

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Peranan komunikasi menjadi salah faktor penting dalam kehidupan manusia sehari-hari, karena pada dasarnya manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari aktivitas komunikasi, baik itu antara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok maupun antara kelompok dengan kelompok. Sebagai makhluk sosial tentu saja akan saling terhubung, terikat dan bergantung satu sama lain. Komunikasi menjadi sebuah sarana untuk interaksi untuk mencapai suatu tujuan yaitu, tercapainya saling pengertian diantara kedua belah pihak.

Selain itu komunikasi memiliki sifat mempengaruhi, edukasi maupun informasi sesuai dengan fungsi komunikasi. Saat ini kebutuhan akan komunikasi menjadi salah satu kebutuhan primer baik bagi individu maupun dalam sebuah organisasi. Bagi sebuah organisasi, komunikasi menjadi hal penting untuk menjalin hubungan baik komunikasi dalam ruang lingkup sesama pegawai internal, maupun pegawai internal dengan organisasi. Pada sebuah organisasi komunikasi juga menjadi salah satu kunci utama yang dapat membuat organisasi terus berkembang dan menjadikan organisasi tersebut semakin maju.

Dengan adanya hubungan internal yang baik didalam organisasi, kemudian akan dapat memberikan rasa kenyamanan didalam menjalankan tugas dan

kewajiban organisasi. Berkaitan dengan hubungan internal, tentu saja sangat berkaitan erat dengan media internal atau jurnal internal sebagai media komunikasi internal dalam organisasi. Media komunikasi merupakan seluruh sarana yang digunakan dalam memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan sebuah informasi. Sebagai sarana menyampaikan sebuah pesan dan pemenuhan akan kebutuhan informasi, media internal menjadi salah satu media komunikasi alternatif bagi organisasi selain berkomunikasi antar personal pegawai.<sup>1</sup>

Keberadaan media internal sangat penting bagi organisasi karena berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi, membangun budaya organisasi yang kuat, memperkuat hubungan antar karyawan, dan mendukung transparansi serta keterbukaan dalam berbagai aspek operasional.<sup>2</sup> Penerbitan media internal dalam sebuah organisasi biasanya bisa dilakukan atau diterbitkan pada setiap minggu, setiap bulan maupun tiga bulan, yang diperuntukan untuk pegawainya dan tidak bersifat komersial. Setiap media internal pada organisasi memiliki ciri khas yang berbeda, baik itu dari segi isi, tampilan, cetak maupun berbasis digital. Selain itu media internal tentu saja terdapat keunggulan dan kelemahan masing-masing, pemilihan media internal akan dapat mempengaruhi proses maupun hasil komunikasi pada sebuah organisasi.

---

<sup>1</sup> Hendy Susanto, *Tips & Trik Public Relations*. (Jakarta: PT Grasindo, 2004).

<sup>2</sup> Gina Oktavia Maharani and Dedi Kurnia Syah, *Pengelolaan Media Internal Portal Oleh Unit Sekretariat Dan Komunikasi Di Telkom Banten*.

Beberapa bentuk media internal yang digunakan dalam menginformasikan, mendistribusikan maupun mempublikasikan informasi atau berita pada organisasi kepada pegawai internal diantaranya yaitu majalah dinding, majalah, koran maupun newsletter.<sup>3</sup> Pada pengelolaan media internal organisasi, manajemen media internal memiliki peranan utama dalam mengintegrasikan media internal sebagai salah satu alat komunikasi yang efektif dalam strategi komunikasi organisasi, baik dalam pengelolaan konten, pesan, waktu, maupun interaksi dalam lingkup komunikasi internal.

Hal ini dapat membangun, memperkuat hubungan harmonis di internal organisasi, serta mendorong karyawan untuk terlibat aktif dalam menjalankan pekerjaan. Hubungan antara *Public Relations (PR)* sebuah organisasi dengan media internal, memiliki keterkaitan dan mempunyai andil untuk mendukung tercapainya tujuan bersama untuk organisasi. Maka dari itu sebuah organisasi membutuhkan media internal sebagai salah satu media komunikasi *public relations* yang diperuntukan untuk menyampaikan sebuah informasi yang efektif, baik itu dari pimpinan ke bawahan ataupun sebaliknya.

Media internal seperti majalah atau newspaper perguruan tinggi sangat dibutuhkan untuk menjangkau seluruh publik internal pada sebuah organisasi, karena hal ini menjadi salah satu wujud sebagai sarana menyampaikan dan menginformasikan sebuah informasi yang bersifat komersil ataupun non komersial.<sup>4</sup> Pemanfaatan media internal pada sebuah organisasi besar dengan

---

<sup>3</sup> M.Linggar Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005).

