

EKSISTENSI MEDIA INTERNAL SEBAGAI ALAT KEHUMASAN (STUDI KASUS MAJALAH EMPATI PSMP TODDOPULI MAKASSAR)

Oleh : A.Fauziah Astrid
Dosen Ilmu Jurnalistik UIN Alauddin Makassar
Email : perfeksionis@yahoo.com

Abstract

Kehadiran media internal menjadi perpanjangan tangan sebuah instansi swasta maupun negeri. Keberadaan media internal seperti Majalah Empati di PSMP Toddopuli Makassar sejak 2010 memperlihatkan eksistensi media cetak. Pengelola majalah mampu mempertahankan eksistensi karyanya dengan melihat pembaca, quantity, frequency, policy, title, proses percetakan, style, free issue or cover price, iklan, distribusi. Selain itu, konten dari sebuah majalah walaupun isinya terbatas pada pemberitaan institusi, tetapi isi atau konten dari media internal menjadi pilihan pembaca untuk melanjutkan membaca atau tidak.

Keywords :

Komunikasi, public relations, media internal

I. Pendahuluan

Kalimat bahwa manusia tidak bisa tidak berkomunikasi menjadi dasar dari perilaku manusia untuk terus melanjutkan proses komunikasi. Manusia seiring waktu, kemudian berkreasi menciptakan alat komunikasi. Manusia mencari cara mempermudah komunikasi antar manusia dengan memotong jalur waktu dan tempat. Setiap profesi dan lembaga tak pernah mengabaikan proses komunikasi. Penggunaan istilah komunikasi selain menjadi fenomena sosial, juga menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri¹.

Pada proses komunikasi yang berlangsung, ada berbagai macam bidang komunikasi, yaitu komunikasi sosial, komunikasi organisasi, komunikasi bisnis, komunikasi politik, komunikasi internasional, komunikasi antarbudaya, komunikasi pembangunan, dan komunikasi tradisional². Sedangkan pada bidang konsentrasi akademik, komunikasi paling sering dibagi menjadi lima bagian, yaitu Jurnalistik, Public Relations atau Kehumasan, Komunikasi Penyiaran (Broadcasting), Komunikasi Periklanan atau advertising, dan Komunikasi Murni.

¹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Cet. 3; Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 27

²Ibid

Salah satu yang paling digandrungi saat ini adalah Public Relations atau Kehumasan. Hampir semua instansi swasta maupun pemerintah memiliki sub unit bernama Public Relations. Orang-orang yang menjadi bagian dari sub unit ini pun harus memiliki banyak keahlian dalam bidang komunikasi. Mereka harus pandai menjalin dan membina hubungan baik dengan pihak internal instansi maupun dengan pihak eksternal instansi.

Seorang Public Relations juga memiliki tanggung jawab untuk menaikkan reputasi dan menjaga nama baik perusahaan. Makanya, seorang PR harus memiliki kemampuan yang baik untuk menyajikan citra sebuah perusahaan kepada masyarakat atau publik.

Seperti yang disampaikan Dr Jacky Mussry, Senior Vice President and Chief Operating Office Marplus dalam Kompas Female, Senin (15/12/2014) bahwa syarat PR yang baik yang paling penting adalah punya pikiran yang terbuka, atau *open minded*³. Kemudian, Dr Jacky mengatakan, seorang PR tidak boleh takut dalam bergaul dan tidak boleh menutup diri. Sebab, jika demikian, tentunya Anda akan sangat kesulitan menjalani karier sekaligus mengaktualisasi diri di ranah karier PR atau humas. Syarat berikutnya yang menurut Dr. Jacky sangat penting sebagai bekal menjadi seorang PR yang baik adalah berani untuk berbicara langsung atau *direct*, memiliki inisiatif yang baik, berani mengambil risiko, dan berpikir kreatif.

Pekerjaan PR tidak hanya dikerjakan sendiri dalam sebuah lembaga. Karena berbentuk sebagai sebuah sub unit, maka Humas bisa bekerja sebagai sebuah tim. Bisa terdiri dari 4-5 orang. Masing-masing akan memiliki peran yang penting. Salah satu lembaga yang memiliki sub unit humas yaitu PSMP Toddopuli Makassar atau Panti Sosial Marsudi Putra.

