

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan di Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif (Titis Gandariani, 2023). Dalam konteks tersebut, perusahaan dengan struktur organisasi yang kompleks, termasuk perusahaan besar seperti BUMN dan *holding company*, membutuhkan pengelolaan organisasi yang efektif agar dapat menjalankan operasional secara optimal (Muhammad Faisal, 2025). Selain itu, kompleksitas organisasi menuntut adanya sistem yang mampu mengintegrasikan berbagai fungsi perusahaan secara terkoordinasi guna mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh (Wijayanti et al., 2021).

Salah satu perusahaan BUMN yang tergabung dalam struktur *holding* adalah PT Pupuk Indonesia (Persero). Berdasarkan informasi pada laman resmi PT Pupuk Indonesia yang diakses pada 4 April 2026, perusahaan ini membawahi sejumlah anak perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi pupuk di Indonesia. Salah satu anak perusahaan tersebut adalah PT Pupuk Kujang yang berlokasi di Cikampek. Berdasarkan laman resmi PT Pupuk Kujang yang diakses pada 4 April 2026, perusahaan ini memiliki peran dalam memproduksi pupuk urea serta pupuk lainnya guna mendukung sektor pertanian nasional.

Berdasarkan informasi yang dimuat pada laman resmi PT Pupuk Kujang yang diakses pada 4 April 2026, perusahaan ini memiliki berbagai departemen yang mendukung kegiatan operasional dan manajerial perusahaan. Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, penulis melaksanakan kegiatan magang pada Departemen Komunikasi & Korporat, yaitu departemen yang berperan dalam mengelola komunikasi perusahaan kepada publik internal maupun eksternal. Dalam konteks organisasi, komunikasi internal menjadi bagian penting karena berfungsi menyampaikan informasi

kepada anggota organisasi serta membantu membangun pemahaman yang sejalan dengan tujuan organisasi (Gusmarani & Rajiyem, 2022). Oleh sebab itu, keberadaan media komunikasi internal menjadi elemen penting dalam menunjang kelancaran arus informasi di lingkungan perusahaan, karena media internal dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus jembatan komunikasi antara perusahaan dan karyawan (Monika & Zinaida, 2023)

Media komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi perusahaan kepada karyawan, tetapi juga berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik internal. Fichas (2017) menyatakan bahwa media internal berfungsi sebagai jembatan komunikasi organisasi yang menghubungkan perusahaan dengan karyawan dalam proses penyampaian informasi. Selain itu, Imanta (2018) menjelaskan bahwa majalah internal juga berperan sebagai sarana komunikasi dua arah karena dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sekaligus menampung aspirasi karyawan. Dengan demikian, keberadaan media komunikasi internal menjadi penting untuk mendukung kelancaran arus informasi dan komunikasi di dalam organisasi.

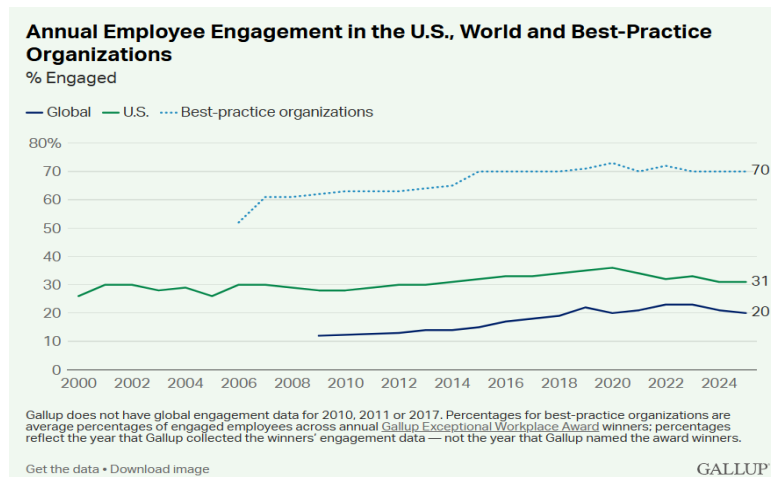
Namun agar media komunikasi internal dapat menjalankan fungsinya dengan baik, media tersebut perlu mampu menarik minat karyawan untuk membacanya. Minat baca merupakan perhatian dan perasaan senang seseorang terhadap aktivitas membaca yang mendorong individu untuk membaca atas kemauan sendiri. Chairiyah dan Achmad (2022) menjelaskan bahwa penggunaan desain grafis yang menarik dan sesuai dengan isi media dapat menimbulkan minat seseorang untuk membaca. Oleh karena itu, tampilan visual, tata letak, dan penyajian informasi pada suatu media menjadi aspek yang dapat memengaruhi minat baca pembaca.

