

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Setting Penelitian

1. Profil PT Jasa Marga (Persero) Tbk cabang Surabaya-Gempol

Meningkatnya pertumbuhan kota-kota di Indonesia sejak pelita I disertai juga dengan meningkatnya kegiatan sosial ekonomi masyarakat sehingga pada akhirnya ikut mendorong peningkatan volume lalu lintas. Jalan arteri yang seharusnya digunakan untuk lalu lintas jarak jauh telah bercampur fungsinya, baik dengan jalan kolektor maupun jalan lokal. Keadaan seperti itu menimbulkan kemacetan lalu lintas dan menghambat roda ekonomi. Hal inilah yang mendasari pertimbangan untuk membangun jalan arteri yang bertipe bebas hambatan.

PT Jasa Marga berawal dari ketika jalan bebas hambatan pertama yang menghubungkan Jakarta dan Bogor selesai dibangun pada tahun 1978. Berdasarkan pertimbangan agar biaya pengoperasian dan pemeliharaan dapat dilakukan secara mandiri tanpa membebani anggaran pemerintah, Menteri Pekerjaan Umum saat itu, Ir. Sutami mengusulkan pendirian sebuah persero untuk mengelola jalan tersebut. Diterbitkanlah Peraturan Pemerintah No. 4 tahun 1978 tentang Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia untuk pendirian persero.

Tanggal 1 Maret 1978 berdirilah PT Jasa Marga (Persero) dengan tujuan menyelenggarakan jalan tol di Indonesia. Perusahaan berubah menjadi perusahaan terbuka dan disahkan melalui SK Menteri Hukum & Hak Asasi

Manusia No. W7-10487 HT.01.04-TH2007 tanggal 21 September 2007. Jasa Marga Cabang Surabaya – Gempol (JM Surgem) merupakan salah satu dari 9 cabang yang mulai dioperasikan tahun 1986 melalui Keputusan Presiden No. 38 Tahun 1986 dan Keputusan Direksi PT Jasa Marga (Persero) No. 056/KPTS/JM/VI/86 tanggal 26 Juni 1986.

PT. Jasa Marga (Persero) cabang Surabaya-Gempol merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengembangan dan pengoperasian jalan tol Perusahaan ini menjadi salah satu cabang dari PT. Jasa Marga (Persero) yang ada di Indonesia. Jalan Tol Surabaya-Gempol memiliki panjang jalan 49 km membentang, di 3 daerah TK. II, Kodya Surabaya, Kota Sidoarjo dan Kabupaten Pasuruan. Jalan Tol Surabaya-Gempol ini merupakan pintu gerbang bagi kota Surabaya yang mempunyai peran strategis bagi kelancaran arus transportasi barang dan penumpang dari dan arah tujuan. Kantor PTJasa Marga (Persero) cabang Surabaya-Gempol yang terletak di daerah Mayjen Sungkono ini mempunyai 10 Gerbang Tol yaitu meliputi Gerbang Tol daerah Kota Satelit , Banyu Urip, Dupak 1 dan 2, Dupak 3, Gunung Sari, Waru Utama, Waru I dan Ramp, Sidoarjo, Porong dan Gerbang Tol Gempol.

Jalan tol Surabaya – Gempol sepanjang 49 km melintasi tiga daerah yaitu Surabaya, Sidoarjo, dan Pasuruan. Kelengkapan Infrastruktur perusahaan meliputi:

1. Jalan Tol

Jalan tol sepanjang 12 km mulai km 04+700 sampai 16+700 terdiri dari 2 jalur dan 6 lajur yang masing-masing jalur dibatasi median selebar 2,5 m

serta bahu jalan selebar 2,5 m. Jalan tol sepanjang 26,3 km mulai km 16+700 sampai km 43+000 terdiri dari 2 jalur dan 4 lajur serta bahu jalan selebar 2,5 km. 7 simpang susun (interchange), 5 persilangan sebidang (intersection), 1 jembatan Soerjo yang panjangnya 1.050 m dan 32 jembatan sungai sepanjang 3.052 m.

2. Jalan Penghubung

Jalan penghubung yang panjangnya 11,1 km berfungsi untuk meningkatkan manfaat ruas tol. Sepanjang 0,6 km memiliki 6 (enam) lajur, 2,7 km memiliki 4 (empat) lajur dan 7,8 km memiliki 2 (dua) lajur.

3. Bangunan Pelengkap Jalan

Jumlah bangunan pelengkap jalan meliputi 21 jembatan lintas atas sepanjang 1.679 m, 6 jembatan lintas bawah sepanjang 215 m, 2 jembatan pejalan kaki, 369 gorong-gorong sepanjang 12.351 m dan 183 saluran terbuka sepanjang 3.318 m.

4. Sarana Pelengkap Jalan

Sarana pelengkap terdiri dari pagar jembatan 14.000 m, guardrail 42.600 m, MCB 15,7 km, lampu PJU 1.920 titik, serta rambu-rambu lalu lintas dan marka jalan.

5. Bangunan-Bangunan

Bangunan-bangunan terdiri dari 1 kantor cabang Jasa Marga, 1 masjid, 9 kantor gerbang tol, 77 gardu tol, 2 tempat peristirahatan di km 26 jalur A dan di km 25 jalur B., serta bangunan pusat pelayanan lalu lintas di km 16+700 jalur A dan B.

6. Teknologi Informasi

Untuk memonitor, mengakses, mengolah dan melaporkan data operasional, Jasa Marga Surgem telah memanfaatkan Teknologi Informasi. Sistem Aplikasi yang digunakan antara lain: pelayanan lalu lintas berupa perangkat VMS. Hal tersebut didukung dengan infrastruktur *Local Area Network* (LAN) untuk intranet / internet dan sistem jaringan yang memadai.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan modern dalam bidang pengembangan dan pengoperasian jalan tol, serta menjadi pemimpin (leader) dalam industri jalan tol dengan mengoperasikan jalan tol di Indonesia serta memiliki daya saing yang tinggi di tingkat nasional dan regional

Misi:

1. Menambah panjang jalan tol secara berkesinambungan, sehingga perusahaan menguasai paling sedikit 50% panjang jalan tol di Indonesia.
2. Usaha terkait lainnya dengan memaksimalkan pemanfaatan potensi keuangan perusahaan.
3. Meningkatkan mutu dan efisiensi jasa pelayanan jalan tol melalui penggunaan teknologi yang optimal dan penerapan kaidah-kaidah manajemen perusahaan modern dengan tata kelola yang baik.

