

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada motif karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca ‘Majalah Mandiri’. Pemilihan fokus penelitian ini mengenai motif karyawan PT Bank Mandiri membaca majalah internal, berlandaskan pada fenomena adanya dorongan individu mengkonsumsi suatu media untuk memperoleh suatu kepuasan atau hasil tertentu . Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications (U&G)*. Teori ini dipilih karena adanya *audiens* yang memiliki dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Adanya dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan tersebut dinamakan motif (McQuail 2011:177). Jadi peneliti menyimpulkan bahwa kebutuhan merupakan awal terjadinya motif. Dengan adanya motif tersebut *audiens* memilih dan menggunakan media (*U&G*) dan berharap mendapatkan suatu kepuasan. Namun penelitian ini hanya sampai pada dorongan atau motif apa yang membuat *audiens* menggunakan media tersebut.

Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa pengguna mempunyai wewenang, otonomi dan pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Sehingga media saling bersaing didalam memenuhi/memuaskan kebutuhan khalayak (Nurudin 2007:92). Teori ini juga meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial yakni teori *Uses and Gratifications* berangkat dari pandangan bahwa khalayak seringkali terbentuk berdasarkan kesamaan kebutuhan, kepentingan, dan selera individu. Banyak dari kesamaan tersebut memiliki asal mula sosial atau psikologis. Kedekatan relatif dengan media yang berbeda dihubungkan

dengan perbedaan pengharapan dan kepuasan yang dicari. Setiap manusia mempunyai dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan.

Motif untuk mengkonsumsi media menimbulkan harapan tertentu yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan (Kriyantono, 2009 : 206). Setelah berhasil memenuhi kebutuhan yang diinginkan melalui media maka munculah kepuasan setelah mengkonsumsi media tersebut.

Berdasarkan bacaan peneliti dari beberapa sumber, peneliti menyimpulkan bahwa motif yakni dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Hal ini sama dengan adanya dorongan yang kuat karyawan PT Bank Mandiri membaca 'Majalah Mandiri' karena ada karyawan yang sampai membawa pulang untuk membaca majalah tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yuli selaku *Human Resource* PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya, 'Majalah Mandiri' di terbitkan dan dibuat oleh *Public Relations* di Jakarta dan disebarakan kepada seluruh PT Bank Mandiri di seluruh Indonesia salah satunya di PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya. Bapak Yuli juga mengatakan, meskipun tidak ada kedekatan proximity (posisi) namun terdapat kemauan yang tinggi karyawan PT Bank Mandiri untuk membaca 'Majalah Mandiri. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui motif karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca majalah internal perusahaan (09 Maret 2017 Pk 16.15 WIB).

Fenomena ini diperkuat melalui wawancara dengan salah satu karyawan PT Bank Mandiri yang bernama Risa, beberapa karyawan PT

Bank Mandiri juga sering di jumpai membaca ‘Majalah Mandiri’ pada jam istirahat. Ada juga beberapa yang membawa pulang majalah tersebut. Risa juga menambahkan bahwa terdapat karyawan yang mengumpulkan dan menyimpan ‘Majalah Mandiri’ edisi bulan-bulan sebelumnya sebagai koleksi pribadi karena jika ‘Majalah Mandiri’ sudah menerbitkan edisi baru edisi yang lama bebas dimiliki oleh karyawan. Menurut observasi dari peneliti, fenomena ini tidak dijumpai di PT Bank Mandiri lainnya seperti kantor cabang Basuki Rachmat dan Raya Darmo. Dorongan karyawan untuk membaca ‘Majalah Mandiri’ tidak begitu besar selain di PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya.

Peneliti memilih PT Bank Mandiri untuk penelitian ini karena PT Bank Mandiri adalah bank yang berkantor pusat di Jakarta, dan merupakan bank terbesar di Indonesia dalam hal aset, pinjaman, dan deposit serta PT Bank Mandiri terpilih menjadi salah satu bank terbaik tahun 2017 dari 115 bank yang beroperasi di Indonesia (BeritaSatu.com). PT Bank Mandiri juga memiliki majalah internal yang pernah meraih juara. Menurut *website* bankmandiri.co.id, penghargaan yang diraih yakni penghargaan emas untuk ‘Majalah Mandiri’ edisi 358 Mei 2013, penghargaan perak untuk ‘Majalah Mandiri’ edisi 379 Maret 2014 dan penghargaan perunggu untuk ‘Majalah Mandiri’ edisi 364 Juli 2013 kategori *Digital innovation for Banking of Bank of Digital Services* untuk Bank Buku (BankMandiri.co.id). Selain itu, ‘Majalah Mandiri’ juga memperoleh penghargaan majalah PR Indonesia terbaik “*The 1st PR Indonesia Media Awards*” kategori BUMN pada tanggal 24 Maret 2016 (BankMandiri.co.id). Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yuli selaku *Human Resource* PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya, penghargaan untuk majalah internal tentunya tidak lepas

dari kerja keras *Public Relations* sebagai penanggung jawab ‘Majalah Mandiri’ (09 Maret 2017 Pk 16.25 WIB).

