

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada motif karyawan PT. PELINDO III dalam membaca Majalah Dermaga. Karyawan yang dimaksud ini adalah karyawan *back office* tetap PT. PELINDO III. Pemilihan fokus penelitian mengenai motif karyawan PELINDO III membaca Majalah Dermaga ini berlandaskan pada fenomena adanya dorongan individu mengkonsumsi suatu media untuk memperoleh suatu kepuasan atau hasil tertentu. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratification*. Teori ini digunakan karena adanya dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Adanya dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan tersebut dinamakan motif (Mc Quail, 2011:177). Dari hal tersebut peneliti berani untuk menyimpulkan bahwa adanya kebutuhan tersebut menjadi pendorong dari munculnya motif. Adanya motif ini *audiens* memilih dan menggunakan *Uses and Gratifications* dan berharap untuk mendapatkan kepuasan yang dicari dari mengkonsumsi media.

Menurut pendekatan *Uses and Gratifications*, khalayak sering kali terbentuk berdasarkan kesamaan kebutuhan, kepentingan, dan selera individu. Banyak dari kesamaan terlihat dari asal mula social atau psikologis. Kebutuhan semacam ini, misalnya untuk informasi, relaksasi, pertemanan, pengalihan, atau melarikan diri

(McQuail, 2011, p. 173). Menurut Denis McQuail, pendekatan ini juga diterapkan untuk mempelajari daya tarik elektronik yang baru (Perse, 1990). Kedekatan relative dengan media yang berbeda dihubungkan dengan perbedaan pengharapan dan kepuasan yang dicari.

Menurut Littlejohn (1998:600) pendekatan *Uses and Gratification* mengasumsikan audiens merupakan khalayak aktif dan mengarah pada satu tujuan. Media hanyalah dianggap sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhannya dan individu dapat saja memenuhi kebutuhannya itu melalui media atau cara lain (Kriyantono, 2006:381).

Hasil dari model nilai harapan diatas terbagi menjadi dua yaitu *Gratification Sought-GS* (kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained-GO* (kepuasan yang dirasakan), (McQuail, 2011:177). Ketika GO lebih tinggi daripada GS maka harapan yang diinginkan karyawan dalam mengkonsumsi Dermaga tercapai. Namun penelitian ini hanya sampai pada motif atau dorongan apa yang membuat *audiens* menggunakan media tersebut.

Menurut McQuail (2002:388) terdapat 4 (empat) indikator motif yang mampu mendorong seseorang untuk memutuskan mengkonsumsi suatu media tertentu. Diantaranya yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial serta hiburan. Setiap individu pasti memiliki motif yang berupa untuk mengkonsumsi suatu media, sehingga tujuan akhir

yang ingin dicapai tidaklah sama antar individu bergantung pada isi dari konten majalah tersebut.

Setelah peneliti membaca pengertian mengenai motif dari beberapa sumber, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa motif merupakan dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Hal ini serupa dengan adanya dorongan yang kuat karyawan PT. PELINDO III untuk membaca Majalah Dermaga dari awal terbentuknya majalah tersebut hingga kini setelah ada beberapa perubahan signifikan dari majalah cetak hingga ke majalah digital (*e-magazine*).

Salah satu kegiatan yang dilakukan *Public Relations* yakni menjaga hubungan yang baik dengan karyawan (Jefskin, 2002:145). Menjalinkan hubungan yang baik dengan karyawan ini dibutuhkan untuk mencapai citra positif dan opini publik yang baik. Komunikasi yang berlangsung antar karyawan tidaklah harus langsung bertatap 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). Menurut Rusdianto (2014:95) dalam penelitian terdahulu milik Amelinda dengan judul “*Motif Karyawan PT. Telekomunikasi Divre V Ketintang Surabaya dalam menggunakan portal.telkom.co.id*” Penggunaan media bagi seorang *Public Relations* merupakan hal yang mutlak digunakan dalam aktivitas *Public Relations*. Media adalah berbagai macam sarana penghubung yang diperlukan oleh *Public Relations* (mewakili organisasi) dengan publiknya untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan.