<sup>4</sup> Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2003). 145

jumlah pegawai yang banyak, dapat memanfaatkan media internal untuk menunjang visi, misi, tujuan maupun sasaran sebuah organisasi. Media internal merupakan media komunikasi yang diproduksi secara periodik dan menjadi salah satu tugas utama dari *public relations* pada sebuah organisasi, baik dalam perusahaan ataupun perguruan tinggi.<sup>5</sup> Dimana media internal organisasi memiliki peranan sebagai media publikasi untuk penyebaran informasi, mensosialisasikan terkait kebijakan maupun mengangkat isu sebuah organisasi, menanamkan budaya organisasi, mempertahankan serta digunakan untuk mensosialisasikan organisasi.

Seperti halnya salah satu perguruan tinggi swasta tertua di Yogyakarta yaitu Universitas Islam Indonesia yang menggunakan media internal UII News sebagai media atau jembatan komunikasi guna menyebarkan informasi yang meliputi informasi penelitian, pengabdian, pendidikan, pencapaian, perkembangan organisasi, aspirasi, penghargaan serta aktivitas-aktivitas yang menunjang kegiatan akademik maupun non akademik dan diprioritaskan ke pegawai internal karyawan, dosen, maupun mahasiswa. Media internal UII News merupakan media komunikasi yang digunakan oleh *Public Relations* Universitas Islam Indonesia, dan termasuk kedalam jenis tabloid dan diterbitkan pada disetiap bulannya.

---

<sup>5</sup> Ahmad Baririzki, 'Manajemen Public Relations (Teori Dan Implementasi Humas Perguruan Tinggi)', in [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Public\\_Relations\\_Teori\\_dan\\_Imp/NfFcEA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Media+internal+perguruan+tinggi&pg=PA79&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Public_Relations_Teori_dan_Imp/NfFcEA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Media+internal+perguruan+tinggi&pg=PA79&printsec=frontcover) (Surabaya: Pustaka Aksara, 2021), p. 68.

Media internal UII News yang diterbitkan oleh Universitas Islam Indonesia memiliki pembeda dengan media internal yang dimiliki oleh beberapa perguruan tinggi swasta yang ada di Yogyakarta. Media internal UII News saat ini dicetak dengan 20 halaman dengan desain yang lebih menarik baik dari cover maupun isi, sehingga membuat tampilan ini memberi nuansa berbeda dan desain yang lebih elegan, UII News merupakan media internal perguruan tinggi swasta di Jogja yang mulai diterbitkan lebih dulu dibandingkan dengan media internal UMY dan UAD yakni mulai tahun 1988 dengan nama warta kampus.

Media internal UII News memiliki beberapa rubrik yang diperuntukan untuk pembacanya antara lain laporan utama, refleksi, tajuk, sekilas YBW UII, seputar universitas, zona fakultas, inovasi, dinamika kampus, dakwah Islamiyah, kiprah alumni, khazanah, maupun konsultasi. Tentu saja dari media internal yang diterbitkan hingga sampai ke publik internal, tidak terlepas dari proses pengelolaan media internal yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Hal ini sangat penting dilakukan agar dapat memberikan informasi berkaitan dengan internal organisasi kepada publik internal baik cetak maupun melalui online dapat diterima dengan baik oleh pembacanya.

Berdasarkan dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengelolaan media internal yang digunakan oleh Universitas Islam Indonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pegawainya. Penelitian ini berfokus pada proses manajemen media internal yang dijalankan oleh

pengelola media internal UII News pada edisi milad UII tahun 2023 dengan tema Menyongsong 1 abad UII “Substantif, Inklusif, Kontributif .

Tema tersebut dipilih, karena Universitas Islam Indonesia bertekad untuk memperkuat perannya sebagai institusi yang tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan perubahan positif di tengah masyarakat.". Sehingga Universitas Islam Indonesia dipilih menjadi lokasi penelitian dikarenakan perguruan tinggi tersebut merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terbaik di Yogyakarta dan Universitas Islam Indonesia menempati posisi ranking 2198 dunia serta 645 peringkat Asia.<sup>6</sup>

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, penelitian ini ingin menjawab rumusan masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini, yaitu **“Bagaimana Manajemen Media Internal dalam Pengelolaan Media Internal UII News Universitas Islam Indonesia”**.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen media internal dalam pengelolaan media internal UII News Universitas Islam Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Danang Suryo, ‘7 Kampus Swasta Terbaik Di Yogyakarta 2023 Menurut Edurank’, *Kompas.Tv*, 2023 <(https://www.kompas.tv/pendidikan/454869/7-kampus-swasta-terbaik-di-yogyakarta-2023-menurut-edurank)> [accessed 21 July 2024].