Panti sosial milik Kementerian Sosial Republik Indonesia ini dibangun tahun 1998-1999 dan mulai dioperasikan pada tahun 2000. Hal ini dimaksudkan guna menyikapi perkembangan permasalahan anak yang eksistensinya semakin bertingkat setiap tahunnya atau yang lebih dikenal sebagai Anak Berhadapan Hukum (ABH). Peraturan Menteri Sosial RI No. 106/HUK/2009 tanggal 30 September 2009 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Panti Sosial di Lingkungan Kementerian Sosial, menjadi dasar legalitas operasional PSMP Toddopuli Makassar. Berdasarkan Surat Edaran Nomor: 254/RS-KS02/PR.00.01/07/2014

³ <http://lifestyle.kompas.com/read/2014/12/17/080000020/Seorang.Public.Relation.yang.Baik.Tak.Cuma.Modal.Tampang.tapi>. Akses 3 Maret 2017

tanggal 02 Juli 2014 tentang Penetapan Wilayah Jangkauan Pelayanan Unit Pelaksana Teknis Kementerian Sosial RI, bahwa PSMP Toddopuli memiliki jangkauan wilayah pelayanan yang meliputi Pulau Sulawesi, Maluku, Nusa Tenggara Timur dan Papua⁴.

PSMP Toddopuli yang terletak di Salodong Kelurahan Untia Kecamatan Biringkanaya Makassar dalam mengenalkan instansinya juga menggunakan sub unit Humas. Mereka dalam mempromosikan lembaganya, menggunakan berbagai media. Selain mengelola website dan akun media social facebook, mereka juga memiliki media internal bernama Majalah Empati.

Komunikasi internal berbentuk majalah atau bulletin rutin memiliki manfaat yang melancarkan saluran komunikasi. Sejak 2010, secara rutin majalah Empati diterbitkan hingga sekarang (2017). Pemilihan media internal dalam bentuk majalah memperlihatkan eksistensi perwajahan media cetak masih dibutuhkan di tengah tumbuh suburnya pengelolaan media online dan audiovisual. Majalah Empati menjadi perpanjangan tangan PSMP Toddopuli Makassar untuk menjangkau publik eksternal yang belum terlalu menyentuh media online.

II. Pembahasan

Kehadiran media internal dalam sebuah organisasi khususnya sebuah perusahaan mempermudah komunikasi dari perusahaan ke karyawan atau khalayak di luar lembaga. Ada empat bentuk media yang dapat digunakan sebagai media internal⁵, yaitu :

1. Lisan

Dapat berupa morning briefing, rapat, diskusi atau cerama. Untuk morning briefing biasanya membahas mengenai pekerjaan ataupun masalah yang terjadi kemarin.

2. Tertulis

Dapat berupa : surat, brosur, company profile, bulletin, dan majalah. Untuk jenis tertulis paling banyak digunakan karena dianggap paling efektif seperti : bulletin dan majalah. Majalah perusahaan yaitu majalah untuk karyawan dan majalah untuk customer. Seiring perkembangan teknologi, maka media-media tersebut sekarang dilakukan secara elektronik, seperti e-bulletin dan e-magazine.

⁴ <http://toddopuli.kemsos.go.id/> Akses 2 Maret 2017

⁵ <http://pelatihanhumas.com/beberapa-jenis-media-internal/> akses 3 Maret 2017

3. Elektronik

Lebih hemat biaya, karyawan malas membuka, tidak bisa disimpan dalam jangka waktu lama.

4. Konvensional

Bisa disimpan dalam waktu lama. Biaya mahal.

Media internal juga mengemban fungsi-fungsi komunikasi massa. Media internal, sekalipun diterbitkan untuk kebutuhan khalayak tertentu, tetapi tetap melingkupi fungsi komunikasi massa. Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C Whitney (1988) ⁶ yaitu to inform (menginformasikan), to entertain (memberi hiburan), to persuade (membujuk), dan transmission of the culture (transmisi budaya).

Sementara itu fungsi komunikasi massa menurut John Vivian dalam bukunya *The Media of mass Communication* (1991) ⁷ disebutkan; (1) providing information, (2) providing entertainment, (3) helping to persuade, dan (4) contributing to social cohesion.

