

ABSTRAK

Agustina

Skripsi

Hubungan Majalah SMART News Sebagai Media Komunikasi Internal Dengan *Relationship* Antara Shangri-La Hotel Surabaya dengan Karyawannya

Majalah SMART News merupakan media komunikasi internal yang digunakan oleh HRD Shangri-La Hotel Surabaya dalam membangun *employee relations* dengan karyawannya. Tujuannya adalah dalam rangka untuk mempererat hubungan tersebut. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti hubungan majalah SMART News sebagai media komunikasi internal dengan *relationship* antara Shangri-La Hotel Surabaya dan karyawannya. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan tetap Shangri-La Hotel Surabaya. Penelitian ini termasuk dalam metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan format eksplanasi, sedangkan teknik analisis datanya menggunakan analisa korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara majalah SMART News sebagai media komunikasi internal dengan *relationship* antara Shangri-La Hotel Surabaya dengan karyawannya, dimana hubungannya memiliki nilai koefisien sebesar 0.872 yang dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi antara dua variabel tersebut adalah sangat kuat.

Kata kunci:

Hubungan, media komunikasi internal, *relationship*

ABSTRACT

Agustina

Thesis

The Correlations of SMART News Magazine as a House Journal with Relationship between Shangri-La Hotel, Surabaya and Its Employee

SMART News Magazine is a house journal which is used by Human Resources Department of Shangri-La Hotel, Surabaya to maintain its employee relations. Therefore, I am interested to do a research based on the house journal and its connection with the relationship between Shangri-La Hotel, Surabaya and its employee. The main subject of this research is main employee of Shangri-La Hotel, Surabaya. The research, itself, is a quantitative research by explanative technique and uses Correlation Pearson Product Moment for analysis. In the end, research shows that SMART News Magazine as Shangri-La Hotel Surabaya's house journal has a correlation with relationship between Shangri-La Hotel, Surabaya and its employee with coefficient correlation 0.872. As a result, I found that the correlation between it, is very strong.

Keyword:

The Correlation, house journal, relationship

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat akademis	5
1.4.2. Manfaat praktis	6
1.5. Batasan Penelitian	6
1.6. Sistematika Pembahasan	7
2. LANDASAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Definisi <i>Public Relations</i>	8
2.1.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	9
2.1.3. <i>Internal Public Relations</i>	9
2.2. Media Komunikasi Internal	11
2.2.1. Definisi dan Fungsi Media Komunikasi Internal.....	11
2.2.2. Bentuk Media Komunikasi Internal.....	12
2.2.3. Isi Media Komunikasi Internal	14
2.2.4. Teknik Penyajian Media Komunikasi Internal	18
2.3. Pengukuran <i>Relationship</i>	21
2.3.1 <i>Elemen Relationship</i>	22
2.4 Nisbah antar Konsep	23
2.5 Kerangka Pemikiran	25
2.6 Hipotesis	26

3. METODE PENELITIAN	27
3.1. Definisi Konseptual	27
3.2. Definisi Operasional	27
3.3. Jenis Penelitian	30
3.4. Metode Penelitian	30
3.5. Populasi dan Sampel	30
3.6. Teknik Penarikan Sampel	31
3.7. Teknik Pengumpulan Data	33
3.8. Pengukuran Variabel	34
3.9. Teknik Analisis Data	36
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1. <i>Company Profile</i> Shangri-La Hotel Surabaya	38
4.1.2. Gambaran Umum Shangri-La Hotel Surabaya.....	38
4.1.3. Filosofi, Visi, dan Misi Shangri-La Hotel Surabaya	40
4.1.4. Gambaran Umum Majalah SMART News	42
4.2. Struktur Organisasi Shangri-La Hotel Surabaya	45
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.4. Deskripsi Data	49
4.5. Tabulasi Silang	95
4.6. Analisis Data.....	100
5. KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Karyawan Tetap Shangri-La Hotel Surabaya Untuk Tiap-tiap Level	31
Tabel 4.1. Uji validitas dan reliabilitas isi informasi majalah SMART News	47
Tabel 4.2. Uji validitas dan reliabilitas teknik penyajian majalah SMART News	48
Tabel 4.3. Uji validitas dan reliabilitas <i>relationship</i>	48
Tabel 4.4. Usia Responden	49
Tabel 4.5. Jenis kelamin	50
Tabel 4.6. Lama kerja	50
Tabel 4.7. Pendidikan	51
Tabel 4.8. Level responden	52
Tabel 4.9. Majalah SMART News menyajikan informasi tentang berbagai peristiwa yang ada di dalam lingkup perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan informasi saya	53
Tabel 4.10. Majalah SMART News juga menyajikan informasi tentang hal-hal yang menarik bagi saya	54
Tabel 4.11. Informasi yang disajikan dapat menambah pemahaman atau setidaknya mengurangi ketidaktahuan mengenai suatu masalah sesuai dengan kebutuhan saya	55
Tabel 4.12. Majalah SMART News menyediakan rubrik yang menghibur	56
Tabel 4.13. Majalah SMART News menyajikan berita-berita faktual yang sedang terjadi sesuai dengan kebutuhan saya	57
Tabel 4.14. Majalah SMART News hanya menyajikan informasi dari SUR yang sesuai dengan kebutuhan saya	58
Tabel 4.15. Majalah SMART News menyajikan informasi tentang persoalan atau peristiwa yang terjadi di luar SUR, yang terkait dengan perusahaan	60
Tabel 4.16. Majalah SMART News memberikan informasi dalam format berita yang sesuai dengan kebutuhan saya	61