### **1) Manfaat akademik:**

- a. Memberikan pengetahuan baru mengenai keilmuan komunikasi, khususnya dalam bidang media internal yang merupakan media kehumasan.
- b. Memberikan kontribusi pengembangan penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya media internal dan publik internal.
- c. Mampu menjadi bahan rujukan referensi guna penelitian yang sejenisnya yang hendak dilakukan di lain waktu.

### **2) Manfaat praktis:**

- a. Sebagai bahan masukan untuk UII News mewujudkan hubungan baik dengan publik internalnya.
- b. Sebagai evaluasi mengenai media internal yang digunakan oleh Universitas Islam Indonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi dengan publik internal.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dalam melihat bahwa sebuah realitas adalah sebuah hasil konstruksi sosial, dimana paradigma konstruktivisme kebenaran bersifat realitas.<sup>7</sup> Pada konteks media atau komunikasi internal, konstruktivisme melihat bahwa realitas dapat dipahami dan dipertimbangkan melalui berbagai cara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam

---

<sup>7</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006).

penelitian ini manusia dijadikan sebagai subjek penelitian dan dapat dipercaya bahwa manusia dapat mengontrol dalam menentukan tindakan serta dapat menilai bahwa fenomena atau sebuah peristiwa dapat dilihat secara menyeluruh.<sup>8</sup>

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif kualitatif yaitu salah satu cara yang peneliti gunakan, hal ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media internal UII News dalam pemenuhan kebutuhan informasi pegawai internal. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui permasalahan secara mendalam pada subjek yang diteliti yaitu berfokus pada analisa prespektif pada proses wawancara kepada narasumber yang dilakukan secara langsung, tertutup akan tetapi tidak formal<sup>9</sup>.

### **1.5.3 Objek Penelitian/Subjek Penelitian**

Penelitian ini mengambil objek penelitian tentang manajemen media internal UII News Universitas Islam Indonesia. Manajemen media internal diperlukan dalam pengelolaan media internal agar berjalan dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan informasi kepada pembacanya. Sedangkan Subyek dalam penelitian ini merupakan pengelola dari media internal UII News Universitas Islam Indonesia.

---

<sup>8</sup> Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan I (Makassar, 2021).

<sup>9</sup> Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*.



Subjek penelitian ditentukan berdasarkan kriteria yaitu orang-orang yang terlibat dalam manajemen media internal pada pengelolaan media internal UII News. Adapun kriteria subyek penelitian yang dijadikan narasumber atau informan sebagai berikut:

- a. Subyek telah bekerja di Universitas Islam Indonesia pada redaksi UII News minimal 2 tahun
- b. Subyek adalah dosen dan tenaga kependidikan (tendik) Universitas Islam Indonesia
- c. Subyek telah memiliki pengalaman pada pengelolaan media internal

Berdasarkan dari kriteria tersebut , maka dapat ditentukan narasumber atau informan yang akan dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Dr.Subhan Afifi, S.Sos.,M.Si, merupakan pimpinan redaksi UII News Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026 dan telah bergabung mengajar di Prodi Ilmu Komunikasi UII sejak tahun 2018.
- b. Widodo Hesti P, merupakan salah satu staf redaksi UII News periode 2022-2026 dan sebagai tenaga kependidikan Universitas Islam Indonesia dari tahun 2001.
- c. Tri Sihono, merupakanstaf redaktur artistik dan produksi periode 2022-2026, serta sebagai tenaga kendidikan Universitas Islam Indonesia sejak tahun 1999.

## **1.6 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu terdiri dari :

### **a) Data Primer**

Data yang digunakan dalam metode ini adalah dengan cara melakukan wawancara langsung kepada pengelola media internal UII yang telah dipilih sesuai dengan kriteria- kriteria tertentu dan menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Sehingga dari wawancara yang dilakukan pada penelitian ini akan didapatkan data primer yaitu berupa hasil observasi dan wawancara kepada narasumber sesuai dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

### **b) Data Sekunder**

Data yang bisa diperoleh dari sumber kedua antara lain website, blog, jurnal, penelitian terdahulu, artikel maupun sumber-sumber yang lain (buku, jurnal ilmiah, foto dokumentasi, gambar).