Sesuai dengan fungsi tadi, kebutuhan media internal dalam sebuah lembaga swasta atau pemerintah merujuk pada fungsi menginformasikan dan transmisi budaya. Pada poin informasi, media internal memberikan kontribusi untuk memberikan penjelasan terkait lembaga yang dibantunya, memberikan informasi secara umum terkait kebutuhan segmentasinya, dan memberikan informasi secara khusus terkait program kerja yang telah atau tengah dilaksanakan oleh lembaga. Terkait transmisi budaya, sebuah media internal bisa memuat tata cara atau etika, hokum, atau bahkan aturan yang berlaku di dalam lembaganya. Sikap dan perilaku yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan, juga dituangkan pada fungsi transmisi budaya.

Media internal, seperti yang disampaikan praktisi humas, Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, AIPR, menyebutkan secara umum bahwa media internal menjadi salah satu sarana komunikasi, yang dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi dari suatu organisasi kepada khalayak⁸. Cara ini dilakukan dalam bentuk menjalin komunikasi

⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Cet. 2; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 64

⁷ ibid

⁸ <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/komunikasi-melalui-media-internal/> akses 3 Maret 2017

dengan pihak terkait untuk mendapat dukungan dari publik atau *stakeholdersnya* sesuai dengan harapan pimpinan atau pengelola suatu organisasi. Maka idealnya, sebuah media internal harus memuat informasi yang bersifat positif, baik dari sisi ilmu, citra lembaga, dan informasi umum.

Majalah Empati dilahirkan untuk mendukung citra positif PSMP Toddopuli Makassar. Sebagai lembaga yang merehabilitasi perilaku Anak Berhadapan dengan Hukum (ABH), PSMP Toddopuli kerap kali mendapat tanggapan negatif dari masyarakat. Padahal PSMP Toddopuli dihadirkan untuk membantu agar anak bisa kembali menjadi berperilaku, bertindak, dan bertutur yang baik.

Majalah Empati hadir sejak 2010, dimana sepuluh tahun sejak keberadaan PSMP Toddopuli Makassar. Kehadiran majalah Empati menjadi perpanjangan tangan dari lembaga ini. Telah terdaftar dan memiliki ISSN (International Standar Serial Number), majalah Empati terbit berkala tiap tahun. Hingga saat ini, majalah Empati telah memasuki edisi yang ke-15. Terbitannya minimal dua kali setahun. Terdiri dari 52 halaman, majalah Empati memiliki beberapa rubrikasi.

Dari sisi halaman 1,2,51, dan 52 merupakan halaman cover. Pada halaman tersebut, biasanya disajikan Sampul majalah dan tiga iklan sosial yang berhubungan dengan anak atau Kementrian Sosial. Halaman 3 menyajikan Susunan Redaksi dan Dari Redaksi. Isi rubrik. ‘Dari Redaksi’ merupakan pengantar yang dipadukan dengan opini pengelola majalah. Halaman 4 merupakan Daftar Isi yang memuat beberapa nama rubrik disertai foto kecil. Halaman 5 merupakan halaman ‘Komentor’, menyajikan empat komentar dari pembaca dan narasumber terkait keberadaan majalah Empati. Halaman 6-14 yaitu rubrik ‘Laporan Utama’. Sebanyak sembilan halaman digunakan untuk rubrik yang mengulas masalah seputar anak.

“Kami khususkan halaman laporan utama untuk mengulas kasus atau masalah seputar anak. Awal terbit, kami ulas tentang keberadaan PSMP Toddopuli Makassar, lalu edisi berikutnya kami bahas aturan tentang diversi,”⁹

Rubrik di halaman 15 bernama ‘Kreasi’. Halaman ini menghadirkan kreatifitas dan keterampilan yang ada di PSMP Toddopuli Makassar. Seperti Keterampilan Las, Komputer, Penjahitan, Otomotif, Elektronik, Tata Rias dan Meubel. Pembahasan ini dilakukan setiap

⁹ Wawancara dengan Afa, salah seorang editor majalah Empati. (Sabtu, 4 Maret 2017).

edisinya. Hingga kemudian PSMP Toddopuli memasukkan keterampilan lain yang berada di luar tujuh keterampilan tersebut.

“Terakhir karena sudah bahas tujuh keterampilan, kami pun bahas keterampilan hidroponik yang dilakukan para ABH dan juga keterampilan pengelolaan perikanan,”¹⁰

Rubrik Sosiana dimunculkan di halaman 16,17,44, dan 45. Rubrik Sosiana menampilkan semua kegiatan di PSMP Toddopuli Makassar seperti perayaan Hari Anak, Pendampingan Luar, PPL ABH, kegiatan keagamaan, dan lain sebagainya.