Alasan peneliti memilih karyawan PT Bank Mandiri cabang Tunjungan Plaza Surabaya karena jumlah karyawannya paling banyak dibanding cabang PT Bank Mandiri yang lain di Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Yuli selaku *Human Resource*, jumlah karyawan Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza diatas 100 orang sedangkan di cabang lainnya dibawah 100 orang (10 Maret 2017 Pk 13.20 WIB). Selain itu, PT Bank Mandiri cabang Tunjungan Plaza Surabaya merupakan pusat Bank Mandiri terbesar di Surabaya. Berikut adalah gambar *website* PT Bank Mandiri yang menunjukkan bahwa PT Bank Mandiri cabang Tunjungan Plaza Surabaya merupakan pusat Bank Mandiri terbesar di Surabaya.

Gambar 1.1

Bank Mandiri terbesar di Surabaya yakni Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya



Sumber: (<http://www.bankmandiri.co.id/resource/jaringan>)

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* yakni menjaga hubungan yang baik dengan karyawan (Jeffkins 2002:145).

Hubungan yang baik dengan karyawan dibutuhkan untuk mengupayakan pencapaian citra positif dan opini publik yang menguntungkan. Hal tersebut tidak terlepas dari bentuk komunikasi yang dilakukan. Komunikasi yang berlangsung antar karyawan atau perusahaan dengan publiknya tidak harus melalui tatap muka melainkan melalui media komunikasi. Salah satu media komunikasi *Public Relations* yang diterbitkan sendiri sebagai sarana informasi bagi karyawan perusahaan yakni majalah (Soemirat&Ardianto 2004:26)

Karyawan (*employee*) merupakan publik internal yang penting karena menjadi bagian utama dari unit usaha, perusahaan atau instansi (Ruslan 2014:271). Menurut Badrudin (2014:26) terdapat tiga sisi tingkat atau level manajemen *employee*. Yang pertama *Top Level Management* terdiri dari Direksi (BOD) dan *Chief Executive Officer* (CEO). Direksi adalah wakil dari Pemegang Saham, yaitu mereka dipilih oleh Pemegang Saham perusahaan. Demikian pula, *Chief Executive Officer* dipilih oleh Dewan Direksi dari suatu organisasi. *Chief Executive Officer* juga disebut *General Manager* (GM) atau *Managing Director* (MD) atau Presiden.

Middle Level Management terdiri dari Kepala Departemen (HOD), Manajer Cabang, dan Eksekutif Junior. Kepala Departemen adalah Manajer Keuangan, Manajer Pembelian, dan lain-lain. Manajer Cabang adalah kepala cabang atau unit lokal. Eksekutif Junior adalah Asisten Manajer Keuangan, Asisten Manajer Pembelian, dan lain-lain. Manajemen tingkat Tengah dipilih oleh Manajemen Tingkat Atas.

Low Level Management terdiri dari mandor dan pengawas. Mereka dipilih oleh manajemen tingkat menengah. Disebut juga tingkat Pengawas / Supervisor atau *First Line of Management*. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yuli selaku *Human Resource*, semua informasi yang terdapat di ‘Majalah Mandiri’ ditujukan kepada semua karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya mulai dari *top* hingga *low level management* (09 Maret 2017 Pk 16.45 WIB). Sehingga hasil wawancara dengan Bapak Yuli selaku *Human Resource* PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya dan pendapat Badrudin yang disebut dengan karyawan adalah seluruh individu yang berada di tiap-tiap divisi perusahaan mulai dari *top level management* hingga *low level management*.