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah salah satu cara strategis dan sangat penting untuk digunakan dalam penelitian kualitatif sesuai dengan tujuan utamanya yaitu untuk memperoleh data yang valid<sup>10</sup>. Adapun cara yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **a. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan

---

<sup>10</sup> Sugiyono, Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &D (cv alfabeta, 2012).

dengan mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan terhadap kegiatan. Observasi pada penelitian ini akan dilakukan secara langsung ke tempat yang akan diteliti untuk mengamati segala kegiatan yang diteliti<sup>11</sup>. Observasi dilakukan dengan cara mengamati aktivitas manajemen media pengelolaan media internal UII News Universitas Islam Indonesia.

**b. Wawancara :**

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yakni merupakan sebuah aktivitas atau proses wawancara yang melibatkan antara kedua belah pihak dan memiliki tujuan tertentu. Pada proses wawancara menggunakan panduan wawancara yang telah disusun oleh peneliti namun tidak menutup kemungkinan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dapat berkembang.

Di tahapan ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian yaitu narasumber pengelola media internal, kemudian narasumber tersebut akan merespons dan menjawab terkait dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Wawancara dilakukan dengan maksud guna memberi pandangan pada peneliti terkait observasi yang akan dilakukan. Pada tahap wawancara ini peneliti akan melakukan wawancara kepada sumber atau informan yaitu pengelola UII News Universitas Islam Indonesia.

---

<sup>11</sup> Ariesto Hadi Sutopo and Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*, 2010.

### **c. Dokumentasi**

Dalam penelitian ini peneliti juga memakai data yang berasal dari dokumen yang dimiliki oleh UII News Universitas Islam Indonesia seperti gambar, artikel, foto maupun yang lainnya, guna menambahkan data yang diperlukan oleh peneliti.

## **1.8 Teknis Analisis Data**

Pada teknik analisis data, terdapat beberapa cara dalam pengolahan data kualitatif yaitu:<sup>12</sup>

### **a. Reduksi Data**

Reduksi data ialah sebuah proses untuk mengategorikan dan untuk memilah hal yang tidak diperlukan sehingga data digunakan untuk kesimpulan akhir. Hal ini dilakukan oleh peneliti di dalam pengumpulan data. Reduksi data merupakan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengelola media internal UII News.

### **b. Verifikasi Data**

Verifikasi data merupakan salah satu cara untuk membentuk kebenaran pada sebuah teori, atau kebenaran atas data yang telah dihimpun. Data yang telah di himpun, pada tahapan verifikasi selanjutnya dilakukan analisis dan diujikan secara hipotesis. Pada verifikasi data biasanya data yang dikumpulkan akan diolah dan kemudian dianalisis agar dapat diuji secara hipotesis.

---

<sup>12</sup> Sandu Siyoto and M Ali Sodik, 'Dasar Metodologi Penelitian', in <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>, ed. by Ayup (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), pp. 122–124.

Sehingga hipotesis tersebut bisa diuji dengan menggunakan fakta empirik guna memperoleh jawaban yang benar.