Rubrik People berada di halaman 18 dan 19. Rubrik ini merupakan cerita dan profil tentang orang-orang yang berada di PSMP Toddopuli Makassar. Seperti para pekerja sosial, pegawai PSMP Toddopuli Makassar dan alumnus dari PSMP Toddopuli Makassar. Mereka menceritakan suka duka berada di PSMP Toddopuli Makassar.

Halaman 20-25 merupakan rubrik aturan yang menyajikan peraturan berupa undang-undang yang berhubungan dengan anak.

“Kami pernah muat UU Sistem Peradilan Pidana Anak, kemudian ada juga Perda Makassar yang mengatur tentang perlindungan anak. Isinya memang difokuskan kepada peraturan agar masyarakat tahu tentang aturan terkait anak,”¹¹

Halaman 26,28,29 merupakan halaman untuk rubrik ‘Empatizer’, yaitu rubrik opini yang ditulis oleh para pegawai PSMP Toddopuli atau penulis luar yang bertemakan anak dan perempuan. Halaman 26 biasanya diisi oleh penulis Humas dan halaman lainnya diisi dari praktisi dan pemerhati anak.

Halaman 27 menampung rubrik ‘Internasional’, yaitu tulisan tentang kasus anak yang ada di dunia. Misalnya kasus pernikahan dini di daerah Cina, kasus kekerasan anak di India, dan sebagainya. Satu halaman tersebut memuat dua tulisan atau berita.

Halaman 30-31 memuat rubrik ‘Anakita’, yang merupakan tulisan atau artikel tentang anak. Di halaman tersebut, ulasan dikhususkan tentang anak, misalnya pola asuh anak, atau kecanduan anak terhadap sesuatu. Tulisan tidak hanya mengulas kasus, tetapi juga membantu memberikan solusi.

¹⁰ ibid

¹¹ ibid

Halaman 32-33 merupakan halaman untuk rubrik ‘Riset’, yaitu tulisan berupa penelitian yang telah diterbitkan sebelumnya di jurnal atau penelitian mahasiswa.

“Biasanya kita ambil di jurnal yang terbuka dan mencantumkan nama narasumber, dan sumber websitenya. Dulu kami mengambil di jurnal kesejahteraan sosial tetapi sejak jurnalnya beralih ke dalam bentuk online, maka kami kemudian mengambil tulisan di online,”¹²

Halaman 34-35 menghadirkan rubrik bernama ‘Gender’. Rubrik ini memuat isu-isu perempuan dan kesetaraan gender. Misalnya mengangkat perayaan Kartini atau Hari Ibu tetapi mengulas kegiatannya bukan sisi seremonialnya. Pada halaman 36-27 memuat rubrik ‘Komunitas’. Rubrik ini mengangkat profil komunitas yang peduli kepada anak dan perempuan yang ada di Sulawesi Selatan khususnya Makassar.

Halaman 38,39 dan 46,47 merupakan halaman dengan isi ‘Wawancara Khusus’. Ada dua orang yang diwawancarai. Satu dari PSMP Toddopuli Makassar terkhusus pejabatnya seperti Kepala Panti, Kepala Program, dan lainnya. Sedangkan halaman 46-47 berisi wawancara khusus dengan pejabat tetapi dari luar PSMP Toddopuli Makassar.

Halaman 40 bernama ‘Sulsego’ berisi kegiatan seminar atau diskusi tentang anak dan perempuan yang berada di lingkup Sulsel atau dilakukan di Makassar. Halaman 41 bernama rubrik ‘Nasional’ yang menampilkan berita kegiatan kementerian Sosial di pusat. Biasanya, isi berita dikutip dari portal Ditjen Rehsos.

Halaman 42-43 berisi rubrik ‘Madeceng’ yaitu rubrik yang mengulas masalah kesehatan anak-anak dan perempuan. Halaman 48-49 memuat foto-foto kegiatan PSMP Toddopuli yang biasanya tidak cukup ditampilkan pada halaman Sosiana. Sekitar 9 foto di halaman dengan rubric ‘OnCamera’. Terakhir yaitu halaman 50 bernama ‘Review’ yang memuat buku-buku yang telah diresensi.

Selain penamaan rubrik tadi, majalah Empati juga mengatur perwajahan dengan bermain pada warna halaman. Halaman hitam putih dipersiapkan untuk rubrik yang tidak terlalu membutuhkan foto seperti halaman aturan, empatizer, dan internasional. Majalah empati tidak diperjualbelikan.