3. Budaya Kerja Jasa Marga cabang Surgem 1-3-6

Tata Nilai

1. Safety

bekerja secara aman dengan meminimalkan risiko dan patuh terhadap peraturan yang berlaku.

Sasaran Mutu :

- Kecelakaan Nihil
- Tidak ada Ganguan Kamtibnas

2. Utama

Mengutamakan pelayanan yang “Lancar, Aman dan Nyaman” serta peduli terhadap keinginan/kepuasan pelanggan.

Sasaran Mutu :

- Kepuasan Pelanggan Gol I & Non Gol I
- Jumlah Gardu Operasi
- Zero Pothole, Tingkat Kerataan

3. Responsif

Bertindak cepat dan tepat dengan semangat “Tanggap, Tangguh dan Terpercaya dan mengikuti perkembangan.

Sasaran Mutu :

- Respon Time (Ambulance, Patroli)
- Percepatan Penanganan Keluhan Pelanggan

4. Giat

Melakukan perbaikan berkesinambungan secara aktif, kreatif dan inovatif di segala bidang & bekerja secara professional.

Sasaran Mutu :

- Jumlah Inovasi
- Jumlah Perbaikan Sistem Kerja
- Jumlah keterlibatan Karyawan dalam Inovasi

5. Efektif dan Efisien

Bekerja secara efektif dan efisien dengan menerapkan Sistem Manajemen Mutu dan K3 guna mencapai kinerja ekselen.

Sasaran Mutu :

- Realisasi target
- Pencapaian Program RKAP > 100%

6. Mitra

Menjalinkan kerjasama antar karyawan, pelanggan dan mitra kerja.

Sasaran Mutu :

- Kepuasan Karyawan Mitra Kerja, Pemasok dan Pelanggan
- PKBL : Jumlah Penyaluran & Kolektibilitas⁵⁶

⁵⁶ Dokumentasi PT Jasa Marga

New Median adalah media internal yang ada di PT Jasa Marga (persero) TBK Cabang Surabaya-Gempol berbentuk majalah. Sebelum menjadi New Median, media internal ini bernama "Median".

Median adalah media Internal Cabang Pertama di Jasa Marga (dirilis pertama kali tahun 1995). Sebagai pelopor media internal cabang, penampilannya sangat sederhana, diterbitkan dalam bentuk leaflet sebanyak 2 lembar halaman, dan ditempelkan dinding seperti Info Tol saat ini (Mading).

Keadaan demikian, telah berlangsung selama sepuluh tahunan. Sedangkan media internal dari cabang lain telah bertumbuhan dan tampil dengan wujud yang jauh lebih bagus. Keberadaan media ini tidak lain bertujuan:

-Tujuan umum

Menjadi media komunikasi dan sumber informasi PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol.

-Tujuan khusus

Internal

- a) Menjadi salah satu media untuk menyampaikan berbagai informasi dan kebijakan perusahaan kepada karyawan.
- b) Meningkatkan pengetahuan karyawan.
- c) Mendorong dan menjadi wadah minat karyawan untuk menulis.

Eksternal

- a) Menjadi informasi tentang PT Jasa Marga kepada pihak luar.
- b) Meningkatkan citra perusahaan.

Hubungan humas dengan eksternal perusahaan yaitu masyarakat luar perusahaan, namun yang masih ada kepentingan dengan PT Jasa Marga Cabang Surabaya-Gempol, antara lain misalnya menjalin hubungan baik dengan media yang terkait dengan berbagai pemberitaan tentang perusahaan dan melibatkan berbagai media cetak maupun elektronik dalam setiap event penting perusahaan yang perlu untuk dipublikasikan kepada khalayak, dan humas tetap mengontrol berbagai kabar yang beredar lewat media dan jika dianggap tidak sesuai dengan pemberitaan yang dibuat oleh salah satu media. maka, humaspun meminta klarifikasi terhadap media yang bersangkutan untuk melakukan pembenaran berita dan apabila berita yang dibuat oleh media dianggap telah benar-benar merugikan maka, Humas dan jajaran penting perusahaan akan menempuh jalur hukum. Namun upaya hukum sangat jarang terjadi karena kondisi di PT Jasa Marga masih sangat kondusif.

Sejak tanggal 1 Juni 2005, seiring dengan perkembangan perusahaan dan tuntutan pembaca, Median mengubah penampilan dari bentuk leaflet menjadi bentuk majalah. Sebagai penanda penampilan baru tersebut, Median menambahkan kata New di depan nama aslinya, sehingga menjadi New Median

Dengan penampilan dan nama baru tersebut, disertai dengan ruh dan semangat baru, New Median berubah. New Median melakukan reformasi konsep dan strategi secara total.

Dari sisi content, New Median menyampaikan informasi dari manajemen, serikat karyawan atau karyawan sendiri serta keluarga karyawan. Untuk mendapatkan ini semua, crew New Median harus berburu berita, tidak boleh menunggu untuk mendapatkan berita. Akibat aktifitas ini, New Median membutuhkan banyak tenaga reporter dan kontributor, untuk mengisi 24 halaman yang disediakan.

Bagi pengurus, reporter yang berkemampuan menulis kurang memadai, bukan merupakan masalah, yang penting bagaimana dia mampu dan mau menyajikan data berdasarkan fakta sebanyak mungkin. Obsesi pengurus, New Median mempunyai content seperti majalah TEMPO dan berpenampilan seperti majalah MOZAIK.

