

## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

#### **A. Temuan Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif analisis data merupakan tahap yang bermanfaat untuk menelaah data yang telah diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan.

Adapun dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang dapat menggambarkan peran media public relations internal sebagai penunjang kerja karyawan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero). Melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi data seperti melalui web resmi PT. Pelindo III (Persero) yang dilakukan dan diperoleh peneliti, juga ditemukan beberapa media public relations/Humas internal yang ada dan dijalankan oleh Humas PT. Pelindo III (Persero).

**1. Temuan penelitian tentang media public relations internal yang dijalankan oleh Humas PT. Pelindo III (Persero), diantaranya adalah sebagai berikut:**

a. Majalah Dermaga

Majalah Dermaga sebagai jembatan penghubung dalam menyampaikan berita perusahaan kepada publik intern perusahaan.

b. Slogan dalam pigora

Slogan yang tertulis di dalam pigora, merupakan peraturan perusahaan yang harus dipatuhi publik intern yang isinya adalah sebagai berikut: 5R yaitu rapi, resik, rawat, ringkas dan rajin. Dan 5S yaitu salam, senyum, sapa, sopan, santun.

c. Kaset Video dan CCTV

Kaset Video dan CCTV ada juga di Pelindo III, digunakan sebagai pemantau kegiatan kerja karyawan selama di kantor dan salah satunya adalah pada waktu kedatangan karyawan ketika masuk kerja.

d. Kotak Saran tapi berupa *E-mail*

Pendapat, saran dan keluhan yang ingin disampaikan oleh karyawan PT. Pelindo III (Persero) tidak di taruh kotak, tetapi kebanyakan dengan lewat E-mail. Jadi setiap karyawan yang ingin menyampaikan komentar, ide-ide, keluhan, atau

bahkan kecaman pedas terhadap atasan atau perusahaan bisa dengan melalui E-mail tersebut.

e. Obrolan Langsung

Obrolan Lansung juga dijalankan oleh Humas Pelindo III. Pertemuan secara *face to face* atau tatap muka dapat dimanfaatkan pegawai atau karyawan untuk mengajukan komentar, pertanyaan, dan menyatakan pendapat atau isi hatinya secara langsung pada pihak manajemen.

f. Piknik atau liburan bersama

Piknik adalah salah satu acara kekeluargaan yang sering diadakan di PT. Pelindo III (Persero).

## **2. Temuan penelitian tentang respon karyawan terhadap media public relations internal di PT. Pelindo III (Persero)**

Media humas internal yang ada di PT. Pelindo III ada 6 jenis mulai dari seperti majalah dermaga, slogan dalam pigora, kotak saran yang berupa *e-mail* , obrolan langsung, kaset video dan CCTV, serta piknik atau liburan bersama. Dan media-media tersebut mempunyai fungsi atau peran yang berbeda, karena dilihat dari jenis dan sifat media sendiri yang berbeda. Fungsi dari media-media tersebut berguna sekali sebagai penunjang kerja karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di perusahaan. Dan respon dari karyawan dengan adanya media public relations internal tersebut sangat baik semua, karena memang penyediaan media tadi

untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan dapat menunjang kerja mereka di perusahaan.

- Majalah Dermaga

Peneliti menemukan respon positif dari karyawan dengan adanya Majalah Dermaga, bahwa karyawan memanfaatkan dan menggunakan Majalah Dermaga tersebut untuk mencari informasi, berita dan menambah pengetahuan mengenai perusahaan yang dapat menunjang kerja mereka sehari-hari. Misal salah satu informasi yang termuat dalam Majalah Dermaga tentang informasi mengenai pelatihan dan workshop. Tidak dapat dipungkiri bahwa Majalah Dermaga merupakan sumber informasi bagi karyawan, dimana kebutuhan akan bacaan yang bermanfaat bagi mereka dan bacaan yang memberikan pengetahuan yang memang penting untuk karyawan ketahui.

Selain sebagai penyedia informasi berita dan menambah pengetahuan tentang perusahaan, Majalah Dermaga merupakan media yang dapat memberikan hiburan bagi karyawan yang membacanya. Respon atau tanggapan dari mereka positif terkait dengan adanya Majalah Dermaga tersebut, dimana kebutuhan akan bacaan yang bermanfaat bagi mereka dan bacaan yang memberikan pengetahuan yang memang penting untuk karyawan dapat diketahui. Dimana dengan adanya

Majalah Dermaga tersebut dengan kegunaan dan pemberian manfaat seperti yang dikatakan informan menunjukkan bahwa Majalah Dermaga sebagai media penunjang kerja karyawan PT. Pelindo III.

- Slogan dalam Pigora

Slogan yang tertulis di dalam pigora tersebut adalah sikap yang harus dita'ati oleh karyawan seperti: Resik, Rawat, Rapi, Ramah, Sopan, Santun. Adanya slogan tersebut ternyata mampu merespon karyawan yang membacanya. Karena ketika karyawan melihat dan membacanya, mereka seperti diingatkan dengan peraturan perusahaan yang berupa slogan tersebut. Berarti kan respon mereka baik dengan adanya slogan tersebut, yang berguna juga untuk menunjang kelancaran kegiatan kerja karyawan selama di kantor.

- Kaset Video & CCTV

Karyawan merespon positif dengan keberadaan Kaset Video dan CCTV dan menanggapi bahwa Kaset Video dan CCTV sebagai media pemantau atau pengawas bagi karyawan yang dapat merekam apa yang sedang dilakukan mereka di perusahaan. Bahkan rekaman dari CCTV tersebut ditayangkan langsung melalui televisi, seperti halnya saat kedatangan karyawan ketika masuk kerja. Jadi keberadaan dari Kaset Video dan CCTV tersebut menjadi alat penunjang kerja para karyawan

agar disiplin dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka di Perusahaan.

- Kotak Saran (E-mail)

Karyawan sangat merespon baik dengan adanya media penampung komentar karyawan melalui E-mail tersebut, karena dapat membuat karyawan merasa dihargai keberadaannya di perusahaan. Karena komentar dari para karyawan didengar, dan karyawan sendiri memanfaatkannya sebagai wadah penampung pendapat walaupun itu berupa keluhan, kritikan, atau pun saran dari mereka. Yang selanjutnya dapat mempengaruhi cara kerja karyawan, dimana mereka akan benar-benar serius dan lebih fokus dengan tugas dan tanggung jawabnya sebagai karyawan perusahaan karena mereka didengar di perusahaan.

- Obrolan Langsung

Karyawan menanggapi bahwa Obrolan Langsung sangat bermanfaat dan diperlukan mereka sebagai salah satu media untuk bisa *sharing* dengan atasan atau pihak manajemen. Berangkat dari adanya Obrolan Langsung tersebut, maka dengan sendirinya akan tercipta suasana kerja yang nyaman antara karyawan, atau atasan karena komunikasi terjalin dengan lancar dan efektif.

- Acara kekeluargaan

Adanya acara kekeluargaan yang berupa piknik atau liburan bersama membawa respon yang sangat positif dari karyawan. Dan sudah pasti karyawan merespon baik, karena untuk liburan dan *refresing* mereka sendiri. Acara Kekeluargaan juga dimanfaatkan karyawan sebagai ajang saling mengenal dan lebih akrab dengan sesama rekan kerja dan juga dengan atasan. Dimana suasana keakraban tersebut akan terbawa saat karyawan dan atasan tersebut kembali bekerja di kantor.

Ketika peneliti sedang melakukan wawancara dan observasi di PT. Pelindo III (Persero), dimana peneliti melihat dan merasakan langsung suasana hangat antara karyawan dan juga dengan atasan mereka di dalam ruangan kantor. Dan dari ke semua media public relations yang ada tersebut, berdasarkan hasil dari wawancara peneliti pada beberapa karyawan PT. Pelindo III (Persero) semua respon dari karyawan positif dan baik, karena adanya media public relations internal tersebut memang untuk memenuhi kebutuhan karyawan di kantor yang dapat menunjang dan mempengaruhi (baik itu berpengaruh langsung maupun tidak langsung) cara kerja karyawan di PT. Pelindo III (Persero). Dimana, media-media yang ada dan disediakan tersebut dapat mempengaruhi mood atau suasana hati karyawan sehingga nantinya akan lari pada cara bekerja mereka di perusahaan.

## B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Media public relations internal yang ada di PT. Pelindo III (Persero) memang tergolong mendukung kegiatan kerja karyawan. Tapi masih ada media public relations internal juga yang belum ada dan digunakan oleh Humas PT. Pelindo III (Persero). Media public relations internal yang ada di Pelindo III (Persero) mempunyai kemampuan dengan peran atau fungsi yang berbeda-beda dalam menunjang kerja karyawan, karena sifat dari media-media tersebut tidak sama dan tergantung dari respon karyawan juga dalam memanfaatkan media yang ada.

Berangkat dari temuan penelitian mengenai adanya media public relations yang dijalankan oleh Humas PT. Pelindo III dan juga respon dari karyawan dengan adanya media public relations internal tersebut menunjukkan bahwa adanya relevansi dari temuan penelitian dengan teori kesempurnaan media (*media richness theory*) yang memandang media komunikasi berdasarkan kemampuan media untuk menyampaikan informasi atau pada kemampuan media untuk memberikan umpan balik (feedback), isyarat non verbal, menjaga keutuhan pesan, dan menyajikan ekspresi emosi.

Asumsi teori ini bahwa jika tingkat kerancuan pesan dalam organisasi cukup tinggi, kita harus memilih jenis media komunikasi mana yang sesuai dengan hal tersebut. Teori kesempurnaan media menempatkan media pada suatu rangkaian berdasar pada



“kesempurnaan” mereka. Kesempurnaan digambarkan sebagai potensi media tersebut dalam menyampaikan informasi (Daft dan Lengel, 1984:196). Sebagai contoh, percakapan *face to face* adalah media yang paling kaya. Pengirim menerima umpan balik dengan segera dan seberapa baik penerima dalam mendengar dan memahami pesan tersebut. Ketika bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau isyarat lisan dari penerima menandakan adanya kebingungan atau merasa tidak tertarik dengan pembicaraan yang memperjelas pesan, atau meminta umpan balik pada si penerima. Dan sama juga dengan salah satu media public relations internal yang ada di Pelindo III yaitu lewat Obrolan Langsung yang dilakukan secara *face to face* juga.

Daft dan Lengel menyajikan penggunaan empat ukuran-ukuran kedalam suatu hirarki kesempurnaan media, mengatur dari tinggi ke derajat tingkat kesempurnaan rendah, untuk menggambarkan kapasitas media menetik untuk memproses komunikasi rancu di dalam organisasi. Teori media richness menggunakan empat ukuran-ukuran untuk menggolongkan media organisatoris dalam kaitan dengan daya dukung informasi :

- 1) *The speed of feedback*; (kecepatan menghantarkan umpan balik/umpan balik dapat didapatkan secara sekejap). Media-media public relations internal yang ada di Pelindo III mempunyai sifat yang berbeda dalam menghantarkan informasi, pengaruh, dan rangsangan kepada pemakai atau penggunanya. Dan berdasarkan

dari sifat yang dimiliki media tersebut, ada yang memiliki dan mampu menghantarkan umpan balik /umpan balik bisa didapatkan dengan cepat dan ada juga sebaliknya.

Dan di Pelindo III media public relations internal yang mempunyai ukuran atau kemampuan seperti penjelasan tersebut yaitu slogan dalam pigora. Slogan tentang perilaku yang harus dijaga tersebut mempunyai daya dukung yang cepat dalam mendapatkan umpan balik pada karyawan yang sedang membacanya. Karena slogan tersebut memberikan teguran dan peringatan, dan karyawan yang membacanya akan memberikan respon dengan merasa seperti mengoreksi diri sendiri, sudah merasa menjalankan dan mengikuti atau belum mereka dengan apa yang disampaikan perusahaan lewat media seperti slogan dalam pigora tersebut.

Selain itu,. ada Obrolan Langsung dan piknik atau liburan bersama. Karena keduanya dilakukan dengan komunikasi langsung atau *face to face*, sehingga mempunyai daya dukung yang cepat dalam menyampaikan informasi, karena para karyawan bisa berinteraksi dan berbicara langsung (*face to face*) dan umpan balik atau *feedback* dapat terjadi langsung ketika mereka saling bertukar informasi tersebut, dan tanggapan atau pendapat masing-masing saling diutarakan.

- 2) *The capacity to carry multiple cues, such as verbal and nonverbal cues*; (kapasitas untuk menghantarkan berbagai bentuk simbol, baik simbol verbal dan non verbal). Media public relations internal PT. Pelindo III yang tergolong mempunyai ukuran ini yaitu piknik dan liburan bersama karena dengan adanya ini semua pesan baik itu penyampaian secara langsung maupun tidak langsung, baik itu dengan simbol verbal ataupun non verbal, keduanya dapat terjadi di dalam Acara Kekeluargaan yang sedang berlangsung tersebut. Selain itu ada Obrolan Langsung juga, dimana bisa dilakukan sewaktu karyawan ada di kantor dengan bahasa yang luwes seperti *sharing* atau curhat.
- 3) *The ability to use natural language; and* (kemampuan (kualitas) penggunaan sealami bahasa aslinya). Media public relations internal PT. Pelindo III yang tergolong pada ukuran ini yaitu piknik dan liburan bersama. Karena lewat media tersebut, setiap karyawan bisa berbicara tidak formal atau resmi dengan sesama karyawan dan dengan atasan nya.
- 4) *The degree of personal focus* (tingkat hubungan personal). Kemampuan media untuk mengantarkan perasaan personal dan emosi dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Contoh media public relations internal di Pelindo III yang mempunyai ukuran ini adalah Obrolan Langsung serta piknik dan liburan bersama juga. Karena

keduanya memungkinkan untuk berinteraksi secara langsung atau tatap muka tanpa melalui perantara.

Teori Media Richness menempatkan Komunikasi Face-To-Face sebagai medium komunikasi yang paling kaya di (dalam) hirarki yang diikuti telepon, pos elektronik, surat, catatan, memo, laporan khusus, dan yang terakhir, flyer dan buletin. Dan media public relations internal yang ada di PT. Pelindo III (Persero) yang memungkinkan untuk berkomunikasi secara *face to face* (tatap muka) ialah dengan Obrolan Langsung dan Acara Kekeluargaan (piknik dan liburan bersama) yang diikuti dengan e-mail, slogan, majalah dermaga, serta kaset video dan CCTV. Dengan adanya media tersebut, dimana karyawan bisa langsung menyampaikan informasi dan mendengar langsung tanggapan mengenai pembahasan. Setiap karyawan maupun pimpinan juga bisa lebih luwes dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan masing-masing.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat dilihat bahwa setiap media public relations internal baik itu jurnal internal (Majalah Dermaga), Papan Pengumuman (slogan dalam pigora), Kaset Video & CCTV, Kotak Saran (lewat E-mail), Obrolan Langsung, dan Acara Kekeluargaan (piknik dan liburan bersama) mempunyai porsi ukuran kemampuan media masing-masing dalam menyampaikan informasi kepada karyawan, dimana media-media tersebut berperan sebagai penunjang pekerjaan mereka.

Begitu penting peran media karena setiap media mempunyai sifat yang berbeda dan dalam hal penggunaannya juga. Peran media sangat penting sekali dalam suatu proses komunikasi, karena supaya kegiatan dalam proses komunikasi tersebut dapat berjalan lancar. Peran media public relations internal yang ada dan dijalankan di Pelindo III sangat berguna sekali bagi kerja karyawannya untuk menunjang aktivitas kerja mereka agar berjalan lancar guna kemajuan perusahaan. *Internal public relations* atau Humas internal mempunyai tanggung jawab kepada publik intern perusahaan termasuk di antaranya yaitu karyawan perusahaan. Dan suasana di dalam PT. Pelindo III (persero) juga menjadi target *internal public relations* atau Humas Internal, terutama suasana di antara karyawan, dan karyawan dengan atasan.

Supaya mencapai targetnya, Humas internal Pelindo III butuh atau perlu menggunakan media public relations internal untuk menjangkau karyawannya. Media public relations internal tersebut bisa berupa alat atau program kegiatan yang digunakan oleh perusahaan lewat kebijakan Public Relations atau Humas Internal. Dan media public relations internal yang ada dan yang dijalankan oleh Humas Internal Pelindo III ada enam jenis media yaitu, Jurnal Internal yang berupa Majalah Dermaga, Papan Pengumuman yang berupa Slogan yang tertulis di pigora, Kaset Video dan CCTV, Kotak Saran (E-mail), Obrolan Langsung, dan Acara Kekeluargaan (seperti piknik dan liburan bersama). Respon dari penggunaannya yaitu karyawan juga sangat baik

dan positif, karena penyediaan media public relations internal tersebut untuk memenuhi kebutuhan karyawan yang dapat menunjang kerja mereka di kantor.

Dalam dunia kerja dibutuhkan sekali sebuah penunjang kerja yang dapat memperlancar proses komunikasi mengenai pekerjaan dan kegiatan yang sedang berlangsung. Media public relations internal yang ada dan yang dijalankan di Pelindo III tersebut merupakan alat dan sarana penunjang kerja bagi karyawan Pelindo III. Karena Pelindo III juga merupakan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab besar sekali yaitu sebagai operator pelabuhan dan mempunyai banyak karyawan, pasti media public relations internal sangat diperlukan sekali sebagai penunjang kerja para karyawannya.