Keberadaan majalah Empati menurut Nur Alam S.Sos,M.Si selaku Kepala Tata Usaha yang menaungi sub unit Kehumasan PSMP Toddopuli Makassar bermula dari minimnya

¹² Wawancara dengan Afa, salah seorang editor majalah Empati. (Sabtu, 4 Maret 2017).

informasi sosial tentang anak pada waktu itu sementara anggaran juga terbatas untuk menjangkau daerah yang jauh.

“Sebagai informasi awal, majalah kami bagi stakeholder sudah memenuhi kebutuhan akan informasi. Karena di majalah kami juga memuat informasi tentang berbagai aktifitas anak secara luas,”¹³

Untuk area penyebarannya, dikhususkan ke Sulawesi, NTT, Ambon dan Papua. Walaupun belum menjangkau semua kabupaten kota. Para pembaca berasal dari kalangan Kementerian Sosial dan juga dibaca umum.

“Karena banyak juga kementerian dan lembaga yang lain juga menangani hal yang sama dengan kami walau berangkat dari sudut pandang yang berbeda tentang permasalahan anak dan Majalah Empati juga membahas hal-hal umum,”¹⁴

Kehadiran majalah Empati, secara khusus diperuntukkan untuk menambah pengetahuan para ABH. Majaah ini dirasakan sangat bermanfaat. Paling tidak, para ABH, orangtua ABH, dan juga Pekerja Sosial mendapatkan informasi tentang ABH dan cara penanganannya. Sehingga diharapkan anak ABH mendapatkan perlakuan yang baik sebagaimana anak yang lain dan memperoleh hak yang sama.

Majalah Empati tidaklah diperjualbelikan. Para orangtua atau wali dan sanak keluarga yang datang berkunjung disiapkan majalah di kantor. Mereka juga bisa membawa pulang majalah tersebut selama persediaan masih ada.

Selama Empati menjadi media internal, Humas merasakan ada pengaruh langsung terhadap kelancaran tugas mereka selaku Humas di PSMP Toddopuli. Selain membantu menghemat anggaran untuk biaya sosialisasi, Humas juga lebih gampang mengkomunikasikan hal-hal terkait kebutuhan ABH dan profil PSMP Toddopuli Makassar.

“Karena sudah informasi awal, jadi humas hanya melanjutkan dan menambahkan informasi yang dibutuhkan komunikan pada saat itu,”¹⁵

Prinsip Pengelolaan Media Internal

¹³ Wawancara dengan Nur Alam S.Sos, Kepala Tata Usaha menaungi Humas PSMP Toddopuli Makassar. (Sabtu, 4 Maret 2017).

¹⁴ ibid

¹⁵ Wawancara dengan Nur Alam S.Sos, Kepala Sub Bagian Tata Usaha menaungi Humas PSMP Toddopuli Makassar. (Sabtu, 4 Maret 2017).

Media internal memiliki beberapa prinsip pengelolaan. Menurut Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, AIPR, ada beberapa prinsip-prinsip pengelolaan media internal¹⁶. Yaitu : Pertama, pemilihan isu atau informasi aktual, yang menarik atau ‘dekat’ dengan kehidupan khalayak/pembaca. Disini, kata Prita, prinsip *proximity* menjadi acuan dalam penyajian informasi untuk pembaca. Pembaca akan tertarik membuka media itu, manakala potret dirinya atau yang terdekat dengan kepentingan, terekam/terwakili melalui media itu. Majalah Empati banyak memuat hal-hal yang proksimitasnya besar. Kegiatan para ABH dan juga kasus-kasus yang boleh jadi dialami ABH serta lokasi kejadian dan kebutuhan healing para ABH.

Kedua, penggunaan *pesan* atau bahasa untuk media internal harus jelas, menarik sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Pemakaian ilustrasi seperti gambar, foto dan sebagainya tentu akan mendukung daya tarik pembaca. Begitupun menyangkut *design*, termasuk *lay out*, jenis dan warna huruf yang digunakan, merupakan hal-hal yang mendukung daya tarik media internal. Hal yang sama telah diimplementasikan majalah Empati. Memuat lebih banyak halaman warna, menampilkan foto dengan ukuran yang besar, ukuran huruf yang bisa dibaca secara baik, dan juga menggunakan bahasa yang sederhana. Hal ini disesuaikan dengan pembaca majalah Empati yang juga terdiri dari anak berusia antara 7-17 tahun.