Tabel 4.17. Majalah SMART News memuat artikel yang dapat memotivasi dan berguna bagi saya	63
Tabel 4.18. Dalam majalah SMART News disediakan informasi dalam bentuk foto, ilustrasi atau bagan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan saya	64
Tabel 4.19. Rubrik tetap di Majalah SMART News penting dan sesuai dengan kebutuhan saya	65
Tabel 4.20. Rubrik tidak tetap di Majalah SMART News menarik dan sesuai dengan kebutuhan saya	66
Tabel 4.21. Isi informasi majalah SMART News	68
Tabel 4.22. Format majalah SMART News sudah tepat sesuai dengan standar format media majalah	69
Tabel 4.23. Format informasi yang ada di majalah SMART News sudah cocok bagi saya	70
Tabel 4.24. Teknik penulisan dalam majalah SMART News telah memiliki struktur yang baku sehingga jernih dan mudah dipahami	71
Tabel 4.25. Alinea pembukaan dalam setiap artikel (berita/ informasi) menarik sehingga memikat saya untuk melanjutkan membaca	72
Tabel 4.26. Setiap alinea dalam setiap artikel (berita/ informasi) dalam majalah SMART News diisi dengan ide, gagasan, fakta, peristiwa, dll yang saling berkaitan sehingga menarik	73
Tabel 4.27. Pada bagian akhir artikel (berita/ informasi) majalah SMART News diakhiri dengan kalimat penutup yang menandakan bahwa informasi telah selesai	74
Tabel 4.28. Ejaan dan penggunaan istilah dalam majalah SMART News sudah tepat dan dapat dimengerti	75
Tabel 4.29. Bahasa yang digunakan mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan anda	76
Tabel 4.30. Pilihan kata dalam majalah SMART News merupakan kata yang mudah dimengerti	77
Tabel 4.31. Kalimat-kalimat yang digunakan tepat (tidak bertele-tele) namun mudah dimengerti	78

Tabel 4.32. Judul artikel (berita/informasi) dalam majalah SMART News ringkas jelas, juga menarik dan mengTabelkan informasi yang akan disampaikan	80
Tabel 4.33. Artikel (berita/informasi) dalam majalah SMART News disajikan dengan pelengkap (foto, bagan, grafik) sehingga menjadi menarik bagi saya	81
Tabel 4.34. Teknik penyajian majalah SMART News	83
Tabel 4.35. Majalah SMART News	84
Tabel 4.36. Melalui rubrik “ <i>Staff X-Mas Celebration</i> ” dan “ <i>Halal Bi Halal</i> ” saya sebagai karyawan merasa diperlakukan secara adil oleh perusahaan	85
Tabel 4.37. Melalui rubrik “ <i>Staff Birthday Party</i> ” dan “ <i>CDP Presentation</i> ”, saya percaya perusahaan akan memenuhi janjinya	86
Tabel 4.38. Melalui rubrik “ <i>Excom Training Series</i> ”, saya yakin terhadap keterampilan/kemampuan perusahaan	87
Tabel 4.39. Melalui rubrik “ <i>Good News</i> ”, saya percaya perusahaan mau mendengarkan suara atau pendapat karyawan seperti saya	88
Tabel 4.40. Melalui rubrik “ <i>Friendly Match</i> ”, saya merasa perusahaan berusaha memelihara komitmen hubungan jangka panjang kepada karyawan seperti saya	89
Tabel 4.41. Melalui rubrik “ <i>Excom Training Series</i> ” dan “ <i>Training for Casual Staff</i> ”, saya merasa senang bekerja dengan perusahaan ini	91
Tabel 4.42. Melalui rubrik “ <i>SWAT Second Batch</i> ”, saya merasa perusahaan senang memberi bantuan kepada karyawan seperi saya.....	91
Tabel 4.43. Melalui rubrik “ <i>Excom Training Series</i> ”, saya merasa perusahaan mau membantu karyawan seperti saya dan mengharapkan saya juga membantu perusahaan	92
Tabel 4.44. <i>Relationship</i> antara Shangri-La Hotel Surabaya dengan Karyawannya.....	94
Tabel 4.45. Tabulasi Silang Majalah SMART News dengan <i>Relationship</i>	95
Tabel 4.46. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Majalah SMART News...	96
Tabel 4.47. Tabulasi Silang Usia dengan Majalah SMART News	97

Tabel 4.48. Tabulasi Silang Pendidikan dengan Majalah SMART News	98
Tabel 4.49. Output korelasi antara variabel majalah SMART News sebagai media komunikasi internal dengan <i>relationship</i> antara Shangri-La Hotel Surabaya dengan karyawannya.....	100
Tabel 4.50. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi koefisien.....	100

DAFTAR GAMBAR

4.1. Struktur Organisasi	45
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	108
Lampiran 2: Hasil kuesioner	112
Lampiran 3: Uji validitas dan reliabilitas	142
Lampiran 4: Hasil statistik deskriptif	146
Lampiran 5: Hasil korelasi	157
Lampiran 6: r tabel dan t tabel	158
Lampiran 7: Perhitungan Jumlah Responden.....	160
Lampiran 8: Majalah SMART News	161