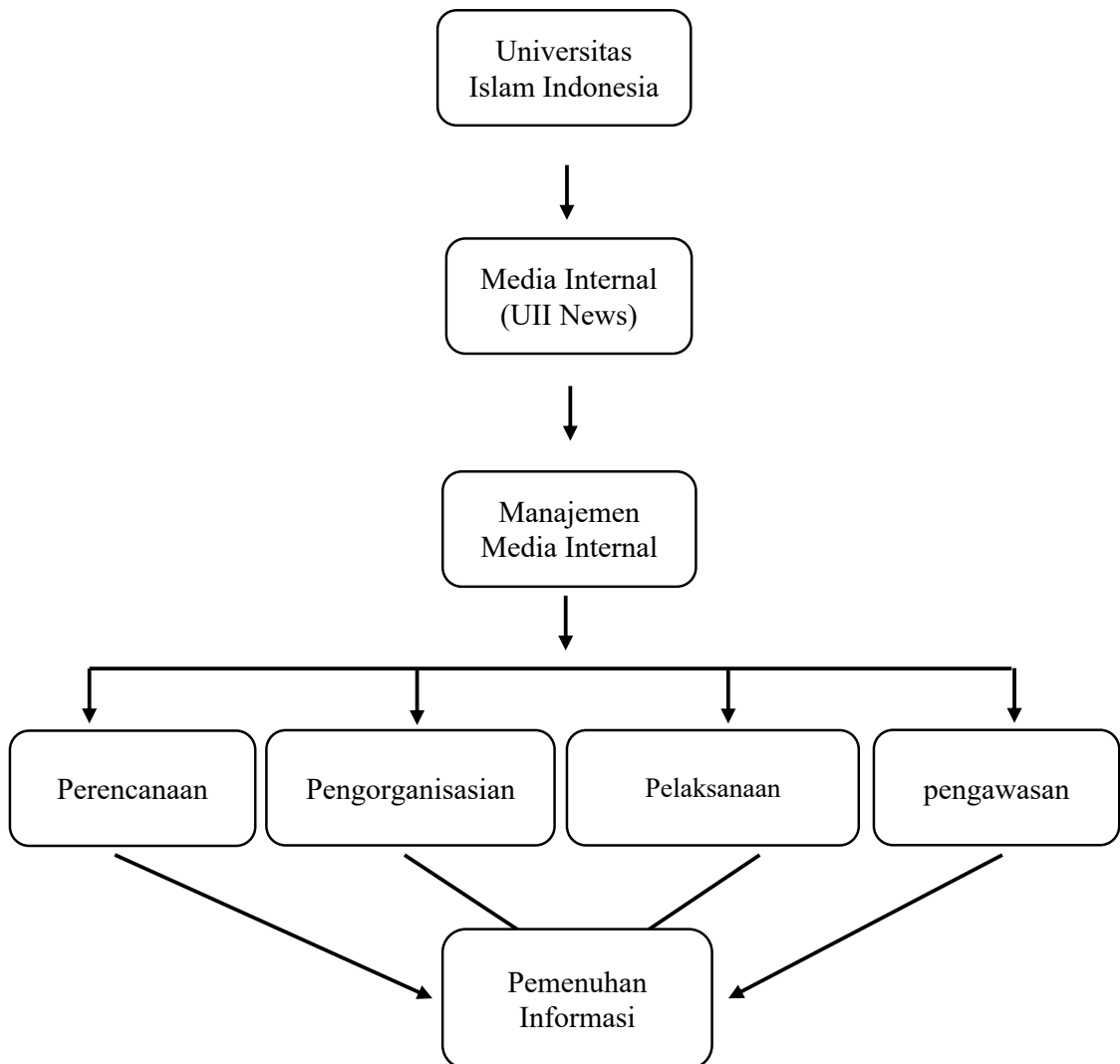
**c. Simpulan Data**

Guna untuk menjawab pertanyaan penelitian, kesimpulan digunakan oleh peneliti agar temuan yang telah dilakukan bisa berkembang dan diamati. Setelah juga teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi) dan teknis analisis data (reduksi, verifikasi maupun simpulan) maka data yang telah dilakukan selanjutnya bisa ditarik kesimpulan guna menjawab rumusan masalah.

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Operasionalisasi Konsep

### 1.9.1 Kerangka Konsep

Table 1.1 Kerangka Konsep



## 1.9.2 Definisi Konsep

### 1. Media Internal

Media internal merupakan media atau sarana komunikasi yang digunakan oleh humas atau *public relation* dalam guna mendistribusikan atau menginformasikan suatu informasi maupun berita yang ditujukan kepada publik internal dan memiliki tujuan sebagai sumber informasi atau berita terkait dengan kebijakan maupun aktivitas perusahaan dan menjadi media komunikasi antara pegawai dengan organisasi. Media internal merupakan media yang diperuntukkan untuk publik internal yakni organisasi atau pegawai yang berkaitan dengan informasi atau berita yang berasal dari publik internal.<sup>13</sup>

Media internal merupakan media komunikasi yang diterbitkan secara periodik dan memiliki peran penting dalam menjaga proses informasi di dalam sebuah organisasi. Publikasi ini dapat berupa buletin, newsletter, majalah, atau bahkan platform digital yang dirancang khusus untuk menyampaikan berbagai informasi penting kepada karyawan, mahasiswa, atau anggota organisasi lainnya. Dengan demikian, media internal tidak hanya menjadi saluran komunikasi tetapi juga alat strategis untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan.

---

<sup>13</sup> Nyayu ade Ilmiyati, Penggunaan Media Internal dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Kolerasi Penggunaan Majalah Mandiri Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Solo Sriwedari Tahun 2010), 2010.