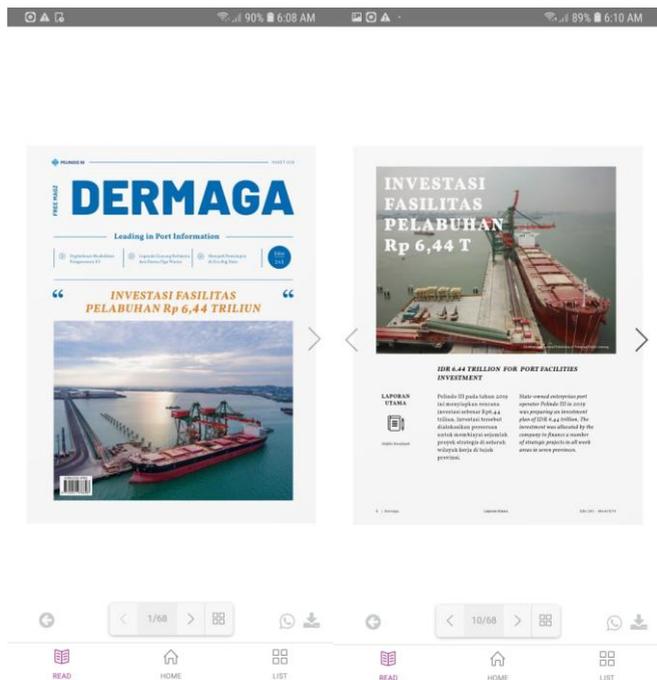
Penelitian ini menggunakan objek penelitian yang sama dengan penelitian terdahulu milik Hellen Yulisabana yang berjudul “*Motif Karyawan PT. Bank Mandiri Kantor Wilayah Tunjungan Plaza Surabaya membaca Majalah Mandiri*”. Namun perbedaan penelitian ini adalah dalam subyek penelitiannya, yaitu karyawan PT. Bank Mandiri dan PT. PELINDO III. Menurut Badrudin (2014:26) terdapat tiga tingkatan level manajemen *employee*. Yang pertama *Top Level Management* yang terdiri dari *Chief Executive Officer* dan para pemegang saham. Yang kedua ada *Middle Level Management* yang terdiri dari Kepala Departmen yang meliputi Manajer Keuangan, Manajer Pelayanan Kapal, Manajer Terminal, Manajer Sumber Daya Manusia dan lain sebagainya. Yang terakhir ada *Low Level Management* yang terdiri dari mandor dan pengawas (*supervisor*). Maka dari itu yang menjadi sumber data dari peneliti adalah seluruh karyawan tetap PT. PELINDO III bagian back office dari *top level management* hingga *low level management*.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fitria Kurniawati yang lebih akrab dengan sebutan Ibu Nia selaku *Human Resource* PT. PELINDO III E-Magazine ini pertama kali ada sejak tahun 2014, lalu untuk Majalah Dermaganya sendiri sudah berusia hampir 30 tahun. Ibu Nia mengatakan pada awal mulanya, Majalah Dermaga dibuat versi digitalnya, lalu sekarang sudah ada aplikasi tersendiri untuk mengakses Majalah Dermaga agar lebih mudah untuk mengaksesnya. Ibu Nia juga mengatakan karena adanya aplikasi tersebut, para karyawan selain lebih mudah juga lebih sering membaca majalah tersebut terutama disaat senggang.

Selain dengan Ibu Nia, penulis juga melakukan wawancara dengan Ibu Yurike selaku karyawan PT. PELINDO III. Beliau mengaku bahwa Ia dan rekan kantornya sering mengakses Majalah Dermaga melalui aplikasi tersebut ketika jam istirahat atau ketika pekerjaannya sudah terselesaikan sebelum jam pulang kerja. Hasil wawancara dengan Ibu Yurike ini semakin memperkuat fenomena yang ditemukan oleh peneliti setelah munculnya majalah digital terutama berupa aplikasi yang dapat diakses oleh seluruh karyawan, perlahan – lahan karyawan PT. PELINDO III lebih cenderung membaca E-Magazine Dermaga. Maka dari itu peneliti mengambil objek penelitian motif dimana terdapat dorongan kuat dari karyawan untuk membaca Dermaga, sehingga karyawan terus-menerus mengikuti perkembangan dari majalah ini. Dengan demikian peneliti menentukan subjek penelitian ini berfokus pada karyawan yang membaca Majalah Dermaga, baik dalam majalah cetak, web maupun aplikasi.

Gambar 1.1

## Tampilan Aplikasi Majalah Dermaga



Tak hanya itu, beberapa kali Majalah Dermaga ini memenangkan penghargaan yang bahkan berturut – turut dari tahun ke tahun dimana hal ini semakin mendukung fenomena yang ditemukan oleh peneliti.

Tabel 1.1

**Penghargaan Majalah Dermaga**

Tahun	Penghargaan	Kategori
2013	BUMN Corporate Secretary Public Relations Award	Pemenang Terbaik Pertama Kategori Newsletter-Majalah Internal
2014	BUMN Internal Media Awards 2014	Penghargaan Perunggu Kategori Majalah
2016	Indonesia Internal Magazine Award (InMA) 2016	Bronze Winner The Best of E-Magazine (InMA)
2017	Indonesia Internal Magazine Award (InMA) 2017	Bronze Winner The Best of E-Magazine (InMA)
2018	Indonesia Internal Magazine Award (InMA) 2018	Silver Winner The Best of E-Magazine (InMA)
2019	The Best of E-Magazine State Own Enterprise in InMA 2019	

Sumber : <https://www.pelindo.co.id/id/achievement>

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) atau lebih dikenal dengan sebutan Pelindo 3 merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam jasa layanan operator terminal pelabuhan. Perusahaan dibentuk berdasarkan Peraturan

Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 1991 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pelabuhan III Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Peraturan tersebut ditandatangani oleh Presiden Ke-2 Republik Indonesia Soeharto pada tanggal 19 Oktober 1991. Selanjutnya, pembentukan Pelindo 3 dituangkan dalam Akta Notaris Imas Fatimah, S.H., Nomor : 5, tanggal 1 Desember 1992 sebagaimana telah mengalami beberapa kali perubahan hingga perubahan terakhir dalam Akta Notaris Yatiningsih, S.H, M.H., Nomor: 72, tanggal 10 Juli 2015.

Sebagai operator terminal pelabuhan, Pelindo 3 mengelola 43 pelabuhan dengan 16 kantor cabang yang tersebar di tujuh propinsi di Indonesia meliputi Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Tengah, dan Kalimantan Selatan.

Keberadaan Pelindo 3 tak lepas dari wilayah Indonesia yang terbentuk atas jajaran pulau-pulau dari Sabang sampai Merauke. Sebagai jembatan penghubung antar pulau maupun antar negara, peranan pelabuhan sangat penting dalam keberlangsungan dan kelancaran arus distribusi logistik. Pelayanan terbaik dan maksimal merupakan komitmen Pelindo 3 untuk menjaga kelancaran arus logistik nasional. Komitmen itu tertuang dalam visi perusahaan Berkomitmen Memacu Integrasi Logistik dengan Layanan Jasa Pelabuhan yang Prima. Mendukung visi tersebut, Pelindo 3 menetapkan strategi-strategi yang dituangkan dalam Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) yang dievaluasi setiap 4 (empat) tahun sekali.

Peneliti memilih PT. PELINDO III untuk menjadi objek penelitian karena di PT. PELINDO ini PELINDO III lah yang menerbitkan majalah internal Dermaga, selain itu PT. PELINDO merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menguasai pelabuhan Tanjung Perak dan juga berpusat di Kota Surabaya.

Peneliti mengambil objek penelitian motif dikarenakan menurut Denis McQuail pendekatan *Uses and Gratifications* mengasumsikan audiens merupakan khalayak aktif dan mengarah pada satu tujuan. Media hanyalah dianggap sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhannya dan individu dapat saja memenuhi kebutuhannya itu melalui media atau cara lain (Kriyantono, 2006, p. 381). Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah harapan karyawan dalam membaca Dermaga telah tercapai. Disamping itu apakah dorongan kuat karyawan PELINDO III

## **I.2 Rumusan Masalah**

Apa Motif karyawan PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) III dalam membaca Majalah Dermaga?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apa motif karyawan PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) III dalam membaca Majalah Dermaga.

## **I.4 Batasan Masalah**

**Objek** : Objek yang diteliti oleh peneliti adalah motif karyawan PT. PELINDO III dalam membaca Majalah Dermaga.

**Subjek:** Subjek yang diteliti oleh peneliti adalah karyawan PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) III.

**Lokasi :** Lokasi yang akan menjadi tempat penelitian merupakan di Surabaya karena kantor pusat dari PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) III itu sendiri berada di Kota Surabaya.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

### **I.5.1 Manfaat Praktis**

Untuk memberikan informasi mengenai apa motif karyawan yang telah membaca Majalah Dermaga, juga untuk memberikan masukan pada perusahaan mengenai tanggapan dari para karyawan yang telah membaca Majalah tersebut.

### **I.5.2 Manfaat Teoritis**

Dapat dijadikan sebagai kajian atau referensi penelitian selanjutnya mengenai motif karyawan PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) III dalam membaca Majalah Dermaga.