Dalam konteks media komunikasi, desain visual memegang peran penting dalam membentuk daya tarik pembaca. Chairiyah dan Achmad (2022) membuktikan bahwa komunikasi visual pada desain grafis suatu media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat baca, dengan nilai

korelasi sebesar 0,767 yang menunjukkan hubungan yang kuat. Shanty (2024) juga menyatakan bahwa desain majalah yang menarik mampu meningkatkan minat baca pembaca terhadap suatu media. Selain itu, Andriyan, Agustine, dan Relawati (2022) menjelaskan bahwa pengolahan elemen visual seperti gambar, tipografi, dan tata letak yang baik dapat meningkatkan daya tarik media serta membuat penyajian informasi menjadi lebih menarik bagi pembaca. Saptodewo (2014) juga menjelaskan bahwa penggunaan infografis dapat membantu pembaca memahami informasi dengan lebih mudah. Oleh karena itu, aspek visual dan penyajian konten merupakan elemen yang perlu diperhatikan dalam pengembangan media komunikasi internal agar karyawan tertarik untuk membacanya.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap Majalah HARA, sebagian besar halaman masih didominasi paragraf panjang dengan pemanfaatan infografis yang terbatas serta belum dilengkapi fitur interaktif seperti *QR Code*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang pengembangan pada aspek visual, keterbacaan, pemahaman informasi, dan interaktivitas media sehingga diperlukan upaya pengembangan Majalah HARA sebagai media komunikasi internal PT Pupuk Kujang.

Perkembangan komunikasi internal pada perusahaan modern menunjukkan adanya perubahan tren dalam penggunaan media komunikasi perusahaan. Media komunikasi internal yang sebelumnya bersifat konvensional mulai berkembang ke arah *digital* agar penyampaian informasi dapat dilakukan secara lebih cepat, fleksibel, dan mudah diakses oleh karyawan. Deloitte (2023) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi *digital* dan *virtual* mulai mendorong organisasi untuk mengembangkan sistem kerja dan komunikasi perusahaan yang lebih fleksibel, terhubung, dan adaptif terhadap kebutuhan komunikasi modern.



Gambar 1. 1 *Annual Employee Engagement in the U.S., World, and Best-Practice Organizations*
(Sumber: Gallup (2024))

Berdasarkan data Gallup (2024), tingkat *employee engagement* global masih berada pada angka yang relatif rendah dibandingkan dengan *best-practice organizations*. Di Indonesia, perkembangan teknologi *digital* yang semakin pesat mendorong organisasi untuk terus beradaptasi dalam mengelola komunikasi internal (APJII, 2024). Sukatno et al. (2018) menjelaskan bahwa komunikasi internal merupakan proses penyampaian pesan antaranggota organisasi yang berperan dalam meningkatkan *employee engagement*. Dalam tugas akhir ini, *employee engagement* digunakan sebagai konteks untuk menunjukkan pentingnya keterlibatan karyawan terhadap media komunikasi internal perusahaan. Salah satu bentuk keterlibatan tersebut tercermin melalui minat baca karyawan terhadap Majalah Internal HARA sebagai media komunikasi internal PT Pupuk Kujang.

Penggunaan elemen visual, multimedia, *QR Code*, dan navigasi *digital* dinilai mampu meningkatkan keterlibatan pembaca serta mempermudah akses informasi perusahaan secara lebih fleksibel dan komunikatif. Selain itu, Ayuni dan Alatas (2025) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan *QR Code* pada media *digital* dapat mendukung penyampaian informasi yang lebih interaktif dan mudah diakses oleh pengguna. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis,

Majalah HARA saat ini masih belum memiliki unsur interaktif dalam penyajian medianya sehingga penyampaian informasi perusahaan kepada pembaca belum sepenuhnya mampu mendukung keterlibatan pembaca secara optimal.