Ketiga, pengelolaan media internal pun harus mengindahkan atau mematuhi prinsip-prinsip etika jurnalistik, misalnya dalam pemakaian bahasa atau gambar yang sopan, yang tidak menyinggung perasaan atau prinsip kesusilaan. Majalah Empati juga memenuhi kaidah atau Kode Etik Jurnalistik yang dikeluarkan Dewan Pers. Pada pasal 5 berbunyi “Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan”. Majalah Empati tentu saja harus memuat foto-foto kegiatan para ABH yang merupakan korban, pelaku, dan saksi dari sebuah tindak kejahatan. Ketika mereka melakukan aktivitas di PSMP Toddopuli dan foto itu termuat di majalah Empati, maka foto mereka diblur atau mengambil gambar mereka dari arah belakang. Pemuatan nama mereka juga tidak secara utuh, biasanya hanya berupa inisial.

Keempat, konsistensi waktu penerbitan dan diperlukan dukungan tenaga pengelola media internal yang profesional. Majalah Empati sejauh ini berusaha untuk terbit dua kali setahun. Tetapi jika anggaran tidak memungkinkan, maka penerbitan hanya bisa dilakukan sekali

¹⁶ <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/komunikasi-melalui-media-internal/> akses 3 Maret 2017

setahun. Majalah Empati juga melibatkan tenaga profesional dari luar PSMP Toddopuli Makassar. Seperti tenaga desain grafis, editor, fotografer, dan reporter dari luar. Bahan-bahan yang berasal dari humas biasanya ditambahkan oleh para tenaga profesional ini.

Majalah Empati, juga melakukan bangunan saluran komunikasi yang disampaikan Silvia Rita Fitriani¹⁷. Pertama, majalah empati dimanfaatkan untuk membangun rasa memiliki dan bangga karyawan beserta keluarga mereka terhadap lembaga. Khususnya ketika mereka menjadi bagian dari berita yang dimuat dalam majalah atau bulletin internal. Beberapa pegawai PSMP Toddopuli Makassar yang profilnya termuat dalam majalah, biasanya akan meminta beberapa eksamplar untuk dibagikan kepada keluarga.

Kedua, majalah empati menjadi alat dokumentasi berbagai kegiatan, peristiwa, dan kebijakan lembaga dalam kurun waktu tertentu. Majalah Empati berfungsi sebagai arsip jika saja dokumentasi dalam bentuk cetak dibutuhkan.

Ketiga, majalah Empati juga menyebarkan berbagai informasi penting seputar aktivitas departemen atau unit. PSMP Toddopuli Makassar terdiri dari beberapa unit program. Semua program biasanya akan berkordinasi dengan Humas untuk dimuat hasil kegiatannya ke dalam majalah.

Media Internal atau yang dulunya disebut House Journal merupakan salah satu media bentuk kegiatan Public Relations. Tujuannya diarahkan pada pencapaian tujuan dari perusahaan/ lembaga itu sendiri dan membangun citra positif publik terhadap perusahaan/ lembaga dengan harapan untuk mendapat dukungan dari publik. Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh Public Relations dalam pembuatan *House Journal* (Jefkins, 1988:155-156)¹⁸.

Pertama, Readers (pembaca). Majalah Empati telah memahami dengan pasti siapa yang menjadi target atau sasaran pembacanya. Pembaca terkadang menentukan gaya dan isi penerbitan, dan pembaca telah mengenal serta memahami dengan seksama tentang penerbitan komersial. Majalah yang hadir dengan beragam jenis akan menarik pembaca yang lebih banyak. Untuk itu, majalah Empati tidak hanya menyajikan berita seputar kegiatan PSMP

¹⁷ Rita Fariani, Silviani *Panduan Praktisi PR*, (Cet. 1; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009), h. 25

¹⁸ Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, (Cet. 10; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 24-26

Toddopuli Makassar atau profil orang-orang yang berada di sana, tetapi juga memuat tentang tips, artikel kesehatan, serta berita nasional dan daerah setempat (Makassar).