Mungkin obsesi itu terlalu tinggi, tapi apa salahnya untuk mencoba. Dan kami pun berusaha untuk mewujudkannya. Sejak transformasi dari Median ke New Median, pada acara Jasa Marga Award, untuk kategori Media Internal terbaik, nama New Median selalu dipanggil untuk naik ke atas panggung,

- Tahun 2006 sebagai Terbaik Harapan 2
- Tahun 2007 sebagai Terbaik 3
- Tahun 2008 sebagai The Best Content 1

- Tahun 2009 sebagai The Best Content 1
- Tahun 2010 sebagai Kinerja Terbaik 1

Apa yang telah New Median capai, tidak lepas dari kebesaran Allah dan kepedulian manajemen, pengurus serta pembaca. Disadari, penghargaan yang didapat bukan suatu tujuan yang sebenarnya, tapi suatu pemacu untuk karya yang terbaik bagi perusahaan dan karyawan.

New Median bukan bukan sekadar wadah penyaluran hobby belaka. New Median bertumbuh menjadi sarana pembelajaran, pengasah ketrampilan, sarana untuk menuangkan ide, berkarya dan berekspresi secara bertanggung jawab. Sehingga dari New Median terbentuk kader-kader berketerampilan yang telah siap, apabila perusahaan sewaktu-waktu membutuhkan.

Dengan Motto :

“Jembatan Komunikasi Karyawan”

Semoga, melalui media ini, komunikasi antara karyawan dengan dengan manajermen bisa lebih efektif, guna kemajuan perusahaan sehingga berlangsung secara efektif.⁵⁷

b. Struktur Majalah New Median

1. Pelindung : Kepala Cabang
2. Kepala Dewan Pembina : Kabag SDM & Umum

⁵⁷ Dokumentasi majalah internal New Median

3. Anggota : Para Kabag
Kasubag Umum
Wahyudin (Humas)
4. Pimpinan Redaksi : Roedi Poerwanto
5. Redaktur : Agus Tri Antyo
Soeprapto
6. Reporter : Sri Joko Umbaran
Lilik Harsono
Sumantri
Wahyu Priadi
Ahmad Muswandik
Wagimin Untung
Bambang Hermawan
Harjo Jahjanto
Sri Suwarni
Tatak Prasunaredi
Sunyoto
7. Fotografer : Suyantomo
8. Design Grafis : Heroe Koesbijanto
Sari Wulyono
Wahyudi
9. Illustrator : Satriyo Budi Santoso
Husni M P

10. Sekretaris : Mustika Savitri
11. Litbang : Soedarto
Bianto
12. Bendahara : Zuharoh
13. Bidang Usaha : Triyadi Herdayanto
14. Kampus Program : Wahjoe Loekito⁵⁸

Alamat Redaksi: Plaza Tol Kota Satelit. Jl. Mayjend Sungkono Surabaya
60189 Telp. (031) 5672008, 5679401 Email:
Roedipoerwanto.yahoo.com

c. Rubrik-rubrik Majalah New Median

New Median adalah majalah yang terbit secara berkala tiap bulan satu kali, adapun didalam majalah tersebut terdapat beberapa rubrik yang dapat menarik para pembaca khususnya bagi seluruh pegawai PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol antara lain.

1. Dari redaksi
2. Laporan utama
3. Liputan khusus
4. Reportase
5. Koperasi
6. Profil
7. Wisata
8. Kesehatan

⁵⁸ Ibid New Median

- 9. Rohani
- 10. Celoteh si Mira
- 11. Quis

d. Sumber Dana

Sumber dana majalah internal ini dalam melaksanakan penerbitan majalah New Median, baik berupa sarana dan prasarananya sepenuhnya menjadi tanggung jawab PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol . dalam tiap bulan-nya New Median mendapatkan dana senilai 5.600.000,-(lima juta enam ratus ribu rupiah).

e. Lokasi Pendistribusian Majalah New Median

Dari awal penerbitannya hingga sekarang, majalah New Median ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal itu dilihat dari segi semakin bertambahnya jumlah cetakannya yang saat ini dalam proses cetaknya tiap bulan mencapai 500 eksemplar. Dan sasaran pendistribusiannya yaitu orang-orang PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol dan kadang juga dibagikan untuk umum bagi pengendara yang melintasi jalan tol.

B. Penyajian Data

1. Deskripsi rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median

Rubrik celoteh si Mira merupakan bagian isi dalam majalah internal PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol yang bernama New Median. Majalah ini terbit berkala setiap 1 bulan sekali, dan dalam tiap

bulannya majalah ini terbit 500 eksemplar untuk diberikan kepada seluruh karyawan PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol.

Majalah New Median ini berdiri pada tahun 1997. Majalah ini berisi 29 lembar. Di dalam majalah New Median ini terdapat 11 rubrik yang salah satu rubriknya terdapat rubrik celoteh si Mira. Majalah ini merupakan majalah yang fokus terhadap sisi tulisan dan gambar. Dalam majalah ini rubrik celoteh si Mira ditempatkan pada halaman 27, 2 halaman sebelum halaman terakhir. Dan kuota yang ada pada rubrik celoteh si Mira ini ialah 1 lembar.

Aktor utama dalam rubrik celoteh si Mira ini diperankan oleh 3 orang yaitu, si Mira sebagai pemilik warung, si Teriman sebagai orang yang sabar dan menerima apa adanya, si Sambat sebagai orang yang kesehariannya apabila mendapatkan masalah selalu sambat dan mengeluh terus. Dan kedua orang tersebut baik teriman maupun sambat dalam rubrik ini selalu diceritakan kejadiannya selalu di warungnya si Mira.

Selain memuat rubrik celoteh si Mira, majalah ini juga terdapat rubrik tentang kesehatan salah satunya. Tujuan dari adanya rubrik tentang kesehatan ini tidak lain untuk mengingatkan para pembaca untuk selalu menjaga kesehatan tubuh kita, karena kesehatan merupakan segala-galanya bagi kita semua.