## 2. Manajemen Media

Manajemen media merupakan bidang yang berhubungan erat dengan ilmu komunikasi, yang mencakup cara-cara efektif dalam mengelola berbagai bentuk media, meliputi pengelolaan media cetak seperti surat kabar, newsletter dan majalah, serta media online seperti situs web dan platform media sosial.<sup>14</sup> Manajemen media berperan penting dalam merancang strategi informasi. Pengelola bertanggung jawab untuk mengatur distribusi informasi dengan tepat dan efisien.

Pesan yang disampaikan harus selalu sesuai dengan tujuan organisasi. Proses ini memerlukan perencanaan yang matang dan kolaborasi antar tim. Dengan demikian, manajemen media dapat memastikan bahwa setiap informasi atau berita dapat tersampaikan dengan baik kepada pegawai internal organisasi.

Selain itu, manajemen media juga harus menjaga kualitas atas informasi yang akan disampaikan. Dalam pengelolaan media internal perlu adanya langkah dalam proses distribusi informasi. Evaluasi rutin dilakukan untuk menilai apakah strategi yang telah diterapkan sesuai. Semua ini dilakukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh

---

<sup>14</sup> Muhammad Ikhwan, 'Manajemen Media Kontemporer (Mengelola Media Cetak, Penyiaran, Dan Digital)', in [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Media\\_Kontemporer/ZaVjEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Manajemen+Media+Internal+dalam+pengelolaan+media&pg=PA3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Media_Kontemporer/ZaVjEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Manajemen+Media+Internal+dalam+pengelolaan+media&pg=PA3&printsec=frontcover) (Jakarta: Kencana, 2022), p. 3.



khalayak. Tujuan akhirnya adalah menyampaikan pesan yang jelas dan tepat sasaran sesuai dengan visi dan misi organisasi sehingga informasi atau berita yang akan disampaikan akan dapat memenuhi kebutuhan informasi kepada pegawai internalnya.

### **3. Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Informasi memiliki arti data yang telah dikelompokkan dan diolah kemudian diinterpretasikan yang akan digunakan pada proses pengambilan keputusan. Sebuah informasi disajikan berdasarkan kesesuaian dengan keasliannya tanpa harus mengurangi, menambahi, maupun mengubah. Selain itu media internal juga harus memperhatikan informasi atau berita apa saja yang akan ditampilkan sehingga media internal tersebut akan efektif dan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi bagi publik internalnya. Informasi yang disajikan dapat berupa informasi penelitian, pengabdian, pendidikan, pencapaian, perkembangan organisasi, aspirasi, penghargaan serta aktivitas-aktivitas yang menunjang kegiatan akademik maupun non akademik dalam format tulisan dan gambar.

#### **1.9.3 Definisi Operasional**

Berdasarkan definisi konsep diatas, pada definisi operasional ini peneliti melakukan pembatasan yakni:

##### **1. Pengelolaan Media Internal UII News**

Dalam pengelolaan media internal pada sebuah organisasi , pengelola memerlukan tahapan atau proses agar informasi atau

berita yang disampaikan kepada publik internal dapat tersampaikan dengan baik, sehingga proses komunikasi bisa berjalan dengan lancar. Media internal merujuk pada media komunikasi yang digunakan oleh Universitas Islam Indonesia untuk menyampaikan informasi kepada seluruh pegawai internal, termasuk dosen, staf, dan mahasiswa. Dalam konteks penelitian ini, media internal yang dimaksud adalah UII News, yaitu media internal UII yang menyajikan informasi terkait aktivitas, pencapaian, kebijakan universitas yang bersifat akademik maupun non akademik.

## **2. Manajemen Media**

Manajemen diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Tanpa manajemen yang efektif, organisasi akan kesulitan dalam mengoordinasikan berbagai aktivitas dan sumber daya yang dimiliki, sehingga pencapaian tujuan menjadi tidak optimal. Pada manajemen media, pengelolaan media internal terkait dengan bagaimana dalam pengelolaan pesan yang akan disampaikan, pengembangan strategi komunikasi, pemanfaatan teknologi media, maupun dalam pengelolaan hubungan dengan berbagai pihak yang berkepentingan.

Manajemen media dalam pengelolaan media internal UII News Universitas Islam Indonesia berfokus pada fungsi dasar dari manajemen yakni *Planning* (Perencanaan), *Organizing*

(Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), *Controlling* (Pengawasan). Tujuan utamanya tidak lain untuk memastikan bahwa organisasi dalam pengelolaan media internal dapat berjalan secara efektif dan efisien. Manajemen berfungsi sebagai kerangka kerja yang memandu berbagai kegiatan dalam organisasi, memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil sudah sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi.