

**PERAN *WEEKLY BULLETIN* SEBAGAI MEDIA
PENYEBARAN INFORMASI KEPADA PUBLIK INTERNAL
PT. MOBILKAMU GROUP INDONESIA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



SARAH NURLAVITA RAHMAWATI

1161003244

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Sarah Nurlavita Rahmawati

NIM : 1161003244

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 April 2022


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh :


Nama : Sarah Nurlavita Rahmawati
NIM : 1161003244
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Peran *Weekly Bulletin* Sebagai Media Penyebaran
Informasi Kepada Publik Internal PT. Mobilkamu
Group Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si. (
26/7/2022)

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Juli 2022

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Peran *Weekly Bulletin* sebagai media penyebaran informasi kepada publik internal PT. Mobilkamu Group Indonesia”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Proses yang tidak mudah ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat ridho dan karunia-Nya, penulis diberi kekuatan, kesabaran, kesehatan, dan umur yang panjang sehingga dapat menuntaskan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.

2. Ayah, Bunda, Manda & Cey

Terima kasih kepada keluarga penulis yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat sampai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Dr. Moch. Kresna Noer, M.Si.

Terima kasih kepada Bapak Kresna selaku Dosen Pembimbing yang terus membimbing dan telah memberikan masukan, kritik, saran kepada penulis. Selain itu Pak Kresna juga sangat sabar menghadapi segala proses pengerjaan tugas akhir ini, penulis sangat berterima kasih akan hal tersebut. Tanpa saran dan kritik Pak Kresna, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih telah berjuang bersama dari tahun pertama dan selalu memberikan warna selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan Tugas Akhir ini. Walaupun mereka selesai duluan dan penulis sangat tertinggal, tapi penulis turut senang atas segala pencapaian kami semua!

5. Faiz Narendraputra

Kepada Faiz sang calon suami, sangat besar rasa terima kasih yang ingin disampaikan oleh penulis, karena Faiz sangat berperan penting selama proses penulisan Tugas Akhir ini. Faiz selalu memberikan dukungan moral dan semangat yang tiada henti sehingga penulis tidak patah semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 22 April 2022



Sarah Nurlavita Rahmawati

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Nurlavita Rahmawati
NIM : 1161003244
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran *Weekly Bulletin* Sebagai Media Penyebaran Informasi Kepada Publik Internal PT. Mobilkamu Group Indonesia

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Juli 2022

Yang menyatakan



Sarah Nurlavita Rahmawati

**PERAN *WEEKLY BULLETIN* SEBAGAI MEDIA
PENYEBARAN INFORMASI KEPADA PUBLIK INTERNAL
PT MOBILKAMU GROUP INDONESIA**

SARAH NURLAVITA RAHMAWATI

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi pada suatu organisasi maupun perusahaan menjadi sangat penting karena menyangkut kredibilitas dan kelancaran operasional perusahaan. Hal tersebut menjadi salah satu alasan bahwa peran *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam menciptakan hubungan baik dengan *stakeholder*-nya, baik *stakeholder* internal maupun eksternal. Penelitian kali ini akan melakukan analisis pada komunikasi internal yang dilakukan oleh PT. Mobilkamu Group Indonesia yang dilakukan dengan membagikan informasi kepada *stakeholder* internalnya melalui media *Weekly Bulletin* dengan melihat tahapan *internal relations* yang dilakukan berdasarkan pada teori Cutlip & Center. Penelitian ini diteliti menggunakan metode penelitian studi kasus pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Weekly Bulletin* berperan penting menjadi media penyebaran informasi dari manajemen kepada *stakeholder* internal. Namun, beberapa hal masih perlu dipertimbangkan keefektivan pada rentan waktu penyebaran *Weekly Bulletin* dan pengemasan informasi dari *Weekly Bulletin*.