Tampilan yang dipakai dalam majalah ini kebanyakan berwarna biru, warna tersebut disesuaikan oleh warna khas Jasa Marga. Lambang

majalah New Median ini memakai lambang PT Jasa Marga dan dibawahnya terdapat nama New Median jembatan komunikasi karyawan.

Ciri khusus yang ada pada majalah ini salah satunya yakni pada sisi Covernya dipojok bawah sebelah kiri terdapat tanggal, edisi, bulan dan tahun pembuatan, hal itu ditujukan agar semua orang mengetahui edisi, tanggal. Bulan dan tahun berapa majalah ini dibuat sesuai dengan urutannya. Ciri lain yang ada dalam rubrik celoteh si Mira ini adalah adanya gambar seperti foto orang laki-laki yang ada di pojok kanan atas dengan memakai topi, dan gambar tersebut memakai warna hitam putih.

Majalah ini terbit rata-rata pada saat awal bulan. akan tetapi itu tidak dapat dijadikan patokan bahwa dalam setiap awal bulan terbit, bisa juga majalah ini terbit pada saat pertengahan bulan, hal itu dikarenakan keterlambatan dalam percetakannya.

Majalah New media dalam tiga tahun ini memperoleh penghargaan terbaik dari Jasa Marga Award sebagai salah satu media yang terbaik dari yang lainnya. Penghargaan tersebut tidak lepas dari peran dan dukungan dari beberapa pihak yang telah bekerja sama dengan baik untuk memberikan yang terbaik bagi New Median.

Rubrik celoteh si Mira ini ada sejak awal adanya majalah internal New Median. Sebenarnya keberadaan rubrik ini atas inisiatif dari Bapak Roedi Perwanto selaku pimpinan redaksi majalah New Median. Menurut beliau, rubrik ini disajikan untuk memberikan sebuah perbedaan tersendiri yang ada dalam majalah New Median yang isinya digambarkan dalam bentuk

anekdot atau humor, selain itu juga untuk mengkritisi sesuatu yang ada dalam lingkup perusahaan.⁵⁹

Rubrik ini merupakan masukan atau aspirasi dari para karyawan terkait kondisi internal perusahaan terhadap keluhan-keluhan atau kebijakan-kebijakan yang dirasa kurang sesuai dengan keinginan para karyawan.

Dengan adanya rubrik ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah tersendiri dan masukan bagi para pimpinan untuk mempertimbangkan segala apa yang ingin diputuskan yang kaitannya mengenai kebijakan bagi karyawan. Dan bagi rekan-rekan khususnya para karyawan dan manajemen PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol yang ingin memberikan saran dan masukan bagi majalah New Median atau perusahaan dapat mengirim email atau datang langsung ke kantor New Median yang berada dalam wilayah kantor cabang PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol.

2. Respon Kognitif Pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, tampaknya majalah New Median yang didalamnya terdapat rubrik celoteh si Mira ini dipandang sebagai kebutuhan dikala waktu senggang / istirahat, seperti yang diutarakan

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Roedi Perwanto selaku Pimred majalah New Median tanggal 25 Juni 2010

oleh Bapak Enkky selaku Kepala Bagian Sumber Daya Manusia dan Umum (SDM & Umum) sebagai berikut.⁶⁰

“Rubrik celoteh si Mira itu bagus mas, dan sangat menarik, bagi saya dari segala apa yang teman-teman (crew New Median) buat itu merupakan sebuah kreativitas yang sangat baik sekali, kita semua tahu majalah internal New Median ini kan merupakan sosok penting yang dapat menjembatani komunikasi bagi karyawan dan perusahaan dalam hal informasi. Dan menurut saya posisi media internal ini berada di tengah-tengah antara perusahaan dan karyawan, apabila ada sebuah pengetahuan atau informasi yang baru dari pimpinan media ini sebagai jembatan penghubungnya dalam menyampaikan berita tersebut kepada karyawan”.

Dari pendapat Bapak Enkky tidak beda jauh dengan pendapat yang diutarakan Bapak Suyitno (Kapala Bagian Pengumpul Tol). Saat ditemui di sela-sela waktu istirahat setelah selesai mengikuti acara pelatihan konseling opportunity for improvement mengenai treatment gap kinerja ekselen di Ruang Satya Loka.

“ Rubrik ini memang bagus sekali, saya tahu walaupun dalam pembuatan rubrik celoteh si Mira ini di desain dengan bahasa anekdot atau humor. Rubrik ini kan isinya rubrik yang sifatnya sebuah harapan yang diinginkan oleh para karyawan mengenai hal hal yang ada dalam perusahaan. Jadi wajar sekali apabila mereka ingin mengutarakan pendapatnya lewat media internal New Median ini kan. Dan media ini memang dibuat untuk aspirasi bagi seluruh pegawai yang bekerja di PT Jasa Marga (Persero) cabang Surabaya Gempol ini. Dan menurut saya sangat respek dari apa yang teman-teman buat baik itu berupa celoteh si Mira dan yang lainnya”.⁶¹

Dari pernyataan Bapak Suyitno diatas jelas bahwa dalam menyimpulkan rubrik celoteh si Mira itu sebagai rubrik yang dapat

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Enkky Sasono. AW, S.Sos tanggal 28 Juni 2010

⁶¹ Waw ancara dengan Bapak Suyitno SIP tanggal 28 juni 2010

memberikan sebuah pesan yang mempunyai nilai perbedaan tersendiri yakni dibuat dalam bahasa humor. Sementara Pak Sulistyanto selaku kepala sub bagian logistik menilai bahwa pada intinya, rubrik celoteh si Mira ini sama dengan sebuah rubrik yang tidak ada bedanya dengan karikatur, bedanya adalah kalau karikatur lebih condong lewat gambar, tetapi celoteh si Mira lebih dalam bidang jurnalistiknya yaitu tulisannya.

