



MEKHA AZZURI FADILLAH,
EGA YULIANTI & TODI RAHMAT ASH-SHIDDIQ

Hubungan Media Internal Perusahaan terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Bank Sinarmas di Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRAKSI: Penelitian ini membahas tentang hubungan antara membaca buletin “Lensa Berita Bank Sinarmas” dengan peningkatan kinerja karyawan. Perkembangan media saat ini semakin beragam, salah satunya adalah media internal sebagai media komunikasi dan informasi bagi seluruh karyawannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X (membaca buletin “Lensa Berita Bank Sinarmas”) dengan variabel Y (peningkatan kinerja karyawan), khususnya karyawan Bank Sinarmas Kantor Cabang Tasikmalaya, serta mengetahui sifat hubungan antara kedua variabel tersebut. Penggalan data penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan studi korelasional dan survey kuesioner. Setelah melakukan penelitian didapati bahwa hasil H_a dapat diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara membaca buletin “Lensa Berita Bank Sinarmas” terhadap peningkatan kinerja karyawan.

KATAKUNCI: Media Komunikasi Internal; Membaca Buletin; Peningkatan Kinerja Karyawan; Pembelajaran Sosial; Efek Media.

ABSTRACT: “Correlation of the Corporate Internal Media towards the Improvement of Employee Performance of Sinarmas Bank in Tasikmalaya, West Java, Indonesia”. This research discusses the relationship between reading the bulletin of “Lensa Berita Bank Sinarmas” with the employee’s performance improvement. The condition of mass media variant growth nowadays, one of which is internal media as the company’s media of communication and employee’s source information. This research aims to determine whether there is relationship between reading the bulletin of “Lensa Berita Bank Sinarmas” (variable X) with the employee’s of Sinarmas Bank of Tasikmalaya Branch Office (variable Y), and to know the relationship between both variables. The method used is a correlational quantitative research method with questionnaires survey. After doing the research, the result of the research showed that hypothesis (H_a) can be accepted and the null hypothesis (H_o) is rejected, as it may conclude that there is a relationship between reading the bulletin of “Lensa Berita Bank Sinarmas” towards the employee’s performance improvement.

KEY WORD: Internal Media Communication; Reading the Bulletin; Employee’s Performance Improvement; Social Learning; Media Effect.

About the Authors: Mekha Azzuri Fadillah, S.Ikom., Ega Yulianti, S.Ikom. dan Todi Rahmat Ash-Shiddiq, S.S. adalah Mahasiswa Program Marketing Komunikasi pada The London School of Public Relations, Jakarta, Jalan K.H. Mas Mansyur No.Kav.35, Karet Tengsin, Tanah Abang, Jakarta Pusat, DKI (Daerah Khusus Ibukota) Jakarta 10220, Indonesia. Alamat emel: vadielmekha@gmail.com dan todira80@gmail.com

Suggested Citation: Fadillah, Mekha Azzuri, Ega Yulianti & Todi Rahmat Ash-Shiddiq. (2020). “Hubungan Media Internal Perusahaan terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Bank Sinarmas di Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia” in MIMBAR PENDIDIKAN: Jurnal Indonesia untuk Kajian Pendidikan, Volume 5(1), March, pp.37-56. Bandung, Indonesia: UPI [Indonesia University of Education] Press, ISSN 2527-3868 (print) and 2503-457X (online).

Article Timeline: Accepted (December 14, 2019); Revised (January 30, 2020); and Published (March 30, 2020).

PENDAHULUAN

Kehidupan berorganisasi saat ini telah menjadi salah satu dari bagian kehidupan yang tidak dapat dihindari oleh sebagian masyarakat. Dalam dunia kerja, kantor di sebuah perusahaan juga merupakan salah satu bentuk dari suatu organisasi, yang memiliki misi untuk terus maju dan berkembang. Misi perusahaan, yaitu tujuan keberadaan perusahaan dalam memberikan misi-ekspresi tujuan akhir, adalah sebagaimana yang dicita-citakan oleh perusahaan, sehingga sangat penting untuk mengkomunikasikan mengenai visi dan misi yang hendak dicapai dalam perusahaan tersebut (Falino, 2012; Hardiansyah, Amelia & Santika, 2018; dan Arif, 2019).

Manajemen sangat menyadari bahwa untuk mencapai tujuan tersebut tidak cukup hanya dengan sekedar berbagai kebijaksanaan strategis, namun partisipasi karyawan dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai asset perusahaan juga sangat diperlukan (Bukit, Malusa & Rahmat, 2017; Sukoco & Prameswari, 2017; dan Iskandar, 2018). Terdapat dua cara, baik formal maupun informal, yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan yang dicita-citakan.

Sebagian besar perusahaan memilih untuk melakukan cara formal, yaitu dengan mengikutsertakan karyawannya dalam berbagai *training* atau pelatihan, baik yang diselenggarakan oleh pihak internal maupun eksternal. Cara ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan agar nantinya dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal kepada perusahaan. Namun tidak sedikit juga perusahaan yang melakukan cara informal, seperti dengan memberikan *reward* atau penghargaan kepada karyawan yang dinilai berprestasi oleh manajemen. Upaya itu dilakukan untuk meningkatkan loyalitas karyawan yang mendapatkan penghargaan agar dapat mempertahankan prestasinya, serta

memacu motivasi karyawan lain untuk terus meningkatkan kinerjanya terhadap perusahaan (Christanto & Santoso, 2014; Hidayat & Nurasyiah, 2017; dan Khurotin & Afrianty, 2018).

Perusahaan, dalam perjalanan untuk mencapai tujuannya, sering menghadapi berbagai hambatan, walaupun telah dilakukan berbagai upaya, baik itu dari sektor pemberdayaan sumber daya manusia ataupun memotivasi karyawan. Tidak sedikit perusahaan yang mengeluh atas kurang optimalnya kinerja karyawan, seperti kurangnya disiplin jam kerja, sehingga tidak tercapai angka target pemasaran. Hal-hal tersebut tentunya menjadi perhatian utama bagi perusahaan, karena menyangkut etos kerja serta operasional karyawan (Kadarisman, 2009; Setiawan, 2016; dan Khurotin & Afrianty, 2018).

Hal tersebut terkadang diperburuk oleh kurangnya hubungan komunikasi yang baik sesama karyawan, ataupun dengan atasan, yang bisa mengakibatkan terjadinya konflik dalam komunikasi. Kenyataan ini, tentunya, dapat menjadi kendala bagi perusahaan untuk menciptakan keselarasan komunikasi dalam mencapai tujuan. Sejatinnya, produktivitas seorang individu itu, salah satunya, adalah dipengaruhi oleh faktor komunikasi yang terbuka, sehat, dan kooperatif. Namun, sayangnya, masih banyak individu yang melupakan betapa pentingnya hal tersebut dalam sebuah struktur organisasi, khususnya perusahaan (Chapman & White, 2012; Anwar, 2015; dan Suryani & Yoga, 2018).

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut dibutuhkan sebuah sarana, dimana fungsinya untuk mengkomunikasikan secara massal berupa pesan-pesan positif kepada karyawan. Sarana tersebut adalah media internal yang memuat informasi terkait budaya perusahaan, sehingga dapat memberikan edukasi dan motivasi kepada seluruh karyawan. Perusahaan perlu untuk memberikan perhatian lebih kepada

karyawannya agar menjadi termotivasi, karena tidak ada yang dapat menciptakan motivasi selain dari dalam diri karyawan itu sendiri (Ilmiyati, 2010; Mulawarman & Rosilawati, 2018; dan Jatmika *et al.*, 2019).

Oleh karena itu, pemimpin dalam suatu organisasi perlu untuk menciptakan kondisi yang nyaman, sehingga pekerja dapat memotivasi diri mereka sendiri. Pentingnya bagi seorang pemimpin untuk memberikan alasan kepada karyawannya agar memiliki rasa percaya terhadap diri sendiri dari organisasi tempat mereka bekerja, karena pada dasarnya semua organisasi dibangun berlandaskan pengikut yang termotivasi untuk melayani organisasi (Wibowo, 2012; Pramono, Hamid & Mukzam, 2013; dan Faturahman, 2018).

Kecenderungan individu untuk memiliki motivasi dalam meningkatkan kinerjanya dikarenakan adanya faktor kebutuhan berupa penghargaan dan pengakuan, baik oleh atasan maupun oleh rekan-rekan kerjanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap individu ingin mendapatkan pujian dan pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Hal itu juga berlaku dalam lingkungan kantor, yakni dengan bekerja secara optimal dan menunjukkan prestasi atas pencapaiannya kepada atasan agar dapat dihargai dan diakui, dimana hal tersebut secara tidak langsung dapat menciptakan rasa bangga atau kepuasan terhadap individu (Ayuningtyas, 2014; Helmi, 2016; dan Sari & Dwiarti, 2018).