Kata Kunci: *Internal Relations, Public Relations, Stakeholders, Weekly Bulletin.*

**THE ROLE OF THE WEEKLY BULLETIN AS A MEDIA FOR
DISTRIBUTION OF INFORMATION TO THE INTERNAL PUBLIC
PT. MOBILKAMU GROUP INDONESIA**

SARAH NURLAVITA RAHMAWATI

ABSTRACT

Communication activities in an organization or company become very important because it involves the credibility and the smooth running of operations of the company. This is the reason why the role of Public Relations is needed in creating good relationships with company stakeholders, both internal and external stakeholders. This research will analyze the internal communication strategy carried out by PT. Mobilkamu Group Indonesia by distributing Weekly Bulletins to their internal stakeholders by looking at the stages of the internal relations strategy based on the Cutlip & Center theory. This research is done using a case study research method with a qualitative approach. The results of this study indicate that Weekly Bulletin have an important role as an information dissemination from the management to the internal stakeholders. However, some still need to be confirmed of the effectiveness on the interval of the Weekly Bulletin and the design of information from Weekly Bulletin.

Keywords : *Internal Relations, Public Relations, Stakeholders, Weekly Bulletin.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II.....	12
KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran	25
2.2.1 Komunikasi Organisasi	25
2.2.2 Peran dan Fungsi Komunikasi Organisasi	26
2.2.3 Komunikasi Internal.....	27

A. Aliran Komunikasi Internal.....	28
2.2.4 Strategi Relasi Internal.....	30
A. Tahapan Proses Strategi Relasi Internal.....	31
B. Media Komunikasi Internal.....	32
2.2.5 <i>Internal Public Relations</i> (Relasi Internal)	37
A. Peran, Fungsi dan Tugas Relasi Internal.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Sumber Data Primer.....	44
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	50
3.6 Teknik Analisis Keabsahan Data	54
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1. Mengenai PT. Mobilkamu <i>Group</i> Indonesia	57
4.1.2 Struktur Organisasi PT Mobilkamu <i>Group</i> Indonesia	59
4.1.3 Fungsi dan Peran Departemen Public Relations Mobilkamu	59
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian	60
4.3.1 <i>Public Relations</i> Mobilkamu	63

4.3.2 <i>Weekly Bulletin</i> sebagai media internal PT Mobilkamu <i>Group</i> Indonesia	67
4.3.3 Strategi Yang Digunakan Dalam Penyebaran <i>Weekly Bulletin</i>	71
4.3.4 Evaluasi Pada Penyebaran <i>Weekly Bulletin</i>	76
4.4 Deskripsi Pembahasan Penelitian	79
4.4.1 Peran <i>Weekly Bulletin</i> Sebagai Media Internal Mobilkamu	79
4.4.2 Analisis Penyebaran Informasi <i>Weekly Bulletin</i> PT. Mobilkamu Kepada Publik Internal	82
BAB V.....	84
KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran.....	86
5.2.1 Saran Teoritis	86
5.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Smarp Survey of Internal Communication	3
Gambar 1.2 Artikel Warta Ekonomi	4
Gambar 1.3 Website Mobilkamu	5
Gambar 1.4 Contoh <i>Weekly Bulletin</i> Mobilkamu	7
Gambar 1.5 Internal Communication Trends Survey by PoliteMail Software	8
Gambar 1.6 Best Practice for Internal Communication Survey 2018 by Bambu	9
Gambar 1.7 Screenshot chat dengan Dinar, salesman Mobilkamu	9
Gambar 2.1 Korelasi Media Komunikasi	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Mobilkamu <i>Group</i> Indonesia	59
Gambar 4.2 Struktur Departemen <i>Public Relations</i> PT Mobilkamu <i>Group</i> Indonesia	59
Gambar 4.3 Rizka Noviani	61
Gambar 4.4 Fabyola	61
Gambar 4.5 Rahman Hamas	62
Gambar 4.6 RR. Roosita Cindrakasih	63
Gambar 4.7 <i>Weekly Bulletin</i>	67
Gambar 4.8 Bulletin on Digital	74
Gambar 4.9 Tampilan Bulletin on Board PT. Mobilkamu Group	75

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	41
------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.1 Kriteria Informan	47
Tabel 3.2 Operasional Konsep	50