“Pokoknya mas semua media itu salah satu fungsinya adalah dapat menyebarkan informasi dan menurut saya informasi yang seperti itu sangat bagus dan bermanfaat sekali. Dan dalam majalah New Median walaupun itu rubrik si Mira atau yang lainnya saya tidak mememasalahkan. itu semua merupakan buah kreativitas teman-teman median sendiri. Dan menurut saya rubrik celoteh si Mira ini tak ada bedanya dengan karikatur, yang membedakan adalah kalau karikatur dibuat melalui gambar tapi median menggunakan jurnalistiknya”.⁶²

Terlepas benar atau salah pendapat diatas jelas semua itu merupakan efek kognitif dari keberadaan sebuah media terutama media internal yang ada di PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol ini yakni New Median. Dari masing-masing personal dan pada kenyataannya masih ada sebagian orang yang berpendapat bahwa kekuatan media itu memang sangat besar sekali dalam mempengaruhi karakteristik manusia. Pendapat ini diperoleh dari orang-orang yang memiliki pola pikir yang sangat maju, memiliki latar belakang sosial, dan pendidikan yang tinggi. Seperti Bapak Enkky beliau lulusan perguruan tinggi, yang saat ini berada pada kepala bagian Sumber Daya Manusia (SDM), beliau mengatakan media itu mempunyai power yang sangat besar sekali dan sampai kapanpun media tidak

⁶² Wawancara dengan bapak sulistyanto tanggal 29 Juni 2010

akan pernah tergusur oleh perkembangan zaman terutama media internal PT Jasa Marga (persero) yaitu New Median dan dalam salah satu rubriknya yaitu rubrik celoteh si Mira adalah salah satu bentuk buah karya teman-teman yang harus selalu dipertahankan.

“ Rubrik celoteh si Mira ini adalah merupakan salah satu bentuk buah karya teman-teman (crew New Median) yang harus selalu dipertahankan. Karya ini dapat memberikan kesan tersendiri dan seharusnya kita harus salut dan bangga atas segala yang diapresiasi teman-teman median”.⁶³

Pernyataan dari apa yang telah diutarakan Bapak Enkky diatas apabila ditarik kesimpulan dapat diartikan bahwa, rubrik celoteh si Mira adalah sebuah karya yang dari dulu hingga saat ini masih dipertahankan sehingga menjadi ciri khas tersendiri dalam majalah New Median. Pendapat ini juga hampir sama dengan yang diutarakan oleh Bapak Muhaimin.

“ Menurut saya rubrik celoteh si Mira itu merupakan sebuah ciri khas tersendiri yang ada pada majalah New Median, dan apabila ada majalah yang di dalamnya terdapat rubrik celoteh si Mira itu sudah pasti majalahnya New Median. Dengan ciri khas itulah yang harus dipertahankan oleh teman-teman Median”.⁶⁴

Dari beberapa informan di atas kelihatan bahwa mereka tidak pernah ketinggalan dengan membaca rubrik celoteh si Mira yang ada di majalah New Median tiap kali terbit. Tiap ada edisi baru mereka sempatkan untuk membaca rubrik tersebut.

Suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti mempunyai tujuan, terlepas dari tujuan tersebut, baik atau buruk. Tetapi peneliti hanya

⁶³ Wawancara dengan bapak Enkky Sasono, AW, S.Sos tanggal 28 Juni 2010

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Muhaimin Iskandar tanggal 29 Juni 2010

mencatat tujuan para informan tersebut untuk membaca rubrik celoteh si Mira dan ternyata peneliti menemui hal yang berbeda di lapangan, yaitu tiap kali pembaca yaitu beberapa pimpinan memiliki alasan lain-lain. Seperti pendapat Bapak Ali Musa, ia berpendapat bahwa rubrik celoteh si Mira itu merupakan sebuah wacana saja.

“Rubrik celoteh si Mira itu kan rubrik yang berisi tentang sebuah masukan-masukan dari para karyawan yang bentuknya dibuat dengan bahasa humor. Rubrik tersebut memang beda dari pada yang lain. Tetapi dari isi yang terkandung dari para karyawan tersebut tidak lain adalah sebuah masukan tersendiri bagi para pimpinan khususnya. Dan apabila dari masukan tersebut ternyata kebijakan tersebut sudah ditetapkan dari pusat maka rubrik tersebut kita anggap sebagai wacana saja. Mau gimana lagi mas kita mau tidak mau harus mematuhi dari sistem yang ada”.⁶⁵

Pada saat peneliti melakukan wawancara, peneliti juga menanyakan harapan baik apa saja yang diinginkan oleh para pimpinan baik itu terkait mengenai celoteh si Mira dan media internal. Bapak Sulis misalnya, beliau menginginkan sebagai berikut penryataanya.

“Ya saya sangat salut sekali dengan apa yang teman-teman buat, akan tetapi saya mengharapkan bahwa bagi teman-teman saya harap kalau menulis sebuah berita bahasanya jangan terlalu provokatif, saya harap bisa memakai bahasa-bahasa yang sekiranya lebih halus. Dan ingin New Median itu mempunyai web tersendiri jadi, apabila ada berita-berita baru bisa lebih cepat untuk diakses jadi tidak menunggu 1 bulan lagi ketika terbit. Jadi dibuat lebih canggih.”⁶⁶

Harapan Bapak Sulis berbeda dengan apa yang diutarakan oleh Bapak Enkky, hanya saja beliau melihat dari sisi kedalaman berita.

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak ali Musa tanggal 30 juni 2010

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Sulistyanto, ST tanggal 30 juni 2010

“Ya kalau bisa rubrik ini bisa mengupas sisi yang lain, dan sebisa mungkin apabila mengupas sebuah berita yang mana berita tersebut diambil bukan dari hanya beberapa orang saja tapi berdasarkan pendapat orang banyak bukan dari sumber informan yang sedikit”.⁶⁷

Sebenarnya secara prinsipil seluruh pendapat diatas tidak terlalu jauh berbeda, karena dalam asumsi mereka tentang rubrik celoteh si Mira ini hanya sebagai masukan bagi para pimpinan tentang keinginan yang ingin diharapkan oleh para karyawan. Dan perbedaan ini tidak menghambat bagi para pimpinan perusahaan untuk tidak membaca rubrik celoteh si Mira ini. Ini terbukti bahwa setiap terbitnya majalah New Median mereka menyempatkan membaca rubrik celoteh si Mira.

