

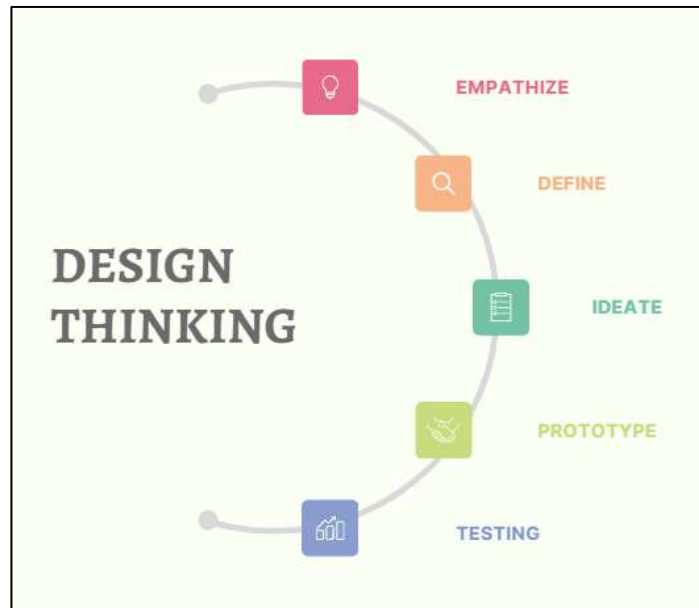
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi internal dapat dipahami sebagai pondasi dan bangunan dari sebuah budaya organisasi atau perusahaan. Adanya budaya suatu organisasi atau perusahaan yang telah di pegang teguh oleh karyawannya akan sangat mendukung proses pencapaian tujuan utama dari organisasi atau perusahaan tersebut [1]. Untuk membuat komunikasi internal yang mendukung dapat dilakukan dengan cara menyajikan informasi – informasi tersebut secara menarik dan terpusat. Komunikasi internal memegang peranan yang sangat penting dalam setiap organisasi. Lebih dari sekedar pertukaran informasi antara anggota tim atau departemen, komunikasi internal adalah fondasi di mana budaya organisasi dibangun dan dikembangkan [2]. Selain itu komunikasi internal juga merupakan gagasan di antara para *administrator* dan karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi), dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan langsung (operasi dan manajemen) [3]. Komunikasi internal juga tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi terkait perusahaan, tetapi juga memberikan wawasan mengenai budaya daerah yang terdapat di daerah sekitar perusahaan. Hal ini dapat memberikan pengetahuan baru kepada karyawan, sekaligus mempererat hubungan mereka dengan komunitas lokal yang ada di sekitar perusahaan.

PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC), sebagai perusahaan yang bergerak di bidang transportasi cepat, menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi internal secara efektif kepada karyawan yang tersebar di empat lokasi yang berbeda yaitu Jakarta (Halim), Karawang, Padalarang, dan Tegalluar Summarecon. Metode komunikasi internal yang digunakan saat ini tidak secara terpusat, seperti melalui grup WhatsApp, situs web, serta media sosial. Kondisi ini menyebabkan penyampaian informasi penting - seperti laporan utama, kegiatan internal, informasi layanan, hingga konten mengenai budaya daerah yang ada disekitaran jalur operational Whoosh tidak tersaji secara terstruktur dan menarik dalam satu wadah. Selain itu informasi belum terdokumentasikan secara baik hal ini menyebabkan sulitnya pencarian arsip data informasi ketika data tersebut dibutuhkan.

Permasalahan ini menuntut adanya solusi digital yang mampu menyediakan informasi komunikasi internal secara menarik dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk ke dalam kategori Penelitian Perancangan (*Design Research*) karena bertujuan untuk menghasilkan produk desain yang dapat di implementasikan secara langsung dalam konteks tertentu [4]. Pengembangan solusi dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yang berpusat pada kebutuhan pengguna menjadi kunci utama.



Gambar 1.1 Tahapan Design Thinking

Gambar 1.1 Tahapan *Desain Thinking* merupakan gambaran dari setiap proses pembuatan menggunakan metode *Design Thinking*. Melalui metode *Design Thinking* yang terdiri dari tahapan empati, perumusan masalah, pengembangan ide, pembuatan prototipe, dan pengujian secara interatif yang memiliki sifat *human centered* atau berpusat pada manusia [5]. Metode ini diterapkan untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar – benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan karyawan.

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

1.2.1 Masalah Utama

Selama pelaksanaan magang, ditemukan bahwa perusahaan belum memiliki media informasi internal yang terpusat dan terdokumentasi dengan baik, pencarian arsip data menjadi sulit. Selain menyediakan informasi internal perusahaan juga memerlukan *platform* yang dapat menyediakan konten terkait keberagaman budaya sekitar Perusahaan, yang mana

Perusahaan terbagi menjadi empat wilayah yaitu: Jakarta, Karawang, Padalarang dan Tegalluar Summarecon. Hal ini akan memberikan pengetahuan tambahan bagi karyawan, agar mereka dapat merasa lebih terhubung dengan lingkungan dan budaya lokal yang ada di sekitar proyek Perusahaan.

1.2.2 Solusi Yang Diberikan

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan majalah digital internal yang dapat menyatukan berbagai informasi perusahaan dalam satu *platform* yang terstruktur dan mudah untuk diakses, serta terdokumentasi dengan baik. Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan metode *design thinking* agar mendapatkan hasil yang informatif, menarik, dan fungsional. Penulis memilih pendekatan ini karena memiliki pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan pengguna, serta mendorong inovasi yang kreatif dan terstruktur.

1.3 Tujuan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk menciptakan sebuah majalah digital internal yang mampu menjadi media komunikasi visual terpusat di lingkungan PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC), sehingga dapat menyampaikan informasi perusahaan secara lebih terstruktur, menarik, dan mudah diakses oleh seluruh karyawan. Selain itu, majalah ini juga bertujuan untuk menyediakan dokumentasi informasi internal yang lebih rapi dan memudahkan pencarian arsip saat dibutuhkan, serta menggambarkan keberagaman budaya dari wilayah sekitar proyek Perusahaan. Kehadiran media yang bersifat visual dan komunikatif ini diharapkan mampu membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik, dan tidak kaku dalam penyebaran informasi internal perusahaan.

1.4 Batasan Masalah

Pada proyek akhir ini penulis hanya fokus pada perancangan desain tata Letak majalah digital dalam bentuk output PDF sebagai media komunikasi internal, tanpa mencakup proses pengumpulan informasi dan penyebaran informasi.

1.5 Penjadwalan Kerja

Tabel 1.1 Penjadwalan Kerja

No	Diskripsi Kerja	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Diskusi																
2.	Perancangan																
3.	Peninjauan																
4.	Revisi dan Penilaian																