Melalui Abraham H. Maslow (1954), yang mengembangkan Teori Motivasi Manusia, dapat diketahui bahwa kebutuhan manusia saat ini telah berkembang dan terbagi menjadi beberapa tingkatan yang lebih dikenal dengan istilah “Diagram Kebutuhan Abraham H. Maslow”. Pada diagram tersebut dipaparkan bahwa kebutuhan manusia layaknya sebuah hierarki, sesuai dengan tingkatannya masing-masing (*cf* Maslow, 1954; Sukoco, 2007; dan Andjarwati, 2015). Lihat diagram 1.

Diagram 1 menjelaskan bahwa kebutuhan



Diagram 1:
Hierarki Kebutuhan
Menurut Abraham H. Maslow (1954)
(Sumber: Diadaptasi dari Badri Munir Sukoco, 2007)

manusia terbagi atas lima, yaitu: *kebutuhan fisik* (rasa lapar, haus, seks, dan lainnya); *kebutuhan keamanan* (perlindungan fisik dan emosional); *kebutuhan sosial* (rasa memiliki-dimiliki, cinta, dan kasih-sayang); *kebutuhan penghargaan* (harga diri, status, pengakuan, dan pencapaian prestasi); serta *kebutuhan aktualisasi diri* (pemuahan potensi diri). Semua kebutuhan tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia dan wajib untuk dipenuhi (Maslow, 1954; Sukoco, 2007; dan Andjarwati, 2015).

Secara nyata, di satu sisi, seorang karyawan yang berprestasi dan mendapatkan penghargaan dari manajemen pasti akan semakin termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya. Namun, di sisi lain, belum tentu mampu untuk menjadi seorang komunikator yang dapat mempengaruhi rekan kerjanya agar melakukan hal yang sama dengannya. Untuk mengakomodasi hal tersebut, media internal dalam perusahaan sangat diperlukan. Dengan perannya sebagai sarana penyampaian informasi kepada seluruh karyawan, secara tidak langsung, akan mempersuasi karyawan lain agar tertantang dan terpacu bekerja lebih giat untuk mendapatkan suatu pencapaian prestasi

didalam perusahaan (Nasrih, 2010; Gardjito, al-Musadieq & Nurtjahjono, 2014; dan Prabu & Wijayanti, 2016).

Bentuk media komunikasi internal perusahaan saat ini beragam bentuknya, seperti buletin, portal berita, hingga papan pengumuman. Informasi yang disampaikan pun bervariasi, seperti ulasan profil karyawan berprestasi, kebijaksanaan manajemen, kegiatan divisi ataupun kantor cabang, bahkan promosi karyawan, hingga berita duka cita (Novia, 2013; Gandhi & Destania, 2015; dan Soegiharto, 2017).

Salah satu perusahaan yang memiliki media komunikasi internal adalah Bank Sinarmas. Pada bulan Oktober 2011, Bank Sinarmas melalui *Corporate Secretary Division* menerbitkan media internal berbentuk buletin yang dinamakan *Lensa Berita Bank Sinarmas*. Dengan demikian, *Corporate Secretary Division*, dalam tugasnya sebagai *Public Relation*, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baik, tidak hanya kepada kalangan eksternal, tetapi juga kepada kalangan internal, yaitu dengan cara melakukan berbagai bentuk publikasi seperti “Annual Report”, “Company Profile” pada majalah, buletin, jurnal, dan media massa lainnya, serta mempublikasikan laporan keuangan (cf Ruslan, 2012; Novia, 2013; dan Soegiharto, 2017).¹

Lensa Berita Bank Sinarmas merupakan buletin dalam bentuk PDF (*Portable Document Format*), yang diedarkan melalui *e-mail blast* kepada level manajemen, seperti Komisaris dan Direksi, serta kepada seluruh karyawan Bank Sinarmas. Layaknya media komunikasi internal pada umumnya, buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* berisikan tentang kebijaksanaan manajemen, pembukaan kantor cabang terbaru, kegiatan

divisi ataupun kantor cabang, dan bahkan dalam beberapa edisi khusus sering memuat rubrik membahas profil karyawan berprestasi atau yang mendapatkan penghargaan atas kinerja, pencapaian target atau disiplinnya, yang dapat menjadi teladan bagi karyawan lainnya (cf Novia, 2013; Samantha, 2016; dan Soegiharto, 2017).

Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, dalam rubriknya, memaparkan berbagai *success story* dari Pimpinan Cabang, yang berhasil mencapai target atas program *funding*; pimpinan yang sukses mendapatkan penghargaan sebagai *Best Mentor*; hingga kegiatan pada Kantor Cabang dan Divisi yang menarik untuk dimuat. Dengan beragamnya rubrik pada buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, seluruh karyawan akan mengetahui siapa saja sosok yang dijadikan inspirasi bagi perusahaan. Tidak jarang, sebagian besar dari sosok berprestasi yang diliput tersebut menerima penghargaan dari manajemen (cf Mulyani, 2014; Samantha, 2016; dan Pradipta, 2019).

Adanya pengakuan atas pencapaian tersebut oleh manajemen, yang diedarkan melalui buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* kepada seluruh karyawan, secara tidak langsung akan mendorong karyawan lainnya untuk melakukan hal yang sama, yaitu meningkatkan kinerja agar berprestasi di perusahaan dan diakui oleh lingkungan kerjanya, serta mendapatkan penghargaan dari manajemen. Hal tersebut, tentunya, akan semakin meningkatkan kepercayaan diri atas pengakuan dan penghargaan yang diterima oleh karyawan bersangkutan (cf Golung, 2015; Nangka & Harilama, 2015; dan Pradipta, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana hubungan antara membaca buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* dengan peningkatan kinerja karyawan Bank Sinarmas di Kantor Cabang Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini

¹Lihat juga, misalnya, “Corporate Secretary” dalam *Bank Sinarmas*. Tersedia secara online di: <https://www.banksinarmas.com/id/informasiumum/corporatesecretary> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].

menggunakan Teori Pembelajaran Sosial, sebagai teori utama, dan didukung oleh Teori Efek Media sebagai teori pendukung.

Teori Pembelajaran Sosial. Albert Bandura (1986), dan sarjana lainnya, melalui Teori Pembelajaran Sosial, menyatakan bahwasanya manusia tidak dapat mempelajari semua atau banyak hal yang terkait dengan pengembangan diri dan tingkah-laku, hanya dengan pengamatan langsung atau pengamatan pribadi (Bandura, 1986; McQuail, 2005; dan Lesilolo, 2018).

Sementara itu, D. McQuail (2005), dan sarjana lainnya, menambahkan bahwa dalam proses pembelajaran sosial, terdapat empat tahapan dasar yang dilakukan oleh manusia secara berurutan, yaitu berikut:

Tahap Pertama, *Perhatian*. Manusia, pada umumnya, membutuhkan informasi yang disampaikan melalui media. Walaupun demikian, manusia sebagai individu secara naluri akan lebih tertarik pada media yang memiliki hubungan dengan kehidupan pribadi mereka (McQuail, 2005:493; Akbar & Faryansyah, 2018; dan Hantono & Pramitasari, 2018).

Tahap Kedua, *Retensi atau Daya Ingat*. Setelah perhatian manusia teralihkan oleh media, maka manusia tentunya akan mencerna informasi yang mereka terima dari media tersebut, dimana akan mereka rekam dalam daya ingat mereka dan akan disimpan untuk dijadikan pengetahuan dan wawasan mereka (McQuail, 2005; Kushariyadi, 2013; dan Dewi & Indrawati, 2014).

Tahap Ketiga, *Produksi*. Wawasan dan pengetahuan tersebut akan diproduksi dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-harinya (Belkin & Vickery, 1985; McQuail, 2005; dan Nugrohadhi, 2017).

Tahap Keempat, *Motivasi*. Adalah dampak yang akan di terima oleh manusia atas apa yang telah diaplikasikan sehari-hari. Manusia yang mendapatkan penghargaan akan memiliki motivasi untuk terus meningkatkan kinerjanya. Lain halnya dengan yang mendapatkan hukuman, maka

akan termotivasi agar tidak mengulangi kesalahannya (McQuail, 2005; Gardjito, al-Musadieq & Nurtjahjono, 2014; dan Wijaya & Andreani, 2015).

Setiap manusia, sebelum melakukan sesuatu, pasti memiliki motivasi tersendiri. Motivasi juga sangat erat kaitannya dalam Teori Pembelajaran Sosial. Motivasi dapat didefinisikan sebagai keadaan psikologis seseorang yang mendorongnya untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan tersebut bisa mencapai visi dan misi dalam berorganisasi, atau harapan individu masing-masing anggotanya. Motivasi sendiri dapat dibagi menjadi tiga komponen, yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan (*cf* Siagian, 2012:142; Wijaya & Andreani, 2015; dan Muhammad, 2016).

Penjabaran tentang teori di atas berbanding terbalik dengan Teori Pembelajaran Tradisional, yaitu menunjukkan tanggapan (*response*) dan mengalami efek-efek yang timbul. Seseorang yang mendapatkan *reward* akan cenderung untuk mengulangi dan mempelajari kembali suatu tanggapan tersebut. Lain halnya dengan yang mendapat hukuman, maka manusia cenderung tidak akan mengulangi suatu tanggapan, sehingga perilakunya dapat diatur secara eksternal oleh kondisi stimulus, yang ditimbulkan oleh kondisi-kondisi peneguhan oleh lingkungan, tanpa adanya keterikatan dari media (Effendy, 2013:281; Fithri, 2014; dan Abdurakhman & Rusli, 2018).

Agar tercapainya media sebagai agen dalam Teori Pembelajaran Sosial, maka diperlukan proses komunikasi yang efektif. Media harus dapat memilih konten secara selektif, sehingga informasi yang diterima dapat sesuai dengan harapan peserta komunikasi dan penerimanya. Hal itu bertujuan untuk dapat menciptakan proses komunikasi yang efektif. Semakin positif isi konten media tersebut, maka semakin bagus juga informasi yang dapat diterima oleh peserta komunikasi (Mulyana, 2005:117;

Prisgunanto, 2014; dan Wahyudiyono, 2016).

Teori Efek Media. Paul F. Lazarsfeld & Robert K. Merton (2004), dan sarjana lainnya, menyatakan bahwa dalam pengembangan terhadap perspektif media, terdapat dua Teori Efek Media yang terkenal, yaitu: Teori Efek Tidak Langsung dan Teori Efek Terbatas. Secara garis besar, kedua teori tersebut memiliki keterkaitan antara satu sama lain; dan menunjukkan kesimpulan akan peran penting media bagi masyarakat (*cf* Lazarsfeld & Merton, 2004; Severin *et al.*, 2009; dan Baran & Davis, 2010:177).

Penelitian yang dilakukan oleh S.J. Baran & D.K. Davis (2010), dan sarjana lainnya, tentang Teori Efek Media dapat ditarik kesimpulan tentang empat hal, sebagai berikut:

Pertama, *Media jarang mempengaruhi secara langsung.* Perilaku manusia tidak dapat diubah hanya berdasarkan informasi, baik yang dibaca, dilihat, atau didengar; karena informasi yang diterima tidak sepenuhnya langsung dicerna dan dipercaya oleh seorang individu (Mulyana, 2005; Baran & Davis, 2010; dan Falah, 2018).

Kedua, *Ada dua langkah aliran dari pengaruh media.* Adanya *opinion leader*, yang dianggap sebagai seseorang dengan menggunakan teknologi canggih dan kritis terhadap informasi, sehingga media yang dapat mempengaruhi *opinion leader* juga akan mempengaruhi individu atau masyarakat yang membaca media tersebut. Adapun *opinion follower*, peranannya adalah hanya mengikuti *opinion leader* (Baran & Davis, 2010; Jaali, Cangara & Hasrullah, 2013; dan Hananto, 2014).

Ketiga, *Komitmen terhadap kelompok sebagai halangan terhadap pengaruh media bagi kalangan dewasa.* Manusia yang telah tumbuh dewasa, biasanya, suatu saat nanti akan terafiliasi oleh suatu partai atau kelompok; dan hal itu akan menjadi loyalitas manusia akan kelompok tersebut (Baran & Davis, 2010; Siagian, 2015; dan

Efendi, Astuti & Rahayu, 2017).

Keempat, *Efek media yang lemah dan terlalu spesifik.* Media hanya berpengaruh terhadap perubahan perilaku seseorang, yang biasanya terasingkan oleh pengaruh normal orang lain. Teori Efek Media Tidak Langsung, pada intinya, menegaskan bahwa setiap bagian dari struktur masyarakat akan melakukan “penyaringan” apabila sesuatu itu dianggap akan mengakibatkan dampak negatif pada individu tertentu. Di sisi lain, Teori Efek Media Terbatas menyatakan bahwa media akan tetap memiliki efek terhadap penerima informasi, walaupun penerima efek tersebut hanya bersifat terbatas atau minim (*cf* Severin *et al.*, 2009; Baran & Davis, 2010:177-178; dan Straubhaar, LaRose & Davenport, 2010).

Media Massa. Media massa menjadi kunci utama dari Teori Komunikasi yang telah dipaparkan sebelumnya, dimana peran media massa adalah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai secara bersamaan melalui berbagai *channel*, seperti koran, majalah, buku, radio, televisi, dan media sosial lainnya (Ruben & Stewart, 2006:189; Arifuddin & Kartika, 2018; dan Saragih, 2018).

Sementara itu, media internal merupakan salah satu media massa dalam bentuk publikasi perusahaan, yang memuat informasi seputar perusahaan; dan diterbitkan khusus untuk publik internal, baik karyawan maupun keluarganya, dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas serta kinerja karyawan dalam suatu perusahaan (Kusumastuti, 2004:33; Ilmiyati, 2010; dan Astrid, 2017).

Salah satu faktor terpenting dalam media internal adalah muatan informasi atau berita yang disampaikan. Perlunya pemilihan konten pada media internal yang tepat akan mempengaruhi seberapa efektif informasi yang disampaikan itu; dan biasanya diukur dari indikator tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan (Andjani, 2009; Ilmiyati, 2010; dan Astrid, 2017).

Perhatian karyawan terhadap media internal hanya akan diperoleh apabila konten dari media internal tersebut menyampaikan informasi yang memiliki unsur “nilai berita” atau *news value*. Dalam proses pembuatan media internal, isi menjadi fungsi yang sangat menentukan: apakah kata tersebut layak untuk diberitakan atau tidak. Berita dapat disebut sebagai “layak berita”, apabila mengandung unsur-unsur berikut ini:

Significance, yakni seberapa penting seorang tokoh atau kejadian yang hendak diliput, bisa dicontohkan juga sebagai liputan kegiatan antara karyawan yang ada di perusahaan tersebut (Tartono, 2005:12; Andjani, 2009; dan Wahyuningsih, 2013).

Magnitude, yakni tema yang disampaikan setidaknya harus berbobot, sehingga dapat memberikan edukasi yang positif kepada penerimanya (Tartono, 2005; Wahyuningsih, 2013; dan Ecarnot *et al.*, 2015).

Timeliness, yakni alangkah baiknya jika sebuah berita disampaikan ketika sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh masyarakat. Berita tidak akan menarik apabila membahas sebuah kejadian yang sudah kedaluwarsa dan turun nilai beritanya (Tartono, 2005; Fitriah & el-Arsya, 2011; dan Lestari, 2017).

Proximity, yakni unsur kedekatan antara berita yang terjadi dengan penerimanya, dimana seseorang tidak akan tertarik untuk mendalami berita yang jauh dari lokasinya dan berbeda minat atau wawasannya (Tartono, 2005; Rochmah, 2017; dan Agustini & Purnaningsih, 2019).

Prominence, yakni agar mendapatkan perhatian dari khalayak untuk disimak, berita harus mengandung unsur keluarbiasaan atau keunggulan. Sebagai contoh, di media dan berita umumnya terdapat judul berita yang terkesan luar biasa, hal ini adalah untuk menarik *audiences* (Tartono, 2005; Juwito, 2008; dan Agustini & Purnaningsih, 2019).

Human Interest, yakni berita yang disampaikan harus memiliki unsur

manusiawi, sehingga diminati oleh individu dan/atau masyarakat (Tartono, 2005; Juwito, 2008; dan Fitriah & el-Arsya, 2011).

Exclusive, yakni unsur khas menjadikan sebuah berita menjadi eksklusif, terlebih lagi jika berita tersebut diliput secara istimewa, dimana belum pernah atau media lain tidak mendapatkan kesempatan untuk meliputnya (Tartono, 2005; Juditha, 2013; dan Rama & Nasution, 2017).

Others, yakni berita yang “lain” dari biasanya atau pada umumnya, seperti: seks, konflik, sensasi, skandal, dan lain lainnya (Tartono, 2005; Djelantik *et al.*, 2015; dan Rama & Nasution, 2017).

Saat ini sudah banyak perusahaan yang memiliki media internal atau *house journal*. Karakteristik dari media internal setiap perusahaan pastinya berbeda-beda, sehingga menyebabkan media internal di setiap perusahaan tidak selalu sama. Bentuk dari media internal itu, pada umumnya, ada empat yaitu: Majalah; Koran; *Newsletter* atau Buletin; dan Majalah Dinding (Jefkins, 2003:147; Astrid, 2017; dan Fichas, Winoto & Silvana, 2017).

Kinerja. Semua aspek dalam kehidupan modern saat ini tidak terlepas oleh kinerja dan nilai-nilai penting yang dikandungnya. Kinerja mempengaruhi cara pandang manusia terhadap benda, orang lain, hingga cara kita berperilaku. Konsep kinerja telah menjadi inti persepsi manusia mengenai aktivitas yang dilakukan, seperti persepsi diri dan pemahaman tentang dunia (Muafi, 2003; Rees & McBain, 2007:74; dan Ikhsan, 2016).

Menurut Luis R. Gomez-Mejia & Theresa M. Welbourne (1987), dan sarjana lainnya, definisi dan persepsi terhadap “kinerja” merupakan gabungan antara keberhasilan keuangan (perusahaan) dan sejauh mana perusahaan itu bisa memberikan yang terbaik kepada kesejahteraan karyawannya (Gomez-Mejia & Welbourne, 1987; Astuti, 2006; dan Sobirin, 2018).

Dalam setiap pelaksanaan pemantauan dan evaluasi kinerja karyawan dalam suatu perusahaan, indikator kinerja menjadi sangat diperlukan, atau bahkan menjadi utama. Indikator yang digunakan di setiap perusahaan pastinya akan berbeda, tergantung bidang dan industri dari perusahaan tersebut (Susanto, 2008; Kusuma, 2013; dan Evita, Muizu & Atmojo, 2017).

Secara sederhana, “indikator kinerja” dapat diartikan sebagai ringkasan yang menggambarkan tentang suatu produktivitas kerja (*performance*) yang akan diukur dalam pelaksanaan suatu program (perusahaan) terhadap upaya untuk mencapai tujuan (Susanto, 2008; Kristiyanti, 2012; dan Sobirin, 2018). Manakala indikator kinerja yang paling banyak digunakan dalam berbagai perusahaan, menurut H. Simamora (2014) dan sarjana lainnya, adalah sebagai berikut:

Loyalitas. Loyalitas karyawan dapat dilihat dari masa kerja, ketertarikannya terhadap perusahaan dari segala aspek, dan informasi yang berhubungan dengan bidang industri perusahaan (Simamora, 2014:415; Valentino & Haryadi, 2016; dan Syaputra, Wasnury & Rama, 2017).

Semangat Kerja. Karyawan yang memiliki motivasi kerja tentu akan berkerja dengan penuh semangat dan mantaati segala disiplin kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan (Simamora, 2014; Sanjaya, 2015; dan Permatasari, al-Musadieg & Mayowan, 2015).

Kepemimpinan. Pada dasarnya, seorang pimpinan harus menjadi *leader* bagi setiap bawahannya, bertanggung jawab, dan memegang peranan penting dalam mencapai suatu tujuan (Solih & Hersugondo, 2008; Daswati, 2012; dan Simamora, 2014).

Kerjasama. Karyawan dalam suatu perusahaan tidak dapat bekerja secara sendiri-sendiri, melainkan bekerja dalam sebuah tim. Oleh karena itu, penting bagi seorang karyawan untuk dapat menempatkan diri sebaik-baiknya dalam

lingkungan kerja (Simamora, 2014; Lubis, 2015; dan Silitonga, 2015).

Prakarsa atau Inisiatif. Karyawan yang memiliki prakarsa membangun terhadap perusahaannya harus dibina secara tepat, demi kebaikan kedua belah pihak. Pentingnya inisiatif adalah untuk meningkatkan kreativitas karyawan dalam memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan (Simamora, 2014; A'yuna, 2015; dan Munfarijah, 2015).

Tanggung Jawab. Tanggung jawab menjadi hal mutlak yang harus dimiliki oleh setiap karyawan, baik yang berada di level tinggi maupun level rendah. Setiap keputusan yang terjadi di perusahaan pasti akan memberikan suatu dampak, terlepas itu baik maupun buruk (Simamora, 2014; Faturahman, 2018; dan Hardiansyah, Amelia & Santika, 2018).

Pencapaian Target. Menjadi hal yang lazim bahwa setiap perusahaan memiliki ekspektasi target yang hendak dicapai melalui karyawannya. Idealnya, pencapaian target akan menjadi motivasi bagi para karyawan (Senen & Solihat, 2008; Simamora, 2014; dan Wangi, Nuridja & Bagia, 2014).

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penggalian data secara kuantitatif, dengan studi korelasional, untuk mencari hubungan dan keterkaitan antara variabel membaca buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* dengan kinerja karyawan. Dengan melakukan survey kuesioner, juga diharapkan dapat menemukan fakta dan data yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian (Singarimbun & Effendi, 1989; Creswell, 2014; dan Wahidmurni, 2017).

Populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, dan mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulan (Creswell, 2014;

Tabel 1:
Skor Pendapat Kuesioner

Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Sumber: Riduwan (2010:97).

Tabel 2:
Operasional Variabel X dalam Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item Instrumen
Hubungan Penggunaan Buletin <i>Lensa Berita Bank Sinarmas</i> (X)	<i>Significance</i>	Profil atau tokoh yang diliput	1 dan 2
	<i>Prominence</i>	Berita unggulan yang menjadi <i>headline</i>	3
	<i>Magnitude</i>	Informasi yang bermanfaat	4 dan 5
	<i>Human Interest</i>	Kegiatan divisi/kantor cabang, CSR dll	6 dan 7
	<i>Timeliness</i>	Berita aktual yang sedang hangat diperbincangkan	8

Sumber X: Diolah dari S. Tartono (2005) dan Riduwan (2010).

Sugiyono, 2017:80; dan Wahidmurni, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Sinarmas Kantor Cabang Tasikmalaya di Jawa Barat, Indonesia, dengan total jumlah karyawan sebanyak 50 orang.

Sampel. Sampel adalah bagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik sampel jenuh, atau biasa disebut dengan “sensus”, yang sering dipergunakan terhadap jumlah populasi yang relatif kecil, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian (Krisyantono, 2012:151; Creswell, 2014; dan Sugiyono, 2017).

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data. Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan pendekatan korelasional. Sedangkan skala R.A. Likert (1932) dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (*cf* Likert, 1932; Riduwan, 2010:12; dan Budiaji, 2013). Setiap pendapat diberikan skor atau nilai, sebagaimana nampak dalam tabel 1.

Sedangkan mengenai Operasional Variabel Penelitian, yakni Variabel X dan

Variable Y, dapat dilihat dalam tabel 2 dan tabel 3, yang masing-masing diolah berdasarkan dua sumber rujukan yang berbeda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian. Hasil penelitian mengkaji dan menganalisis tentang: (1) *Uji Korelasi antara Variabel X dengan Variabel Y*; dan (2) *Uji Signifikansi Koefisien Korelasi*. Pemaparannya adalah sebagai berikut:

Pertama, *Uji Korelasi antara Variabel X dengan Variabel Y*. Tabel 1 menunjukkan adanya korelasi atau hubungan yang kuat antar Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* (X) dengan Peningkatan Kinerja Karyawan (Y). Artinya, dengan Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, maka Peningkatan Kinerja Karyawan tentu bertambah. Hal ini didukung oleh hasil perhitungan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), dengan hasil nilai *r* hitung adalah 0.710. Hubungan tersebut memiliki keeratan dengan korelasi tinggi, karena berada pada koefisien korelasi 0.60 – 0.79 atau mendekati 1 (Riduwan, 2010; Prianto, 2012; dan Sugiyono, 2017). Lihat tabel 4.

Kedua, *Uji Signifikansi Koefisien*

Tabel 3:
 Operasional Variabel Y dalam Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor item Instrumen
Peningkatan Kinerja Karyawan (Y)	Loyalitas	Profil atau tokoh yang diliput	8, 9, 10, 14, 15, dan 26
	Semangat Kerja	Berita unggulan yang menjadi <i>headline</i>	1, 2, dan 3
	Kerjasama dalam Tim	Informasi yang bermanfaat	6, 11, dan 12
	Gaya Kepemimpinan	Kegiatan divisi/kantor cabang, CSR dll	5 dan 7
	Prakarsa	Berita aktual yang sedang hangat diperbincangkan	13
	Pencapaian Target	Keinginan untuk mencapai target	4

Sumber Y: Diolah dari Riduwan (2010) dan H. Simamora (2014:145).

Tabel 4:
 Korelasi

		Membaca Buletin <i>Lensa Berita Bank Sinarmas</i>	Peningkatan Kinerja Karyawan
Membaca Buletin <i>Lensa Berita Bank Sinarmas</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	.710**
	N	-	.000
		50	50
Peningkatan Kinerja Karyawan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.710**	1
	N	.000	-
		50	50

Notes: ** = Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelasi. Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *t* hitung adalah 6.992, dengan *degree of freedom* (df) $n-2 = 50 - 2 = 48$. Oleh karena uji *t* yang dilakukan adalah uji 2 arah, maka yang dibaca adalah $t(1/2 0.05)$ atau $t 0.025$ (Riduwan, 2010; Sugiyono, 2017:80; dan Wahidmurni, 2017). Lihat tabel 5.

Manakala tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi R antara variabel Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* (X) terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan (Y) adalah 0.710. Artinya, terdapat hubungan antara Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* dengan Peningkatan Kinerja Karyawan adalah 71.00%.

Diketahui pula bahwa nilai R^2 adalah 0.505. Artinya adalah 50.50% variasi yang terjadi terhadap tinggi atau rendahnya Peningkatan Kinerja Karyawan disebabkan oleh variasi Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*; sedangkan sisanya, yaitu 49.50% dipengaruhi oleh variasi

lain (Riduwan, 2010; Prianto, 2012; dan Sugiyono, 2017). Lihat tabel 6.

Sebagaimana dipaparkan dalam teori utama dalam penelitian ini bahwa Pembelajaran Sosial, selain melakukan pengamatan langsung, *audience* bisa juga belajar banyak melalui berbagai sumber tidak langsung, termasuk salah satunya adalah media massa (Bandura, 1986; McQuail, 2005; dan Lesilolo, 2018). Dalam proses pembelajaran tersebut, *audience* dapat meniru apa yang mereka lihat di media sebagai hasil pandangannya terhadap tingkah-laku seorang model. Model yang dimaksud adalah sejumlah karyawan yang diliput untuk dimuat dalam buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, dengan tujuan agar memberikan pengaruh positif kepada seluruh karyawan yang membacanya, sehingga secara tidak langsung berdampak terhadap peningkatan kinerja karyawan (McQuail, 2005; Sari & Pangaribuan, 2016; dan Soegiharto, 2017).

Tabel 5:
Coefficients

Model	T	Sig.
Membaca Buletin <i>Lensa Berita Bank Sinarmas</i>	6.992	.000

Tabel 6:
Model Summary

Model	T	Sig.
1	.710	.505

Notes: Predictors (Constant): Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*.

Didukung oleh Teori Efek Media, maka perilaku manusia dapat berubah, tidak hanya karena informasi yang diterimanya dari berbagai media, namun juga karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar (Lazarsfeld & Merton, 2004; Severin *et al.*, 2009; dan Baran & Davis, 2010:177-178). Dalam ruang lingkup penelitian ini dapat diartikan bahwa buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* memberikan dampak atas peningkatan kinerja karyawan secara tidak langsung. Hal ini karena buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* menjadi wadah apresiasi kepada karyawan yang berprestasi. Adanya pengakuan dari perusahaan tersebut, kemudian, memberikan rasa bangga bagi yang dimuat, serta memotivasi karyawan lain yang membacanya untuk terus meningkatkan performa kinerja (*cf* Munfarijah, 2015; Lestari, 2017; dan Faturahman, 2018).

Pembahasan. Bermula dari tingginya persaingan dalam bidang usaha, termasuk perbankan, serta sebagai salah satu upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja, maka dewasa ini semakin banyak perusahaan yang mempunyai media internal untuk menyampaikan berbagai pesan positif, juga untuk motivasi kepada seluruh karyawannya. Salah satu bentuk dari media internal yang praktis adalah buletin, baik yang diedarkan dalam bentuk fisik maupun elektronik seperti *e-mail* (Ilmiyati, 2010; Astrid, 2017; dan Agustini & Purnaningsih, 2019).

Bank Sinarmas, sebagai perusahaan perbankan yang sedang berkembang, menerbitkan buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* sebagai media internalnya. Harapannya adalah agar bisa menyampaikan informasi positif, sehingga memotivasi dan berdampak positif – baik secara langsung maupun tidak langsung – terhadap peningkatan kinerja karyawan. Adapun sebagian rubriknya adalah “Profil Karyawan Berprestasi”, hingga beragam kegiatan yang dilakukan di Divisi juga di Kantor Cabang (*cf* Ilmiyati, 2010; Ayuningtyas, 2014; dan Prabu & Wijayanti, 2016).

Adanya rubrik “Profil Karyawan Berprestasi” dalam buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, berita itu akan memberikan rasa bangga kepada karyawan yang bersangkutan, serta memotivasi karyawan lain untuk turut-serta berprestasi dengan memberikan kontribusi kepada perusahaan. Adanya apresiasi dari perusahaan kepada karyawan, yang kemudian dipublikasikan, turut-serta akan meningkatkan keinginan seseorang, dalam hal ini karyawan lainnya, untuk dihargai (*cf* Pramono, Hamid & Mukzam, 2013; Permatasari, al-Musadieq & Mayowan, 2015; dan Rochmah, 2017).

Merujuk kepada teori utama dalam penelitian ini, yaitu Teori Pembelajaran Sosial, yang menyatakan bahwa manusia perlu belajar banyak melalui sumber yang tidak langsung, salah satunya adalah media (Bandura, 1986; McQuail, 2005:493;

dan Lesilolo, 2018). Pendapat tersebut didukung oleh paparan data hasil kuesioner, yang dinyatakan secara lugas terkait meningkatnya kinerja karyawan Bank Sinarmas. Para responden menyatakan bahwa setelah membaca buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, karena muatan informasi positif didalamnya, karyawan semakin terpacu untuk berprestasi agar semakin dihargai oleh sesama karyawan, atasan, dan juga pimpinannya. Sebagaimana diketahui bahwa aktualisasi diri dan penghargaan dari lingkungan sekitar telah menjadi suatu kebutuhan manusia (*cf* Maslow, 1954; Sukoco, 2007:6-7; dan Andjarwati, 2015).

Di lain sisi, mengacu kepada teori pendukung yaitu Teori Efek Media Massa, menjelaskan tentang adanya proses penyaringan informasi yang diterima oleh seseorang dari media dan memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku pembacanya (Mulyana, 2005; Baran & Davis, 2010:177; dan Falah, 2018). Seseorang tidak langsung menerima informasi secara penuh, namun akan melakukan proses penyaringan dari lingkungan sekitar, termasuk dari media massa (Baran & Davis, 2010; Siagian, 2015; dan Efendi, Astuti & Rahayu, 2017).

Sebagaimana buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* ini bahwa akan ada proses penyaringan muatan informasi didalam rubrik “Profil Karyawan Berprestasi”; “Informasi Perbankan”; “Kegiatan”; dan sebagainya. Adanya proses pertukaran informasi sesama karyawan, dalam hal ini, turut berkontribusi terhadap semangat dan motivasi kerja para karyawan (*cf* Ilmiyati, 2010; Ayuningtyas, 2014; dan Prabu & Wijayanti, 2016).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* dengan Peningkatan Kinerja Karyawan, dengan nilai r hitung

dari uji korelasi adalah 0.710. Hubungan tersebut dinilai “kuat dan positif”, karena berada pada koefisien 0.60 – 0.79, dengan nilai korelasi mendekati 1 (korelasi sangat tinggi). Hal itu juga didukung dengan hasil dari pengujian koefisien korelasi, yaitu 6.992, dengan tingkat signifikansi 0.05, sehingga terjadinya Peningkatan Kinerja Karyawan yang dipengaruhi oleh Membaca Buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* adalah sebesar 50.50%; sedangkan sisanya sebesar 49.50% adalah dipengaruhi oleh variasi lain.

Mengingat pentingnya peranan media internal bagi sebuah perusahaan, maka alangkah baiknya apabila Tim Redaksi menerbitkan buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* menjadi satu kali dalam setiap dua minggu; guna juga untuk menjaga keaktualan berita. Ke depannya, buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas* juga bisa menambahkan rubrik “Kuis” agar terjadi interaksi berupa komunikasi dua arah antara penerbit dan pembaca.

Bagi peneliti selanjutnya agar bisa dilakukan kajian yang mendalam seputar minat membaca karyawan atau peningkatan kinerja dari aspek lain, seperti: Gaya Kepemimpinan Atasan; Hubungan Interpersonal antara Bawahan dan Atasan; Hubungan Interpersonal Sesama Karyawan; dan sebagainya.²

Referensi

Abdurakhman, Omon & Radif Khotamir Rusli. (2018). “Teori Belajar dan Pembelajaran”. Tersedia secara online di: <https://unida.ac.id/ojs/jtdik/article/viewFile/302/173> [diakses di Jakarta,

²*Pernyataan:* Kami, dengan ini, menyatakan bahwa artikel ini merupakan karya kami yang orisinal sepenuhnya dan bebas dari segala bentuk plagiat. Artikel ini juga hanya dikirimkan untuk direviu dan diterbitkan dalam *MIMBAR PENDIDIKAN: Jurnal Indonesia untuk Kajian Pendidikan*. Kami bersedia untuk tidak menarik artikel ini, apabila memang diterima untuk diterbitkan oleh jurnal *MIMBAR PENDIDIKAN*. Demikian surat pernyataan ini kami buat, semoga pihak-pihak yang berkepentingan memakluminya.

- Indonesia: 20 Mei 2019].
- Agustini, Nur Annisa & Ninuk Purnaningsih. (2019). "Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi" dalam *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.16, No.1 [Februari], hlm.89-108.
- Akbar, Zarina & Robby Faryansyah. (2018). "Pengungkapan Diri di Media Sosial Ditinjau dari Kecemasan Sosial pada Remaja" dalam *Ikraith-Humaniora*, Volume 2(2), Juli, hlm.94-99. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/226387-pengungkapan-diri-di-media-sosial-ditinj-40d239f4.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 20 Mei 2019].
- Andjarwati, Tri. (2015). "Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi McClelland" dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol.1, No.1 [April], hlm.45-54. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/243527-motivasi-dari-sudut-pandang-teori-hirark-435de4b7.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Andjani, Made Dwi. (2009). "Media Relations sebagai Upaya Pembentuk Reputasi Organisasi" dalam *Jurnal Sultan Agung*, Vol.XLV, No.119 [September-Nopember], hlm.57-72. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/220092-none.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Anwar, Choerul. (2015). "Manajemen Konflik untuk Menciptakan Komunikasi yang Efektif: Studi Kasus di Departemen Purchasing PT Sumi Rubber Indonesia" dalam *Jurnal Interaksi*, Vol.4, No.2 [Juli], hlm.148-157.
- Arif, Mirrian Sjoifan. (2019). "Modul 1: Hubungan Antara Administrasi, Organisasi, dan Manajemen". Tersedia secara online di: <http://repository.ut.ac.id/3959/1/ADPU4217-M1.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Januari 2020].
- Arifuddin & Nanda Sukmawati Kartika. (2018). "Efek Eksploitasi Media Massa terhadap Popularitas Presiden Barack Obama di Kalangan Aktivistis Mahasiswa Kota Makassar". Tersedia secara online di: <https://media.neliti.com/media/publications/233760-efek-eksploitasi-media-massa-terhadap-po-ef6bedf0.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Astrid, A. Fauziah. (2017). "Eksistensi Media Internal sebagai Alat Kehumasan: Studi Kasus *Majalah Empati* PSMP Toddopuli Makassar" dalam *Jurnalisa*, Vol.03, No.01 [Mei], hlm.136-150.
- Astuti, Dyah Ayu Lestari Windi. (2006). "Penciptaan Sistem Penilaian Kinerja yang Efektif dengan Assessment Centre" dalam *Jurnal Manajemen*, Vol.6, No.1 [November], hlm.23-34. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/111940-ID-penciptaan-sistem-penilaian-kinerja-yang.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- A'yuna, Qurrata. (2015). "Kontribusi Peran Orangtua dan Guru Mata Pelajaran terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa" dalam *Jurnal Ilmiah Edukasi*, Vol.1, No.1 [Juni], hlm.1-19.
- Ayuningtyas, Arindha. (2014). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Karyawan dalam Promosi Jabatan di PT Harapan Jaya Globalindo". *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Administrasi FE UNY [Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta]. Tersedia secara online juga di: <https://eprints.uny.ac.id/15587/1/SKRIPSI%20FULL.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Bandura, Albert. (1986). *Social Foudation of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Baran, S.J. & D.K. Davis. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika, Terjemahan.
- Belkin, Nicholas J. & Alina Vickery. (1985). *Interaction in Information Systems Review Research from Document Retrieval to Knowledge-Based Systems*. London: British Library.
- Budijaji, Weksi. (2013). "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert" dalam *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, Vol.2, No.2 [Desember], hlm.127-133.
- Bukit, Benjamin, Tasman Malusa & Abdul Rahmat. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia: Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi*. Sleman, Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Chapman, Gary & Paul White. (2012). *The 5 Languages of Appreciation in the Workplace: Empowering Organizations by Encouraging People*. USA [United States of America]: Paperback.
- Christanto, Freddie Yeremia & Thomas Santoso. (2014). "Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di PT Wahana Kosmetika Indonesia" dalam *AGORA*, Vol.2, No.2. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/35967-ID-analisis-pelatihan-dan-pengembangan-sumber-daya-manusia-di-pt-wahana-kosmetika-i.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- "Corporate Secretary" dalam *Bank Sinarmas*. Tersedia secara online di: <https://www.banksinarmas.com/id/informasium/corporatesecretary> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].

- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. London: Sage, 4th edition.
- Daswati. (2012). "Implementasi Peran Kepemimpinan dengan Gaya Kepemimpinan Menuju Kesuksesan Organisasi" dalam *Jurnal Academica FISIP UNTAD*, Vol.04, No.01 [Pebruari], hlm.783-798. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/28515-ID-implementasi-peran-kepemimpinan-dengan-gaya-kepemimpinan-menuju-kesuksesan-organ.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Dewi, Ida Ayu Gede Bintang Praba & Komang Rahayu Indrawati. (2014). "Perilaku Mencatat dan Kemampuan Memori pada Proses Belajar" dalam *Jurnal Psikologi UDAYANA*, Vol.1, No.2, hlm.241-250.
- Djelantik, Sukawarsini *et al.* (2015). "Komunikasi Internasional dalam Era Informasi dan Perubahan Sosial di Indonesia". *Laporan Penelitian Tidak Diterbitkan*. Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UNPAR [Universitas Katolik Parahyangan]. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/12728-ID-komunikasi-internasional-dalam-era-informasi-dan-perubahan-sosial-di-indonesia.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Ecarnot, F. *et al.* (2015). "Writing a Scientific Article: A Step-by-Step Guide for Beginners" in *European Geriatric Medicine*, Volume 27, pp.1-8.
- Efendi, Agus, Puwani Indri Astuti & Nuryani Tri Rahayu. (2017). "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo" dalam *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol.18, No.2 [Agustus], hlm.12-24.
- Effendy, O.U. (2013). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Evita, Siti Noni, Wa Ode Zusnita Muizu & Raden Tri Wahyu Atmojo. (2017). "Penilaian Kinerja Karyawan dengan Menggunakan Metode Behaviorally Anchor Rating Scale dan Management by Objectives: Studi Kasus pada PT Qwords Company International" dalam *Pekbis Jurnal*, Vol.9, No.1 [Maret], hlm.18-32. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/164390-ID-penilaian-kinerja-karyawan-dengan-menggu.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Falah, Roby Johan. (2018). "Pilihan Media Massa sebagai Sumber Informasi bagi Remaja di Kelurahan Ngagel Rejo, Kota Surabaya". *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN [Universitas Islam Negeri] Sunan Ampel. Tersedia secara online juga di: http://digilib.uinsby.ac.id/24531/7/Roby%20Johan%20Falah_B76213085.pdf [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Falino, David F. (2012). *Manajemen Karyawan: Memimpin Karyawan dengan Sukses*. Jakarta: Penerbit Oryza, Terjemahan.
- Faturahman, Burhanudin Mukhamad. (2018). "Kepemimpinan dalam Budaya Organisasi" dalam *MADANI: Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, Vol.10, No.1, hlm.1-11. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/256948-kepemimpinan-dalam-budaya-organisasi-8826321c.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 10 Mei 2019].
- Fichas, Indra, Yunus Winoto & Tine Silvana. (2017). "Keberadaan 'House Journal' sebagai Media Komunikasi Internal di Lingkungan Suatu Lembaga: Studi pada Newsletter 'Gentra' Universitas Padjadjaran" dalam *PROMEDIA*, Vol.3, No.1, hlm.1-23.
- Fithri, Rizma. (2014). *Buku Perkuliahan: Psikologi Belajar*. Surabaya: Program Studi Psikologi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN [Universitas Islam Negeri] Sunan Ampel. Tersedia secara online juga di: <http://digilib.uinsby.ac.id/20086/1/Psikologi%20belajar.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 20 Mei 2019].
- Fitriah, Maria & Fadlya el-Arsya. (2011). "Berita Utama Surat Kabar Lokal di Bogor: Studi Analisis Isi pada Jurnal Bogor dan Radar Bogor" dalam *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.9, No.1 [Februari], hlm.11-19.
- Gandhi, Haililah Tri & Suci Destania. (2015). "Pengelolaan Media Internal 'Newsletter Legal & Corsec' PT Salim Ivomas Pratama Tbk Jakarta" dalam *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol.14, No.02 [November], hlm.192-205.
- Gardjito, Aldo Herlambang, Mochammad al-Musadieq & Gunawan Eko Nurtjahjono. (2014). "Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Karyawan Bagian Produksi PT Karmand Mitra Andalan Surabaya" dalam *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.13, No.1 [Agustus], hlm.1-8. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/83778-ID-pengaruh-motivasi-kerja-dan-lingkungan-k.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Golung, Anthonius M. (2015). "Studi tentang Pemanfaatan Majalah Ilmiah di UPT Perpustakaan UNSRAT oleh Mahasiswa UNSRAT Manado" dalam *Journal Acta Diurna*, Vol.IV, No.1. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/92481-ID-none.pdf> [diakses di

- Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Gomez-Mejia, Luis R. & Theresa M. Welbourne. (1987). "Compensation Strategy: An Overview and Future Steps" in *Human Resource Planning*, Volume 11(3), pp.173-189.
- Hananto, Prio. (2014). "Opinion Leader versus New Opinion Leader dalam Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus Selebtwit di Twitter untuk Komunikasi Pemasaran" dalam *Jurnal Interaksi*, Vol.3, No.2 [Juli], hlm.140-153. Tersedia secara online juga di: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/viewFile/8780/7106> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Hantono, Dedi & Diananta Pramitasari. (2018). "Aspek Perilaku Manusia sebagai Makhluk Individu dan Sosial pada Ruang Terbuka Publik" dalam *NATURE: National Academic Journal of Architecture*, Vol.5, No.2, hlm.85-93.
- Hardiansyah, Arisandi Tri, Aisyah Amelia & Mila Santika. (2018). "Kepuasan Kerja sebagai Faktor Terbentuknya Sikap Kerja Pegawai Negeri Sipil Kantor Kecamatan Klampis, Bangkalan" dalam *Kompetensi*, Vol 12, No 2, Oktober 2018, hlm.167-187.
- Helmi. (2016). "Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Mamuju Utara" dalam *e-Jurnal Katalogis*, Vol.4, No.2 [Februari], hlm.51-61. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/155569-ID-pengaruh-motivasi-terhadap-kinerja-pegaw.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 10 Mei 2019].
- Hidayat & Nurasyiah. (2017). "Pengaruh DIKLAT (Pendidikan dan Pelatihan) terhadap Prestasi Kerja Karyawan di Bank BPR Rokan Hulu" dalam *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol.6, No.1 [Januari], hlm.71-82. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/59148-ID-pengaruh-diklat-pendidikan-dan-pelatihan.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Ikhsan, Anwar. (2016). "Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Non-Dosen pada Universitas Mercu Buana Jakarta" dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.1 [Maret], hlm.17-35. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/97055-ID-analisis-pengaruh-budaya-organisasi-dan.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- 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 Tahun 2010". *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS [Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta]. Tersedia secara online juga di: <https://core.ac.uk/download/pdf/12348961.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Iskandar, Dhany. (2018). "Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan melalui Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Kepuasan Kerja dan Dampaknya terhadap Produktivitas Karyawan" dalam *Jurnal JIBEKA*, Vol.12, No.1, hlm.23-31. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/262602-strategi-peningkatan-kinerja-perusahaan-af4dc42c.PDF> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Jaali, La, Hafied Cangara & Hasrullah. (2013). "Peran Pemuka Pendapat (*Opinion Leader*) dalam Memelihara Kedamaian di Tengah Konflik Horizontal di Desa Wayame Ambon" dalam *KAREBA: Jurnal Komunikasi*, Vol.2, No.3 [Juli-September], hlm.251-258. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/96213-ID-none.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Jatmika, Septian Emma Dwi et al. (2019). *Buku Ajar: Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit K-Media. Tersedia secara online juga di: <http://eprints.uad.ac.id/15793/1/Buku%20Ajar%20Pengembangan%20Media%20Promosi%20Kesehatan.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Januari 2020].
- Jenkins, F. (2003). *Public Relations: Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Erlangga, Terjemahan.
- Juditha, Christiany. (2013). "Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online: Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews" dalam *Jurnal Pekommas*, Vol.16, No.3 [Desember], hlm.145-154. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-online-k.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Juwito. (2008). *Menulis Berita dan Feature's*. Surabaya: UNESA [Universitas Negeri Surabaya] University Press. Tersedia secara online juga di: http://eprints.upnjatim.ac.id/3071/2/Menulis_berita_dan_features_edit.pdf [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Kadarisman, M. (2009). "Pemberdayaan Karyawan dalam Birokrasi" dalam *SOCIAE POLITES: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.X, No.28, diterbitkan oleh UKI [Universitas Kristen Indonesia] di Jakarta, Indonesia.
- Khurotin, Nurul & Tri Wulida Afrianty. (2018).

- “Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di PT Beon Intermedia Cabang Malang” dalam *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.64, No.1 [November], hlm.195-203. Tersedia secara online juga di: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2746/3138> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Kristiyanti, Mariana. (2012). “Peran Indikator Kinerja dalam Mengukur Kinerja Manajemen” dalam *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, Vol.3, No.3 [September], hlm.103-123. Tersedia secara online juga di: <http://www.unaki.ac.id/ejournal/index.php/majalah-ilmiah-informatika/article/viewFile/79/116> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Krisyantono, R. (2012). *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kushariyadi. (2013). “Intervensi (Stimulasi Memori) Meningkatkan Fungsi Kognitif Lansia” dalam *Jurnal Ners*, Vol.8, No.2 [Oktober], hlm.317-329.
- Kusuma, Dirk Malaga. (2013). “Kinerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kantor Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Kutai Timur” dalam *Jurnal Administrasi Negara*, Vol.1, No.4.
- Kusumastuti, Frida. (2004). *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia, cetakan kedua.
- Lazarsfeld, Paul F. & Robert K. Merton. (2004). “Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action” in L. Bryson [ed]. *The Communication of Ideas*. New York: Harper, pp.95-118, reprinted.
- Lesilolo, Herly Janet. (2018). “Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura dalam Proses Belajar-Mengajar di Sekolah” dalam *KENOSIS*, Vol.4, No.2 [Desember], hlm.186-202.
- Lestari, Rani Dwi. (2017). “Quality News dan Popular News sebagai Trend Pemberitaan Media Online: Studi Deskriptif Kualitatif Trend Pemberitaan Quality News dan Popular News pada Media Online Nasional di Indonesia, Periode 2016” dalam *Channel*, Vol.5, No.1 [April], hlm.83-94.
- Likert, R.A. (1932). “Technique for the Measurement of Attitudes” in *Archives of Psychology*, Volume 140, pp.1-55.
- Lubis, Risa Kartika. (2015). “Hubungan antara Kerjasama Karyawan dengan Upaya Pencapaian Tujuan Perusahaan pada PT Bank Sumut” dalam *Jurnal Mantik Penusa*, Vol.17, No.1 [Juni], hlm.92-99.
- Maslow, Abraham H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Bros.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. New Delhi: Sage Publications, Ltd.
- Muafi. (2003). “Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan terhadap Kinerja Religius: Studi Empiris di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (SIER)” dalam *JSB: Jurnal Siasat Bisnis*, No.8, Vol.1, hlm.1-18.
- Muhammad, Maryam. (2016). “Pengaruh Motivasi dalam Pembelajaran” dalam *Lantanida Journal*, Vol.4, No.2, hlm.87-97. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/287678-pengaruh-motivasi-dalam-pembelajaran-dc0dd462.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 20 Mei 2019].
- Mulawarman, Krisna & Yeni Rosilawati. (2018). “Komunikasi Organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta untuk Meningkatkan Pelayanan” dalam *Jurnal Makna*, Vol.5, No.1, hlm.31-41.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, R. Henny Sri. (2014). “Kecenderungan Isi Rubrik Surat Pembaca di Harian Umum Pikiran Rakyat” dalam *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol.13, No.01 [Mei], hlm.20-34. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/142129-ID-kecenderungan-isi-rubrik-surat-pembaca-d.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Munfaridah, Siti. (2015). “Upaya Meningkatkan Motivasi Kerja dan Kreativitas dalam Kepemimpinan PAUD” dalam *Jurnal Kependidikan*, Vol.III, No.2 [November], hlm.163-182. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/104641-ID-upaya-meningkatkan-motivasi-kerja-dan-kr.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Nangka, Clarissa I.R. & Stefi Harilama. (2015). “Kontribusi Pelayanan Terbitan Berseri untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa di UPT Perpustakaan UNIMA” dalam *e-Journal Acta Diurna*, Vol.IV, No.3. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/94565-ID-kontribusi-pelayanan-terbitan-berseri-un.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Nasrih, Muhammad Lukman. (2010). “Analisis Hubungan Kepuasan Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan” dalam *Al-Iqtishad*, Vol.II, No.1 [Januari], hlm.155-180.
- Novia, Jessica. (2013). “Efektivitas Media Komunikasi Internal SMAK Kolese Santo Yusup” dalam *Jurnal e-Komunikasi*, Vol.I, No.1, hlm.1-10. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/76849-ID-efektivitas-media-komunikasi-internal-sm.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Nugrohadhi, Agung. (2017). “Pemanfaatan Publikasi

- Ilmiah di Perguruan Tinggi” dalam *Pustakaloka*, Vol.9, No.2 [November], hlm.266-282.
- Permatasari, Jundah Ayu, Mochammad al-Musadieq & Yuniadi Mayowan. (2015). “Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan: Studi pada PT BPR Gunung Ringgit Malang” dalam *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.25, No.1 [Agustus], hlm.1-9. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/86139-ID-pengaruh-disiplin-kerja-dan-motivasi-ker.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Prabu, Aldila Saga & Dewie Tri Wijayanti. (2016). “Pengaruh Penghargaan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Divisi Penjualan PT United Motors Center Suzuki Ahmad Yani, Surabaya” dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol.5, No.2, hlm.104-117.
- Pradipta, Rama. (2019). “Analisis Isi Rubrik Argumentasi Lembar Muda Harian Kompas”. *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Semarang: Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata. Tersedia secara online juga di: <http://repository.unika.ac.id/19550/1/14.M1.0061%20RAMA%20PRADIPTA%20%285.5%29.pdf%20COVER.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Januari 2020].
- Pramono, Nanok Hadi, Djahmur Hamid & Moehammad Djudi Mukzam. (2013). “Peranan Pemimpin dalam Memotivasi Karyawan: Studi Pada CV Tigi Cyber Computer Malang” dalam *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.6, No.2 [Desember], hlm.1-10. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/78119-ID-peranan-pemimpin-dalam-memotivasi-karyaw.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 10 Mei 2019].
- Prianto, Dwi. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prisgunanto, Ilham. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendikia.
- Rama, Aulia Putri & Belli Nasution. (2017). “Implementasi Nilai-nilai Jurnalistik dalam Penulisan Berita di Intranet sebagai Media Internal PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai” dalam *JOM FISIP*, Vol.4, No.2 [Oktober]. Hlm.1-12. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/208383-implementasi-nilai-nilai-jurnalistik-dal.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Rees, David & Richard McBain. (2007). *People Management: Teori dan Strategi (Tantangan dan Peluang)*. Jakarta: Penerbit Kencana, Terjemahan.
- Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rochmah, Reza Cindyayana. (2017). “Pengaruh Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal terhadap Kinerja Karyawan: Studi Perbandingan PT Angkasa Pura I Persero Bandara Adi Soemarmo Surakarta”. *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Surakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. Tersedia secara online juga di: <http://eprints.ums.ac.id/53028/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Samantha, Margaretha Linda. (2016). “Kepuasan Pelanggan dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide” dalam *Jurnal e-Komunikasi*, Vol.4, No.1, hlm.1-12. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/81212-ID-kepuasan-pelanggan-dalam-membaca-majalah.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Sanjaya, Muhammad Taufiek Rio. (2015). “Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Hotel Ros In Yogyakarta”. *Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan*. Yogyakarta: Jurusan Manajemen FE UNY [Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta]. Tersedia secara online juga di: https://eprints.uny.ac.id/28529/1/MuhammadTaufiekRioSanjaya_11408141044.pdf [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Saragih, M. Yoserizal. (2018). “Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik” dalam *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol.V, No.5, hlm.81-92.
- Sari, Elisa & Rina Dwiarti. (2018). “Pendekatan Hierarki Abraham Maslow pada Prestasi Kerja Karyawan PT Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta” dalam *JPSB: Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol.6, No.1, hlm.58-77.
- Sari, Putie Mayang & T.R. Pangaribuan. (2016). “Pengaruh Teknik 3M (Mengamati, Meniiru, Menambahi) terhadap Kemampuan Menulis Teks Berita oleh Siswa Kelas VIII SMP Budisatrya Medan, Tahun Pembelajaran 2015/2016”. Tersedia secara online di: <https://media.neliti.com/media/publications/135028-ID-pengaruh-teknik-3m-mengamati-meniiru-mena.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 10 Juni 2019].
- Senen, Syamsul Hadi & Siti Solihat. (2008). “Pengaruh Motivasi Kerja dan Kemampuan Kerja Karyawan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT Safilindo Permata” dalam *STRATEGIC: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, Vol.7, No.14 [September], hlm.1-15.
- Setiawan, Rony Ika. (2016). “Pengembangan Sumber

- Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang” dalam *PENATARAN: Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, Vol.1, No.1, hlm.23-35.
- Severin, J. et al. (2009). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan didalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group, Terjemahan.
- Siagian, Haidir Fitra. (2015). “Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Politik dalam Membentuk Opini Publik” dalam *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember 2015 : 17 – 26. Tersedia secara online juga di: <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/viewFile/2579/2418> [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Siagian, S.P. (2012). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Silitonga, Paul Parsaoran. (2015). “Analisis Pengaruh Tim Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT Ekoristi Berkarya” dalam *Jurnal Mantik Penusa*, Vol.18, No.2 [Desember], hlm.11-19.
- Simamora, H. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Sobirin, Achmad. (2018). “Modul 1: Organisasi dan Perilaku Organisasi”. Tersedia secara online di: <http://repository.ut.ac.id/4581/1/EKMA5101-M1.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Soegiharto, Sherly Valencia. (2017). “Sikap Karyawan Perusahaan X di Bali mengenai Isi Media Internal e-Newsletter” dalam *Jurnal e-Komunikasi*, Vol.5, No.1, hlm.1-13. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/185595-ID-sikap-karyawan-perusahaan-x-di-bali-meng.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 17 Mei 2019].
- Soliha, Euis & Hersugondo. (2008). “Kepemimpinan yang Efektif dan Perubahan Organisasi” dalam *FE: Fokus Ekonomi*, Vol.7, No.2 [Agustus], hlm.83-93. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/24400-ID-kepemimpinan-yang-efektif-dan-perubahan-organisasi.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Straubhaar, J., R. LaRose & L. Davenport. (2010). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Belmont, CA: Wadsworth, 6th edition.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukoco, Badri Munir. (2007). *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sukoco, Iwan & Dea Prameswari. (2017). “Human Capital Approach to Increasing Productivity of Human Resources Management” in *Jurnal AdBispreneur*, Vol.2, No.1 [April], pp.93-104.
- Suryani, Ni Kadek & Gede Agus Dian Maha Yoga. (2018). “Konflik dan Stres Kerja dalam Organisasi” dalam *Jurnal Widya Manajemen*, Vol.1, No.1 [November], hlm.99-113. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/298813-konflik-dan-stres-kerja-dalam-organisasi-d5830cc3.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 2 Mei 2019].
- Susanto, Azhar. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Gramedia.
- Syaputra, Aidil, Rendra Wasnury & Rovanita Rama. (2017). “Pengaruh Loyalitas Kerja dan Pelatihan Kerja terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak, Kota Pekanbaru” dalam *JOM Fekon*, Vol.4, No.1 [Februari], hlm.125-139. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/123316-ID-pengaruh-loyalitas-kerja-dan-pelatihan-k.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Tartono, S. (2005). *Menulis di Media Massa Gampang! Tips untuk Menulis di Media Massa Cetak*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Valentino, Michael & Bambang Haryadi. (2016). “Loyalitas Karyawan pada CV Trijaya Manunggal” dalam *AGORA*, Vol.4, No.2, hlm.328-337. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/55354-ID-none.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Wahidmurni. (2017). “Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif”. Tersedia secara online di: <http://repository.uin-malang.ac.id/1985/2/1985.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 10 Juni 2019].
- Wahyudiyono. (2016). “Penggunaan Portal Web oleh Kelompok Informasi Masyarakat di Kabupaten Lombok Barat” dalam *Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika*, Vol.5, No.2 [Agustus], hlm.111-119.
- Wahyuningsih, Lestari. (2013). “Tugas dan Fungsi Public Relation dalam Organisasi”. *Tugas Akhir Tidak Diterbitkan*. Yogyakarta: Program Studi Sekretari D-III, Fakultas Ekonomi UNY [Universitas Negeri Yogyakarta]. Tersedia secara online juga di: https://eprints.uny.ac.id/43513/1/TUGAS%20AKHIR_.pdf [diakses di Jakarta, Indonesia: 27 Mei 2019].
- Wangi, Ni Kadek Sri, I Made Nuridja & Wayan Bagia. (2014). “Analisis Belum Tercapainya Target Penjualan Elektronik dan Furniture: Sebuah Kajian dari Perspektif Manajemen Pemasaran”. Tersedia secara online di: <https://media.neliti.com/media/publications/5230-ID-analisis-belum-tercapainya-target-penjualan->

- [elektronik-dan-furniture-sebuah-kaji.pdf](#) [diakses di Jakarta, Indonesia: 1 Juni 2019].
- Wibowo. (2012). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada, edisi kelima.
- Wijaya, Tanto & Fransisca Andreani. (2015). “Pengaruh Motivasi dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sinar Jaya Abadi Bersama” dalam *AGORA*, Vol.3, No.2, hlm.37-45. Tersedia secara online juga di: <https://media.neliti.com/media/publications/36406-ID-pengaruh-motivasi-dan-kompensasi-terhadap-kinerja-karyawan-pada-pt-sinar-jaya-ab.pdf> [diakses di Jakarta, Indonesia: 20 Mei 2019].



Karyawan Bank Sinarmas

(Sumber: <https://www.rekrutmen.net>, 17/6/2019)

Adanya rubrik “Profil Karyawan Berprestasi” dalam buletin *Lensa Berita Bank Sinarmas*, berita itu akan memberikan rasa bangga kepada karyawan yang bersangkutan, serta memotivasi karyawan lain untuk turut-serta berprestasi dengan memberikan kontribusi kepada perusahaan. Adanya apresiasi dari perusahaan kepada karyawan, yang kemudian dipublikasikan, turut-serta akan meningkatkan keinginan seseorang, dalam hal ini karyawan lainnya, untuk dihargai.