3. Respon Afektif Pimpinan Terhadap Rubrik Celoteh si Mira dalam Majalah New Median

Media internal PT Jasa Marga Yaitu New Median yang merupakan jembatan komunikasi bagi para karyawan di Perusahaan. Dan media ini memberikan dampak yang sangat positif oleh seluruh karyawan. Dalam majalah tersebut ada beberapa rubrik salah satunya yaitu rubrik celoteh si Mira, keberadaan rubrik tersebut dapat memberikan penilaian tersendiri, dan penilaian dari para karyawan disini hanya sebatas tahu atau tidak tahu, dari beberapa wawancara dengan beberapa pimpinan dan para karyawan rata-rata mereka banyak yang mengetahui keberadaan majalah New Median yang dalam salah satu rubriknya terdapat rubrik celoteh si Mira.

⁶⁷ Wawancara dengan bapak Enkky Sasono, AW, S.Sos tanggal 30 Juni 2010

Saat peneliti berkunjung kesalah satu pimpinan khususnya kepala sub bagian Sumber Daya Manusia (SDM) yakni Bapak Muhaimin yang saat itu sedang asyik membaca majalah New Median ketika ditemui peneliti, dan ketika itu pula peneliti meminta izin untuk bertanya kepada kepala sub bagian tersebut tentang tanggapan beliau awalnya terhadap majalah New Median di perusahaan ini.

“Ya saya tahu tentang keberadaan majalah internal seperti majalah New Median ini, bagi saya media ini dapat memberikan informasi baru tentang internal perusahaan disini. Apalagi didalamnya terdapat beberapa rubrik-rubrik yang menarik dan isinya pun tidak membosankan”.⁶⁸

Dalam rubrik majalah New Median ini, terdapat rubrik celoteh si Mira yang rubrik. Bagi Bapak Muhaimin rubrik ini adalah salah satu rubrik yang isinya bagus sekali walaupun bahasa yang digunakan memakai humor.

“keberadaan rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median yang isinya tentang anekdot atau humor-humor itu, saya rasa rubrik tersebut sangat bagus dan saya senang sekali , cerita didalamnya itu dapat menjadikan kami sebuah pengetahuan dari apa yang diinginkan oleh beberapa pihak. Dan jadi rubrik tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi kami terhadap keinginan karyawan terhadap perusahaan”.

Penuturan Bapak Muhaimin diatas, selama bekerja beliau selalu menyempatkan diri untuk me mbaca majalah New Median karena beliau senang sekali dengan keberadaan majalah tersebut. Dan beliau juga senang sekali dengan keberadaan rubrik celoteh si Mira tersebut. Hal serupa juga pernah peneliti tanyakan kepada Bapak Suyitno selaku kepala bagian

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Muhaimin S.Sos tanggal 29 Juni 2010

pengumpul tol, beliau juga mengerti dan respek sekali dengan rubrik celoteh si Mira.

“Rubrik celoteh si Mira itu merupakan salah satu bentuk ciri khas tersendiri dari beberapa rubrik yang ada di majalah New Median, bagi saya kesan yang ada didalamnya memberikan sebuah arti bagaimana kita dapat mengerti akan apa yang diinginkan orang lain(karyawan)”.⁶⁹

Penuturan Bapak Suyitno dan Bapak muhaimin diatas, setidaknya juga dialami oleh pak Enkky selaku kepala bagian sumber daya manusia dan umum. Beliau sangat terbantu dan senang sekali dengan adanya rubrik tersebut disaat-saat waktu saya lenggang saya akan menyempatkan membaca majalah internal New Median ini dan yang jadi sudut pandang menariknya itu ketika membaca salah satu rubrik dalam majalah tersebut yaitu rubrik celoteh si Mira. Peneliti juga sempat menanyakan bagaimana menurut Bapak dengan adanya rubrik tersebut.

“Saya rasa menurut saya pribadi saya tidak mempersoalkan keberadaan rubrik tersebut dan menurut saya pribadi saya sangat senang sekali dengan adanya rubrik itu. Karena rubrik itu dapat membantu saya dan seluruh pimpinan khususnya akan kemauan para karyawan tapi hal itu juga nantinya, perlu dipertimbangkan mas, karena semua itu kembalikan pada kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pusat. Jadi, kami ini hanya menjalankan dari apa yang telah ditetapkan oleh pusat.”⁷⁰

Dari kesekian komentar diatas, mereka menyukai rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median. Dan mereka pun sering membaca rubrik tersebut apabila terdapat terbitan majalah terbaru dan bahkan sering diulang-ulang dalam membacanya.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Suyitno SIP tanggal 28 Juni 2010

⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Enkky Sasono. AW, S.Sos tanggal 01 Juli 2010

Terbukti dengan banyaknya para pegawai baik dari pimpinan maupun karyawan yang senang dengan rubrik tersebut, selain itu dari mereka juga ada yang mewujudkan partisipasinya dengan cara membuat sebuah berita lalu dikirim ke redaksi New Median bahkan langsung ke kantor New Median karena jaraknya tidak jauh dari tempat kerja.

Timbulnya suatu keinginan tidak secara kebetulan ada dalam diri seseorang akan tetapi ada proses dan tahapan sebelum keinginan itu muncul. Peneliti mencatat beberapa hal yang perlu diketahui sebelum masuk pada faktor yang menyebabkan respon.

Secara umum para pimpinan dan karyawan tentang rubrik celoteh si Mira terbentuk atas dasar yang sama yaitu kesenangan mereka dalam membaca majalah New Median yang didalamnya terdapat rubrik celoteh si Mira. Beberapa rubrik yang ada dalam majalah New Median telah biasa dikonsumsi dan dibaca oleh para pegawai yang lambat laun sudah menjadi kebutuhan baginya. Dalam proses kebutuhan tersebut kemudian timbullah sebuah alasan, tujuan dan harapan terhadap majalah tersebut.

Para pimpinan dan karyawan mempunyai alasan masing-masing membaca rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median dan secara garis besar alasan dari mereka yaitu karena rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median disajikan dengan bentuk yang menarik dan berbeda dengan bahasa humor.

Kebanyakan dari mereka yang membaca rubrik tersebut sangat mendukung dan senang dengan isi rubrik itu, walaupun pernyataan mereka

hanya sebatas perkataan dan sebagian dari mereka juga memberikan aspirasi lewat kirim email atau datang secara langsung seperti yang

Sejak awal dibuatnya rubrik celoteh si Mira sikap para pimpinan PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol sudah merespon sangat baik sekali dengan keberadaan rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median meski respon mereka dengan kondisi yang berbeda. Antara lain ada yang menyukai karena penyajiannya dibuat dengan bahasa humor, yang lain juga senang karena masukan rubrik tersebut sangat mempunyai pengaruh besar sekali terhadap perusahaan karena dapat mengetahui segala apa yang diinginkan para karyawan.

4. Faktor-Faktor Yang MelatarBelakangi Respon Pimpinan Tentang Rubrik Celoteh si Mira

Berdasarkan hasil wawancara, penulis menemukan Secara umum ada dua macam faktor yang melatarbelakangi respon pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira yakni:

a. Faktor Intern

Faktor ini membicarakan keadaan yang mempengaruhi pimpinan secara pribadi, karena dari beberapa pimpinan yang peneliti temui, memiliki pengalaman pribadi dengan rubrik ini. Sehingga wajar apabila terjadi perbedaan pandangan dari beberapa pimpinan tentang rubrik ini. Bapak muhaimin saat ditemui menuturkan mengapa beliau sampai suka terhadap rubrik celoteh si Mira. Pada intinya beliau sejak kecil

memang suka membaca segala hal yang berhubungan dengan humoris. Dan dari kebiasaan inilah kemudian Bapak muhaimin ini menuturkan.

“Dulu sejak saya semasa kecil, memang saya sangat suka dengan membaca buku tentang humor, dan sebagainya. Salama ini dengan membaca buku-buku seperti itu saya semakin terhibur ketika saya sedang rileks”.⁷¹

Informan yang peneliti temui diatas seperti Bapak Muhaimin, memang sudah tidak awam denga bacaan yang berhubungan dengan humor-humor.

b. Faktor Ekstern

Faktor ini adalah faktor luar yang mempengaruhi dari diri seseorang hingga timbul adanya respon. Selama di lapangan peneliti menemukan beberapa informan khususnya pimpinan PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol yang sudah terbiasa dan tertarik pada tulisan, pengarang yang digunakan dalam rubrik yang mempunyai nilai humoris salah satunya seperti rubrik si Mira dalam majalah New Median itu. Sebagaimana yang dialami oleh Bapak Suyitno sebagai berikut.

“Menurut saya, hal yang utama adalah bagaimana penulis dapat menskenariokan sebuah cerita dalam rubrik menjadi sebuah cerita yang dapat menjadikan sebuah pengetahuan. Dan menurut saya Bapak Roedi selaku Pimpinan redaksi dan sekaligus sebagai penulis. Gaya menulis yang cukup bagus dalam membuat naskah, itu merupakan nilai plus dan faktor penunjang berhasil mengena hati para pimpinan”.⁷²

Dari data yang disajikan, peneliti menemukan faktor yang mempengaruhi dan berhubungan dengan respon pimpinan. Pertama dari

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Muhaimin S.Sos tanggal 29 Juni 2010

⁷² Wawancara dengan Bapak Suyitno SIP tanggal 04 Juni 2010

pengalaman sejak kecil yang memang sudah suka sekali akan bacaan tentang humoris, karikatur dan sebagainya. Dan lambat laun ketika terbitnya rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median maka, mereka semakin menikmati adanya bacaan tersebut.

C. Analisis Data

Data adalah data. Data baru bermakna jika ditafsirkan atau dianalisis pada konteksnya. Dalam penarikan kesimpulan, baik dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif, peneliti terlebih dahulu harus melaksanakan analisis data. Dalam analisis ini, peneliti dilibatkan sedemikian rupa agar kesimpulan dan keputusan dapat dirumuskan secara baik dan benar.

Merujuk pada hasil penyajian data yang peneliti sajikan pada sub bab sebelumnya, saat ini secara mendetail dan sistematis dapat kami sampaikan temuan-temuan apa saja yang diperoleh dari hasil penyajian data tersebut.

1. Respon Kognitif Pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median
 - a. Pengaruh media terhadap kebijakan pemimpin

Pada dasarnya hal utama yang melatarbelakangi respon pimpinan adalah pengaruh media massa, seperti apa yang dikatakan oleh bapak Enkky sebelumnya bahwa media merupakan sebuah jembatan informasi yang dapat menghubungkan antara manajemen dan karyawan. Sebuah media dapat memberikan informasi-informasi terbaru terhadap apa yang ada disekeliling kita. Kekuatan media hingga saat ini tidak bisa tertandingi dengan yang lain,

dan sifat media ini dapat mempengaruhi karakteristik seorang manusia dalam memutuskan segala hal.

New Median adalah media internal yang ada di PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol. Keberadaan media ini dapat memberikan sebuah pengetahuan baru bagi seluruh karyawan dan manajemen terkait internal perusahaan. Di Majalah New Median ini terdapat salah satu rubrik tentang celoteh si Mira. Rubrik ini memberikan warna tersendiri diantara rubrik-rubrik yang lain. Rubrik ini isinya tentang aspirasi karyawan yang ditujukan oleh pimpinan, akan tetapi bahasa yang digunakan disini adalah bahasa anekdot atau humor.

Keberadaan rubrik ini menurut bapak Enkky, dapat memberikan sebuah masukan terhadap kebijakan-kebijakan yang selama ini telah diberlakukan oleh perusahaan. Dengan adanya rubrik segala sesuatu yang diinginkan oleh karyawan menjadi tahu akan keinginan para karyawan, walaupun masukan tersebut masih menjadi pertimbangan bagi manajemen PT Jasa Marga cabang Surabaya-gempol.