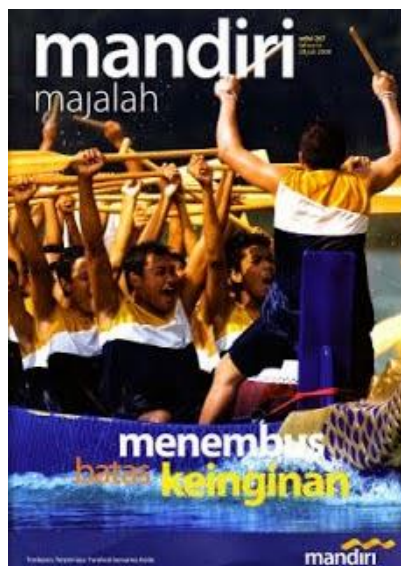
Menurut Siregar & Pasaribu (2000:17), tujuan penerbitan media internal adalah menginformasikan langkah organisasi dalam mencapai tujuan. Dengan demikian, setiap langkah organisasi dapat dipahami, dan selanjutnya mendapatkan dukungan dari sisi kepentingan pembaca, media internal diharapkan memuat informasi yang berguna bagi kehidupan pembaca itu. Media internal juga merupakan prioritas utama sebagai media atau alat untuk tujuan publikasi dan sebagai upaya penyampaian pesan-pesan atau informasi secara luas mengenai aktivitas *Public Relations* kepada publik sarasanya (*target audience*) (Ruslan 2014: 195). Hasil wawancara dengan Bapak Yuli selaku *Human Resource* PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya, PT Bank Mandiri juga menggunakan media internal berupa majalah untuk penyampain informasi kepada seluruh publik internalnya.

‘Majalah Mandiri’ merupakan majalah internal PT Bank Mandiri yang digunakan sebagai media komunikasi perusahaan dan diterbitkan oleh

Public Realtions internal PT Bank Mandiri. Menurut Bapak Yuli selaku *Human Resource*, ‘Majalah Mandiri’ berfungsi sebagai media informasi perusahaan untuk karyawan karena seluruh kegiatan dan aktivitas PT Bank Mandiri semuanya terdapat di majalah tersebut. Berikut adalah gambar majalah internal PT Bank Mandiri.

Gambar 1.2.

Majalah Internal PT Bank Mandiri



Sumber: www.google.co.id/majalah internal bank mandiri

Kehadiran ‘Majalah Mandiri’ adalah untuk menggantikan media internal yang sebelumnya berbentuk tabloid, dengan jumlah halaman pada tabloid 16 halaman.. Namun pada tahun 2016, Bank Mandiri melakukan perubahan dalam segala bidang, yaitu salah satu perubahan yang terjadi

yakni pada media internal perusahaan, media internal yang berbentuk tabloid berubah menjadi ‘Majalah Mandiri’. Hal yang mendasar pada perubahan tersebut dikarenakan ingin tampil beda, tampil lebih *elegant*, lebih berisi dan lebih *fresh*. ‘Majalah Mandiri’ terdiri atas 55 halaman yang didalamnya terdapat berbagai rubrik.

Menurut pengamatan peneliti, pergantian dari tabloid menjadi ‘Majalah Mandiri’ tentu juga membutuhkan pertimbangan maupun biaya yang cukup besar. *Public Relations* PT Bank Mandiri di Jakarta pun tentunya mengharapkan agar komunikasi internal berjalan lebih baik lagi dan dorongan karyawan untuk membaca di harapkan jauh lebih besar. ‘Majalah Mandiri’ di terbitkan satu bulan sekali dan dibagikan 7-10 eksemplar untuk tiap-tiap divisi PT Bank Mandiri di seluruh Indonesia. ‘Majalah Mandiri’ diletakan di rak ataupun sudut ruangan sehingga setiap karyawan baik dari *top level management hingga low level management* dapat membacanya kapan pun.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *survey* dengan metodologi kuantitatif. Tipe penelitiannya bersifat deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan secara runut dan mendalam terkait dengan temuan-temuan yang berhubungan dengan motif membaca para karyawan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori *Uses and Gratification* dan motif karyawan PT Bank Mandiri.

II.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di latar belakang, rumusan masalah penelitian ini adalah apa saja motif karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca ‘Majalah Mandiri’?

II.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini mendeskripsikan Motif Karyawan PT Bank Mandiri Kantor Wilayah Tunjungan Plaza Surabaya Membaca ‘Majalah Mandiri’.

II.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan lebih mudah dipahami sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, serta untuk memperjelas lingkup masalah yang dibahas, maka penelitian dibatasi pada beberapa hal berikut:

- a. Subjek dalam penelitian ini karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya
- b. Obyek yang diteliti yakni motif karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca ‘Majalah Mandiri’.
- c. Penelitian akan dilakukan di kantor pusat PT Bank Mandiri yang berlokasi di Jl. Basuki Rahmat No. 129-137, Surabaya.

II.5 Manfaat Penelitian

15.1 Teoritis :

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai kajian komunikasi dan wawasan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Motif dalam membaca majalah internal perusahaan.

15.2 Praktis :

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya, apa sebenarnya motif karyawan PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca ‘Majalah Mandiri’.

2. Sebagai referensi PT Bank Mandiri kantor wilayah Tunjungan Plaza untuk lebih meningkatkan majalah internal perusahaan jika karyawan tidak ada/ sedikit dorongan untuk membaca ‘Majalah Mandiri’.