Kedua, eksampar, tiras atau oplah. Jumlah tiras dari sebuah House Journal yang diterbitkan harus disesuaikan dengan jumlah konsumen. Tiras akan memengaruhi cara produksi, kualitas bahan dan isi. Majalah Empati yang terbit sebanyak 300 eksampar disesuaikan dengan budget atau anggaran yang disiapkan. Selain itu, jumlah para ABH yang masuk setiap tahunnya yang mencapai angka ratusan, juga disesuaikan dengan kebutuhan pengguna majalah. Majalah Empati tidak pernah dicetak lebih dari 1.000 eksampar untuk setiap edisi karena ditakutkan akan tidak terbagi dan terbuang.

Ketiga, frekuensi. Dari fasilitas dan biaya yang ada dapat diputuskan untuk menerbitkan sebuah House Journal dengan waktu edisi terbit, harian, mingguan, bulanan, atau dengan waktu yang jarang. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, Majalah Empati diterbitkan minimal dua kali setahun disesuaikan dengan anggaran dari Kementerian Sosial. Pernah dalam dua tahun sebelumnya, majalah diterbitkan hingga empat kali setahun karena anggaran yang dikucurkan banyak.

Keempat, policy (kebijakan redaksi). Pada pembuatan house journal, ditetapkan tujuan penerbitan. Apakah dibuat hanya sebagai penghargaan kepada para pendahulu (pionir perusahaan) yang telah dianggap memiliki andil besar. Ataupun dibuat sekadar memberikan informasi kepada khalayak/ pembaca tentang perusahaan/ organisasi atau untuk membina hubungan baik antara top manajemen dengan karyawannya atau bisa pula House Journal dibuat untuk membantu agen/dealer dan konsumen agar lebih paham tentang penjualan suatu produk sehingga pemasaran meningkat. Majalah Empati pada poin kebijakan redaksi dibuat untuk memberikan informasi kepada khalayak, baik itu publik internal maupun publik eksternal. Selain itu membantu masyarakat untuk bisa mengubah pemahaman bahwa ABH merupakan anak yang nakal dan dibuang. Lewat Majalah Empati, humas memperkenalkan situasi yang dialami ABH dan bagaimana seharusnya tindakan kita apabila ada ABH di sekitar kita.

Kelima, title atau nama House Journal. Nama dan logo harus diperhatikan dan mencerminkan kekhasan atau memiliki karakteristik tersendiri, mudah diingat, dan komunikatif. Pemilihan nama 'Empati' merupakan wujud keinginan PSMP Toddopuli

Makassar agar masyarakat bisa berempati bukan malah memusuhi anak-anak yang menjadi ABH.

Keenam, proses pencetakan. Bisa menggunakan letterpress, photogravure atau web offset. Proses pencetakan ini ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut: bentuk dan lebarnya, jumlah eksampar, penggunaan warna (banyak warna, sebagian atau hitam putih dan jumlah gambar/foto). Majalah Empati menggunakan format letterpress dengan ukuran A4. Jumlah eksampar berjumlah 300 dan penggunaan warna 36 halaman untuk halaman berwarna dan 16 halaman hitam putih. Setiap halaman ditampilkan foto, kecuali untuk satu artikel yang mengambil dua halaman, biasanya hanya menampilkan satu foto.

Ketujuh, style (format/gaya/bentuk). Hal-hal yang memengaruhi penampilan/gaya House Journal adalah ukuran halaman, berapa banyak kolom, tipografi, ilustrasi, keseimbangan berita, feature, dan artikel. Ukuran halaman Majalah Empati menggunakan ukuran A4, dengan menggunakan dua kolom per halaman. Tipografi menggunakan Times New Roman. Ilustrasi dimasukkan untuk berita atau artikel yang dianggap tidak pantas menampilkan foto anak secara langsung. Keseimbangan berita juga dilakukan reporter Majalah Empati. Satu berita biasanya melibatkan dua narasumber. Selain berita, Majalah Empati juga memuat feature (dalam rubrik Komunitas) dan artikel (dalam rubrik Madeceng, Gender, dan Anakita).

Kedelapan, free issue or cover price. House journal tidak dihargakan/dijual, sedangkan yang lainnya berpendapat bahwa apabila house journal itu ingin dihargai atau dinilai lebih tinggi, tidak sekadar iseng belaka, House Journal itu dihargakan/dijual. Ini bergantung sejauhmana House Journal itu mewakili kepentingan, baik top manajemen, karyawan, atau pelanggan dan pembeli. Majalah Empati tidak diperjualbelikan. Apalagi majalah tersebut merupakan majalah yang dibuat di bawah Kementrian Sosial. Sejatinnya, majalah internal tersebut memang untuk dibagi dan tidak dikomersialkan.