Salah satu bentuk media komunikasi internal yang banyak digunakan dalam organisasi adalah majalah internal perusahaan atau *house journal* yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi organisasi kepada karyawan secara lebih terstruktur dan menarik (Wijayanti et al., 2021). Majalah internal tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan dan kegiatan perusahaan, tetapi juga berperan dalam membangun keterlibatan karyawan serta memperkuat identitas organisasi (Muhammad Faisal, 2025).

PT Pupuk Kujang memiliki beberapa media komunikasi internal yang dikelola untuk mendukung penyampaian informasi kepada karyawan, antara lain broadcast message Info PKC melalui WhatsApp, Majalah Internal HARA, *corporate event*, *town hall meeting*, dan DOF. Berbagai media komunikasi internal tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan perusahaan, kegiatan perusahaan, program kerja, serta informasi lain yang berkaitan dengan karyawan sebagai publik internal perusahaan. Salah satu media komunikasi internal yang digunakan adalah Majalah Internal HARA. Majalah HARA diterbitkan secara triwulanan (setiap tiga bulan) dalam bentuk cetak dan versi digital yang dipublikasikan melalui media internal perusahaan sehingga dapat diakses oleh seluruh karyawan PT Pupuk Kujang. Majalah ini memuat berbagai informasi mengenai kegiatan perusahaan, kebijakan organisasi, pencapaian perusahaan, profil karyawan, serta informasi lain yang mendukung komunikasi internal.

Keberadaan majalah internal memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi organisasi. Menurut Wijayanti et al. (2021), majalah internal perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi organisasi, tetapi juga berperan dalam membangun

keterlibatan karyawan serta memperkuat identitas organisasi. Oleh karena itu, media majalah internal perlu terus dikembangkan agar tetap relevan dengan kebutuhan pembaca serta perkembangan komunikasi perusahaan.

Kebutuhan akan pengembangan media majalah juga ditemukan pada organisasi lain. Menurut Andriyan, Agustine, dan Relawati (2022), media majalah pada PT Uman Surya Alam dirancang sebagai sarana penyampaian informasi perusahaan agar dapat disajikan secara lebih menarik kepada khalayak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengolahan elemen visual seperti gambar, tipografi, dan tata letak yang baik dapat meningkatkan daya tarik media serta mendorong minat baca pembaca terhadap informasi yang disampaikan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa majalah internal sebagai media komunikasi organisasi memerlukan pengelolaan yang baik, baik dari segi isi maupun penyajian visual, agar dapat mendorong minat baca karyawan. Oleh karena itu, Majalah Internal HARA sebagai salah satu media komunikasi internal PT Pupuk Kujang masih memiliki ruang pengembangan pada aspek visual dan penyajian informasi sehingga dapat mendukung ketertarikan karyawan dalam membaca media internal perusahaan. (Wardhani et al., 2022).



Gambar 1. 2 Tampilan Cover Majalah HARA Tahun 2025
(Sumber: Departemen Komunikasi & Korporat)

Tampilan *cover* Majalah HARA yang digunakan sebagai media komunikasi internal PT Pupuk Kujang. *Cover* majalah dirancang dengan

memperhatikan identitas visual perusahaan dan tema yang relevan pada setiap edisinya. Meskipun demikian, tampilan cover saja tidak cukup untuk mendorong minat baca karyawan apabila tidak didukung oleh penyajian isi yang menarik secara keseluruhan (Chairiyah & Achmad, 2022).

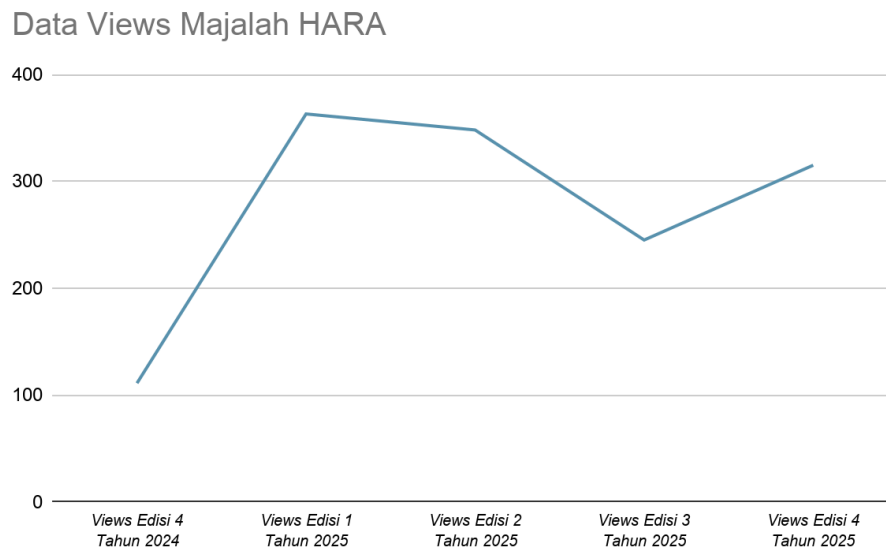


Gambar 1. 3 Tampilan Isi Majalah HARA Tahun 2025
(Sumber: Departemen Komunikasi & Korporat)

Berdasarkan observasi awal, sebagian besar halaman Majalah HARA masih didominasi paragraf panjang dengan minim pemanfaatan infografis dan elemen visual interaktif. Padahal, desain visual yang menarik memiliki peran penting dalam meningkatkan minat baca dan keterlibatan pembaca terhadap suatu media. Penelitian Shanty (2024) menunjukkan bahwa desain majalah yang menarik mampu meningkatkan minat baca.

Untuk memperkuat identifikasi masalah pada Majalah HARA, penulis melakukan wawancara dengan pengelola majalah dan tim humas PT Pupuk Kujang. Berdasarkan hasil wawancara dengan inisial HL dari Departemen Komunikasi & Korporat pada tanggal 16 April 2026, beliau menyatakan bahwa,

“Jumlah pembaca terhadap Majalah HARA masih perlu ditingkatkan. Harapannya, pada edisi 1 tahun 2026 jumlah pembaca dan keterlibatan terhadap majalah ini dapat lebih meningkat dibandingkan edisi sebelumnya.”



Gambar 1. 4 Data views Majalah HARA tahun 2024-2025
(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Berdasarkan data jumlah pembaca Majalah HARA, tingkat minat baca karyawan masih menunjukkan kondisi yang fluktuatif. Pada Edisi 4 Tahun 2024 jumlah *views* tercatat sebanyak 111 *views*, kemudian meningkat pada Edisi 1 Tahun 2025 menjadi 363 *views* dan Edisi 2 Tahun 2025 sebanyak 348 *views*. Namun, pada Edisi 3 Tahun 2025 jumlah *views* kembali mengalami penurunan menjadi 245 *views* sebelum meningkat kembali pada Edisi 4 Tahun 2025 menjadi 315 *views*.

Berdasarkan data perusahaan 2026, PT Pupuk Kujang memiliki sebanyak 987 karyawan. Dengan demikian, jumlah pembaca Majalah HARA pada setiap edisi masih berada pada persentase yang relatif kecil dibandingkan jumlah keseluruhan karyawan perusahaan. Sebagai contoh, pada Edisi 4 Tahun 2025 jumlah *views* tercatat sebanyak 315 *views* atau sekitar 31,9% dari total keseluruhan karyawan PT Pupuk Kujang. Bahkan pada Edisi 4 Tahun 2024 jumlah *views* hanya mencapai 111 *views* atau sekitar 11,2% dari total keseluruhan karyawan perusahaan. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pembaca Majalah HARA masih berfluktuasi dan belum menjangkau sebagian besar karyawan PT Pupuk Kujang. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat baca karyawan terhadap Majalah HARA masih perlu ditingkatkan sehingga

pengembangan media diperlukan untuk mendukung peningkatan daya tarik dan keterbacaan majalah sebagai media komunikasi internal perusahaan.

Selain itu, hasil wawancara dengan inisial RA dari Departemen Komunikasi & Korporat pada tanggal 16 April 2026, beliau menyatakan bahwa,

“Majalah HARA masih perlu dikembangkan, terutama pada tampilan visual, variasi layout, dan unsur interaktifnya. Kalau penyajiannya masih seperti sekarang, informasi memang ada, tetapi belum cukup menarik untuk membuat pembaca mengikuti isi majalah secara optimal.”

Hasil wawancara dengan inisial ST dari Departemen Administrasi Korporat pada tanggal 16 April 2026 juga menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam penyampaian informasi melalui Majalah HARA. Beliau menyatakan bahwa,

“Penyajian Majalah HARA masih perlu dikembangkan karena media ini belum sepenuhnya mampu mendukung penyampaian informasi internal perusahaan secara optimal. Tampilan majalah yang masih monoton dan kurang interaktif juga membuat informasi perusahaan belum tersampaikan secara lebih komunikatif kepada pembaca”.

Pernyataan ketiga narasumber tersebut menunjukkan bahwa Majalah HARA masih memiliki beberapa aspek yang perlu dikembangkan, terutama pada tampilan visual, tata letak (*layout*), penyajian informasi, dan unsur interaktif. Kondisi tersebut menyebabkan Majalah HARA belum mampu menarik minat karyawan untuk membaca secara optimal. Oleh karena itu, pengembangan Majalah HARA perlu dilakukan melalui pembaruan tampilan visual, penyempurnaan tata letak, penyajian informasi yang lebih menarik, serta penambahan unsur interaktif agar dapat meningkatkan minat baca karyawan terhadap Majalah HARA sebagai media internal perusahaan.

Tabel 1. 1 Ringkasan Hasil Wawancara dengan Responden terkait Majalah HARA
(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Aspek	Keterangan	Ringkasan Hasil Wawancara
Ketertarikan	Tampilan visual yang menarik mendorong ketertarikan pembaca	Sebagian besar informan menilai tampilan visual majalah masih kurang variatif dan kurang menarik.
Perhatian	Tata letak yang nyaman mendukung perhatian pembaca	<i>Layout</i> dinilai masih didominasi teks, terasa padat, komposisi teks-visual belum seimbang.
Perasaan senang	Penyajian yang menarik dan mudah dipahami mendorong perasaan senang membaca	Penyajian informasi dinilai minim elemen visual pendukung dan cenderung terlalu panjang.
Keterlibatan	Keterlibatan pembaca dalam mengikuti dan mengeksplorasi isi Majalah HARA.	Sebagian besar informan menilai keterlibatan pembaca masih rendah karena penyajian majalah cenderung statis. Beberapa informan mengusulkan penambahan fitur interaktif, seperti <i>QR Code</i> dan tombol navigasi.

Berdasarkan hasil wawancara terstruktur yang dilakukan kepada perwakilan 11 departemen di PT Pupuk Kujang, diketahui bahwa Majalah HARA masih memiliki beberapa aspek yang perlu dikembangkan untuk mendukung peningkatan minat baca karyawan. Sebagian besar informan menilai tampilan visual dan penyajian informasi yang masih monoton menyebabkan majalah belum mampu menarik ketertarikan dan mempertahankan perhatian pembaca. Selain itu, variasi isi atau rubrik yang masih terbatas membuat pengalaman membaca belum sepenuhnya memberikan perasaan senang. Informan juga menyampaikan bahwa penyajian majalah yang masih bersifat statis menyebabkan keterlibatan pembaca belum optimal serta mengusulkan penambahan fitur interaktif, seperti *QR Code* dan tombol navigasi, sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pengalaman membaca.

Untuk memperoleh gambaran kondisi awal Majalah Internal HARA, penulis melakukan penilaian terhadap majalah yang digunakan saat ini kepada

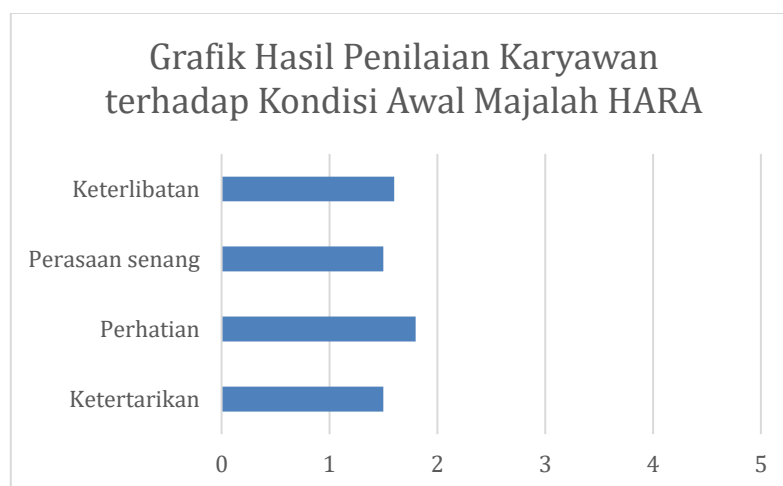
11 perwakilan departemen di PT Pupuk Kujang. Penilaian dilakukan menggunakan instrumen penilaian dengan skala Likert 1–5. Menurut Sugiyono (2019), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian setiap indikator dijadikan sebagai dasar dalam menyusun butir-butir instrumen berupa pernyataan. Pada penelitian ini, instrumen penilaian disusun berdasarkan empat indikator minat baca menurut Safari, yaitu ketertarikan, perhatian, perasaan senang, dan keterlibatan. Setiap indikator kemudian dioperasionalkan menjadi beberapa butir pernyataan yang disesuaikan dengan karakteristik Majalah Internal HARA. Penilaian dilakukan menggunakan lima alternatif jawaban, yaitu skor 1 (Sangat Tidak Setuju), skor 2 (Tidak Setuju), skor 3 (Netral), skor 4 (Setuju), dan skor 5 (Sangat Setuju).

Tabel 1. 2 Butir Pertanyaan dari Indikator Minat Baca
(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Indikator Minat Baca (Safari)	Butir Pertanyaan
Ketertarikan	Tampilan visual tata letak Majalah HARA menarik perhatian saya.
	<i>Cover</i> Majalah HARA membuat saya tertarik untuk membacanya.
Perhatian	Tata letak (<i>layout</i>) Majalah HARA memudahkan saya dalam membaca isi majalah.
	Jenis dan ukuran huruf pada Majalah HARA mudah dibaca.
	Komposisi antara teks dan visual pada Majalah HARA sudah seimbang.
Perasaan senang	Isi atau rubrik yang disajikan dalam Majalah HARA memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan.
	Saya merasa nyaman saat membaca Majalah HARA.

Keterlibatan	Saya terdorong untuk mengakses dan membaca Majalah HARA setiap kali edisi terbaru diterbitkan.
--------------	--

Data hasil penilaian kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif melalui perhitungan nilai rata-rata (*mean*) pada setiap butir pernyataan. Nilai rata-rata setiap indikator diperoleh dari rata-rata seluruh butir pernyataan yang mewakili indikator tersebut. Selanjutnya, hasil nilai rata-rata setiap indikator disajikan dalam bentuk grafik untuk memberikan gambaran kondisi awal Majalah Internal HARA (Susilowati, 2019).



Gambar 1. 5 Hasil Penilaian Karyawan Terhadap Kondisi Awal Majalah Hara (Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Berdasarkan Gambar 1.5, hasil penilaian terhadap kondisi awal Majalah Internal HARA dilakukan menggunakan empat indikator minat baca menurut Safari, yaitu ketertarikan, perhatian, perasaan senang, dan keterlibatan. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 1–5, dengan skor 1 berarti sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 netral, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju. Hasil penilaian menunjukkan bahwa indikator ketertarikan memperoleh nilai rata-rata sebesar 1,5, perhatian sebesar 1,8, perasaan senang sebesar 1,5, dan keterlibatan sebesar 1,6. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penilaian kondisi awal pada keempat indikator minat baca masih relatif rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Majalah Internal HARA masih perlu dikembangkan untuk mendukung peningkatan minat baca karyawan.

Rendahnya nilai pada keempat indikator tersebut sejalan dengan hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa Majalah Internal HARA masih didominasi oleh teks, memiliki tata letak yang monoton, penggunaan elemen visual yang terbatas, serta belum dilengkapi dengan fitur interaktif yang dapat meningkatkan pengalaman membaca. Selain itu, data jumlah *views* Majalah HARA yang masih rendah dibandingkan dengan jumlah karyawan PT Pupuk Kujang turut menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pembaca terhadap media komunikasi internal tersebut masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan Majalah Internal HARA agar lebih menarik, informatif, dan interaktif sehingga mampu meningkatkan minat baca karyawan terhadap Majalah Internal HARA sebagai media komunikasi internal PT Pupuk Kujang.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rendahnya minat baca karyawan terhadap Majalah HARA dipengaruhi oleh penyajian media yang masih perlu dikembangkan. Tampilan visual yang kurang menarik, tata letak yang masih monoton, komposisi teks dan visual yang belum seimbang, serta variasi rubrik yang masih terbatas menyebabkan Majalah HARA belum mampu menarik ketertarikan, mempertahankan perhatian, memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan, maupun mendorong keterlibatan pembaca secara optimal. Hal tersebut sejalan dengan indikator minat baca yang dikemukakan oleh Safari dalam Chairiyah dan Achmad (2022) yang meliputi perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan pembaca terhadap suatu media.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara, beberapa responden juga menyampaikan bahwa Majalah HARA akan lebih menarik apabila dilengkapi dengan unsur interaktif, seperti *QR Code* yang terhubung dengan informasi pendukung. Kehadiran unsur interaktif tersebut dinilai dapat meningkatkan pengalaman membaca sekaligus mendukung penyampaian informasi perusahaan secara lebih menarik dan komunikatif. Oleh karena itu, pengembangan Majalah HARA dilakukan melalui pembaruan tampilan visual, penyempurnaan penyajian konten, penataan ulang *layout*, serta penambahan unsur interaktif sebagai upaya meningkatkan minat baca karyawan terhadap media internal PT Pupuk Kujang.

Untuk memperkuat identifikasi kondisi awal Majalah HARA sebelum dilakukan pengembangan, penulis juga melakukan analisis SWOT yang digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Majalah HARA sebagai media komunikasi internal perusahaan. Analisis ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan arah pengembangan karya agar hasil pengembangan dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan pembaca Majalah HARA, khususnya dalam menghasilkan media internal yang lebih menarik dan mampu meningkatkan minat baca karyawan.

Tabel 1. 3 Analisis SWOT Majalah Hara
(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
Majalah HARA telah digunakan sebagai media komunikasi internal PT Pupuk Kujang untuk menyampaikan informasi perusahaan kepada karyawan. Majalah ini juga telah memuat informasi terkait kegiatan perusahaan, kebijakan organisasi, dan konten yang berkaitan dengan publik internal.	Penyajian <i>layout</i> majalah masih dapat dikembangkan agar lebih terstruktur, menarik, dan mudah dipahami. Komposisi antara elemen teks dan visual juga masih perlu diperhatikan agar informasi tidak terlihat terlalu padat. Selain itu, unsur interaktif pada majalah sebelumnya masih terbatas.
<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
Perkembangan media <i>digital</i> dan meningkatnya kebutuhan akan penyampaian informasi yang interaktif memberikan peluang bagi Majalah HARA untuk dikembangkan menjadi media komunikasi internal yang lebih menarik. Pemanfaatan fitur seperti tombol navigasi dan <i>QR Code</i> dapat mendukung penyampaian informasi yang lebih modern dan mudah diakses.	Perubahan preferensi karyawan terhadap informasi yang cepat dan ringkas dapat menjadi tantangan bagi keberlangsungan Majalah HARA apabila penyajiannya tidak menyesuaikan dengan kebutuhan pembaca.

Berdasarkan hasil pengamatan awal terhadap Majalah Internal HARA, penulis melihat adanya beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan SWOT. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kondisi awal Majalah HARA sebelum dilakukan pengembangan, sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan arah perbaikan karya.

Berdasarkan seluruh uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa rendahnya minat baca karyawan terhadap Majalah HARA berkaitan dengan penyajian media yang masih perlu dikembangkan. Kondisi tersebut diperkuat oleh data *views* Majalah HARA yang masih fluktuatif, hasil wawancara yang menunjukkan bahwa penyajian majalah belum mampu menarik minat baca karyawan, hasil penilaian terstruktur terhadap 11 departemen yang menunjukkan bahwa seluruh indikator minat baca masih berada pada kategori rendah dengan nilai rata-rata 1,5–1,8 dari skala 5, serta analisis SWOT yang mengidentifikasi kelemahan utama pada aspek tampilan visual, tata letak (*layout*), dan interaktivitas media. Oleh karena itu, dalam tugas akhir ini penulis melakukan pengembangan Majalah Internal HARA PT Pupuk Kujang melalui pembaruan tampilan visual, penyempurnaan tata letak (*layout*), penyajian isi atau rubrik, serta penambahan unsur interaktif berupa *QR Code* dan tombol navigasi sebagai upaya untuk meningkatkan minat baca karyawan terhadap media internal perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah rendahnya minat baca karyawan terhadap Majalah Internal HARA PT Pupuk Kujang yang disebabkan oleh tampilan visual yang kurang menarik, penyajian informasi yang masih didominasi teks, serta minimnya unsur interaktif pada media. Maka, diperlukan pengembangan Majalah HARA melalui pembaruan tata letak, penguatan elemen visual, dan penambahan unsur interaktif agar dapat meningkatkan minat baca karyawan terhadap media internal perusahaan.

1.3 Tujuan

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengembangkan Majalah Internal HARA PT Pupuk Kujang melalui pembaruan tata letak (*layout*), penguatan elemen visual, dan penambahan unsur interaktif, sehingga menghasilkan media komunikasi internal yang lebih menarik dan mampu meningkatkan minat baca karyawan. Pengembangan majalah ini menghasilkan luaran dalam dua format, yaitu format *digital* interaktif sebagai media utama yang dilengkapi tombol navigasi dan *QR Code*, serta format cetak sebagai bentuk fisik dari hasil pengembangan Majalah HARA.

1.4 Manfaat

Pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang komunikasi internal perusahaan.
- b. Mahasiswa memperoleh pengalaman dalam merancang dan mengembangkan media internal secara langsung.
- c. Mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola konten komunikasi organisasi serta merancang media komunikasi yang lebih inovatif.
- d. Mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan dalam bidang perancangan media komunikasi *digital* yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

1.4.2 Manfaat Bagi PT Pupuk Kujang

- a. Memberikan masukan bagi PT Pupuk Kujang, khususnya Departemen Komunikasi dan Administrasi Korporat, dalam mengembangkan Majalah HARA sebagai media komunikasi internal perusahaan.

- b. Membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas penyajian informasi melalui pengembangan konten yang lebih informatif dan mudah dipahami oleh karyawan.
- c. Mendukung pengembangan desain visual Majalah HARA yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan minat baca karyawan terhadap media internal perusahaan.
- d. Menghasilkan Majalah HARA dalam format *digital* interaktif dan format cetak sebagai referensi pengembangan media komunikasi internal PT Pupuk Kujang ke depannya.

1.4.3 Manfaat Bagi Masyarakat

- a. Memberikan informasi yang lebih mudah dipahami mengenai aktivitas dan peran PT Pupuk Kujang dalam mendukung sektor pertanian dan ketahanan pangan nasional.
- b. Meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pengembangan media komunikasi internal yang menarik dalam mendukung penyebaran informasi perusahaan secara optimal.
- c. Menjadi referensi bagi masyarakat, khususnya praktisi komunikasi dan desain grafis, dalam mengembangkan media komunikasi internal yang lebih menarik dan mudah dipahami.
- d. Memberikan kontribusi dalam pengembangan media komunikasi perusahaan yang lebih inovatif dan kreatif sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan di mata masyarakat.

1.5 Luaran

Luaran dari pelaksanaan tugas akhir ini adalah pengembangan Majalah Internal HARA PT Pupuk Kujang melalui pembaruan tata letak, penguatan elemen visual, serta penambahan fitur interaktif yang dihasilkan dalam dua bentuk, yaitu majalah digital interaktif dan majalah cetak. Majalah digital menjadi luaran utama yang dirancang untuk memudahkan distribusi dan akses informasi oleh karyawan serta dilengkapi unsur interaktif berupa tombol

navigasi dan QR Code yang terhubung dengan video pendukung. Sementara itu, majalah cetak digunakan sebagai media pendukung yang dapat dibaca secara langsung oleh karyawan dan menjadi bentuk dokumentasi fisik perusahaan. Kedua bentuk luaran tersebut memiliki isi dan desain yang sama, namun memiliki perbedaan pada fitur interaktif yang hanya dapat digunakan secara langsung pada versi digital. Pengembangan Majalah Internal HARA diharapkan dapat memberikan pengalaman membaca yang lebih menarik dan mendukung peningkatan minat baca karyawan PT Pupuk Kujang terhadap majalah internal perusahaan..