tim redaksi untuk mengantisipasi adanya beban kerja tambahan.

Perlu adanya evaluasi berbentuk masukan dari pembaca pernah dilakukan dalam penelitian terhadap efektivitas majalah internal Warta Keluarga (Utami 2012). Dari pembaca, Utami menyimpulkan bahwa majalah Warta Keluarga Jarum ternyata cukup efektif dan memenuhi tujuannya yaitu meningkatkan awareness karyawan terhadap informasi perusahaan, meningkatkan pemahaman karyawan terhadap informasi, dan menumbuhkan rasa kekeluargaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Sebuah media cetak, walaupun untuk konsumsi pihak internal yang notabene lebih sempit daripada media massa, perlu menerapkan proses produksi yang konsisten. Konsistensi yang perlu diperhatikan adalah konsistensi

dalam desain dan format, serta konsistensi dalam setiap proses dari perencanaan sampai evaluasi.

Konsistensi dari desain dan format menjamin kenyamanan membaca ditengah-tengah keberagamain isi bacaan. Konsistensi dalam menerapkan setiap langkah produksi akan menjaga citra komitmen penerbit terhadap pembacanya.

KPAII sudah menunjukkan sebagian besar dari konsistensi ini berdasarkan analisa terhadap terbitan nomor 1 dan 2 tahun 2017. Proses penentuan isi artikel, proses pencarian dan penulisan berita, proses desain, layout dan format, serta proses revisi naskah.

Bagian yang ditemukan tidak konsisten adalah pada salah satu elemen desain. Terlihat tidak konsisten terhadap teori tentang minimnya *white space* yang dimuat. Tidak konsisten juga ditemui dalam proses pencetakan terutama di edisi 2 karena terbitnya tertunda 1-2 bulan.

Selain itu juga ditemui bahwa proses evaluasi tidak konsisten dengan teori karena karena tidak adanya proses *feedback* pembaca.

### **Saran**

Untuk masa yang akan datang disarankan agar lebih konsisten dalam jadwal penerbitan agar citra komitmen penerbit terhadap pembaca dapat dijaga. Konsistensi dengan teori juga perlu lebih tuntas terutama dalam hal penerapan *white space* dan evaluasi dari pembaca.

Penelitian ini membuka kemungkinan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk penyebaran angket kepuasan pembaca guna memperkaya hasil evaluasi. Dengan kegiatan ini, tim redaksi dapat melakukan evaluasi pendapat pembaca secara berkala sehingga edisi-edisi yang akan datang dapat mengakomodasi masukan dan harapan pembaca.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anderson, Paul V. (2007). *Technical Communication: A Reader-Centered Approach 6th Edition*. Boston. Thomson Wadsworth
- Bivins, Thomas H. (2014). *Public Relations Writing – The Essentials of Style and Format – 8th Edition*. New York. McGrawHill International
- Gassing, Syarifuddin S dan Suryantoro (2016). *Public Relations*. Yogyakarta, ANDI
- Hairunissa. (2015). *Public Relations*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Ilmiyati, Nyayu Ade. (2010). *Penggunaan Media Internal dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Studi Korelasi Penggunaan Majalah Mandiri dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Solo Sriwedari*. <http://eprints.uns.ac.id/4743/1/143201208201002471.pdf&ved>
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations, 5th Edition*. Alih bahasa : Haris Munandar. Ciracas. Penerbit Erlangga
- Kriyantono (2012). *Public Relations Writing*. Jakarta. Kencana Prenada Media.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Seitel, Fraser P. (2016). *Praktik Public Relations Edisi 12*. Alih Bahasa : Shinta Puspita Sari. Ciracas. Penerbit Erlangga
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing: Konsep, Teori, Praktik*. Jakarta. Gramedia Widayarsana Indonesia.
- Utami, Nur Dinna. (2012). *Efektivitas Majalah Internal Warta Keluarga Jarum sebagai Wahana Komunikasi Internal Perusahaan*. [www.skpm.ipb.ac.id](http://www.skpm.ipb.ac.id). Vol.7