Kesembilan, Advertisement (iklan). House Journal dimungkinkan untuk menyerap iklan. Hal ini bergantung kepada karakteristik pembaca dan jumlah tiras yang dimiliki House Journal agar bisa menarik bagi pemasang iklan. Sekalipun Majalah Empati dimungkinkan untuk memuat iklan komersil, tetapi sampai saat ini, Majalah Empati hanya memuat iklan-iklan non komersil. Misalnya iklan Hari Anak Nasional, iklan Ucapan Selamat Lebaran, iklan Natal. Kebutuhan memuat iklan non komersil ini dikarenakan anggaran pencetakan dan honor

penulis telah dipenuhi dari anggaran tahunan yang diberikan kepada PSMP Toddopuli Makassar.

Kesepuluh, distribusi (sirkulasi). Ketika mendistribusikan House Journal harus diperhitungkan aktualitas penerbitan. Penyampaian House Journal bisa dikirim melalui kurir (ditangani sendiri), via pos, atau digabung dengan sirkulasi pers komersial. Majalah Empati juga dikirim melalui pos untuk wilayah di luar Makassar. Adapula yang dikirim sendiri jika pegawai atau pekerja sosial mengunjungi daerah tertentu.

Eksistensi Media Internal Cetak

Keberadaan media internal seperti Majalah Empati di PSMP Toddopuli Makassar menunjukkan bahwa media internal mampu bertahan di tengah padatnya media online dan media audio visual. Media internal menyokong keberlangsungan PSMP Toddopuli Makassar selain kehadiran website yang dikelola Humas PSMP Toddopuli Makassar.

Keberadaan Majalah Empati diperlukan untuk memelihara citra positif dan dukungan publik yang menguntungkan. Dalam siklus atau alasan perancangan pembuatan sebuah media internal, ada dua aspek yang harus dipenuhi yaitu fact finding dan identifikasi masalah.

Komposisi informasi yang tertera dalam rubrik juga disesuaikan dengan kebutuhan lembaga atau perusahaan tertentu. Karakter informasi media House Journal bersifat informatif, edukatif, dan hiburan.

III. Kesimpulan

Untuk mencapai citra positif dan opini publik yang menguntungkan tidak terlepas dari bentuk komunikasi yang bersifat two way communication (komunikasi dua arah atau timbal balik). Agar efisien, dalam menyebarkan informasi dan pembentukan citra positif dan opini public, Public Relations memerlukan media komunikasi.

Kehadiran Majalah Empati di PSMP Toddopuli Makassar sangat membantu meningkatkan citra positif PSMP Toddopuli Makassar yang mengurus Anak Berhadapan Hukum (ABH). Beberapa poin yang menandai eksistensi media internal sebagai perpanjangan tangan dari PSMP Toddopuli Makassar yaitu adanya pembaca, banyaknya eksampar atau tiras majalah, frekuensi terbitan yang rutin, kebijakan redaksi yang menguntungkan, nama yang baik dan logo yang cantik, proses percetakan yang dikemas

dalam bentuk ukuran letterpress A4 dengan bermain pada dominasi warna dan foto. Selain itu, format atau gaya majalah Empati dari sisi konten juga memberikan pengaruh terhadap keputusan khalayak untuk terus membaca. Selibhnya adalah kehadiran iklan-iklan non komersil dan sirkulasi yang baik yang disebar ke wilayah Indonesia Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, Widodo dan Silvia Rita Fariani. 2009. *Panduan Praktisi PR*. Jakarta: PT Elex Media Kompotindo
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Lee, Monlee & Carla Johnson. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada
- Muis, Andi.2001. *Komunikasi Islami*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat,Soleh dan Elvinaro Ardianto.2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/komunikasi-melalui-media-internal/> akses 3 Maret 2017
- <http://pelatihanhumas.com/beberapa-jenis-media-internal/> akses 3 Maret 2017
- <http://lifestyle.kompas.com/read/2014/12/17/080000020/Seorang.Public.Relation.yang.Baik.Tak.Cuma.Modal.Tampang.tapi>. Akses 3 Maret 2017
- <https://www.kemsos.go.id/content/psmp-toddopuli-makassar> akses 2 Maret 2017
- <http://toddopuli.kemsos.go.id/> akses 2 Maret 2017