2. Respon Afektif Pimpinan Terhadap Rubrik Celoteh si Mira dalam Majalah New Median

Kehadiran media internal New Median dirasakan sangat positif sekali oleh beberapa orang khususnya orang-orang PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol. Keberadaan majalah median ini memberikan sebuah pengetahuan baru khususnya tentang kondisi internal perusahaan.

Pimpinan PT Jasa Marga (persero) cabang Surabaya-Gempol telah diketahui bahwa mereka telah mengetahui dan respon sekali atas keberadaan Rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median ini. kehadiran rubrik ini merupakan sebuah inisiatif yang lambat laun dapat menjadi sebuah kebutuhan yang bisa dirasakan oleh para seluruh perusahaan baik itu dari manajemen dan karyawan.

Dari pernyataan diatas jelas bahwa, kekuatan media massa sangat mempengaruhi terhadap karakter manusia. seperti majalah rubrik celoteh si Mira yang ada dalam majalah New Median, karena adanya rubrik tersebut seluruh pimpinan dan karyawan banyak yang suka dan senang atas kehadiran rubrik tersebut dapat memberikan sebuah masukan dan dapat menampung seluruh aspirasi para karyawan.

3. Faktor-faktor Yang MelatarBelakangi Respon Pimpinan Tentang Rubrik Celoteh si Mira

- Faktor Intern dan Ekstern

Berdasarkan temuan data yang diperoleh peneliti, terdapat 2 faktor yang melatarbelakangi respon pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira yaitu faktor intern dan faktor ekstern.

Sesuai dengan data yang ditemukan peneliti di lapangan bahwa beberapa pimpinan PT Jasa Marga (pesero) cabang Surabaya-Gempol salah satunya memang suka dengan hal-hal yang berhubungan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan humoris. Dan dengan rasa senang atau

suka tersebut, hingga saat ini salah satu pimpinan tersebut masih suka membaca hal-hal yang berhubungan dengan anekdot dan sebagainya seperti rubrik celoteh si Mira yang ada di majalah New Median PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol, walaupun isi yang ada dalam rubrik tersebut isinya berupa sindiran dari karyawan yang ditujukan kepada pimpinan perusahaan.

Faktor ekstern juga menjadi salah satu hal utama yang menjadikan alasan mengapa rubrik celoteh si Mira hingga saat ini masih ada dan benjalan hingga sampai sekarang, karena bagi para pimpinan rubrik tersebut merupakan ciri khusus dalam majalah New Median, dan penulisan pembuatan rubrik tersebut merupakan sebuah ide yang cukup bagus.

Dari semua faktor diatas maka, penulis dapat menyimpulkan bahwa rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median merupakan sebuah informasi atau masukan dari para karyawan yang dibuat dengan bahasa humoris dan ditujukan kepada pimpinan terhadap kondisi internal perusahaan dan rubrik celoteh si Mira merupakan sumber informasi yang dapat menguntungkan para pimpinan dan rubrik tersebut harus tetap ada sampai kapanpun karena rubrik tersebut simbol atau ciri dari majalah New Median.

D. Pembahasan

Untuk menghasilkan suatu teori baru atau pengembangan teori yang sudah ada, maka hasil temuan dalam penelitian ini dicari relevansinya dengan teori-teori yang sudah ada dan berlaku dalam dunia ilmu pengetahuan. Sebagai langkah selanjutnya dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara beberapa temuan yang didapat dari lapangan dengan teori-teori yang ada relevansinya atau sesuai dengan tema yang dipakai.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, maka respon pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira, ketika dikonfirmasi antara temuan peneliti dilapangan dengan teori ternyata ada kesesuaian dan berikut penjelasannya:

Respon pimpinan yang terdapat pada Teori S-O-R sebagai singkatan dari *stimulus-respons-organism* ini, berasal dari kaian psikologi, tidak mengherankan apabila teori ini menjadi salah satu teori yang masuk dalam teori komunikasi, sebab obyek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen, sikap, opini, prilaku, afeksi, kognisi, konasi (behavioral).⁷³ Menurut teori, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharap dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Dampak atau pengaruh yang terjadi merupakan suatu reaksi tertentu dari rangsangan tertentu. Dengan demikian, besar kecilnya pengaruh serta dalam

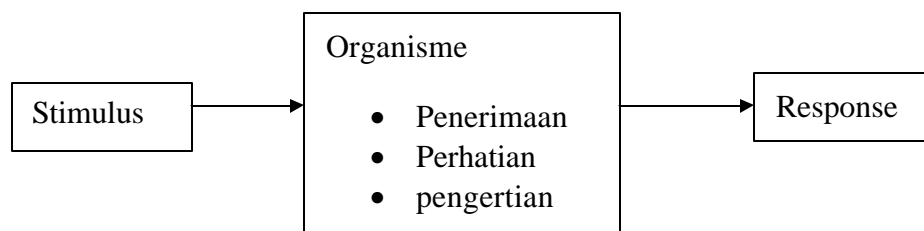
⁷³ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, teori, dan filsafat Komunikasi*, PT Citra Aditya Bakti , Bandung, 2000, Hal. 253

bentuk apa pengaruh tersebut terjadi, tergantung pada isi dan penyajian stimulus.

Unsur-unsur dalam model ini adalah:

8. Pesan (*stimulus*), merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan,. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.
9. Komunikator (organisasi), merupakan keadaan komunikan disaat menerrima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikan akan memperhatikan setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang. Selanjutnya, komunikan mencoba mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan.
10. Efek (*response*), merupakan dampak dari komunikasi. Efek komunikasi adalah prubahan sikap, yaitu: afektif, kognitif dan konatif. Efek kognitif merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi. Efek kognitif berarti setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan.

Teori ini dapat diperjelas melalui gambar sebagai berikut:



Gambar di atas menunjukkan bahwa, stimulus atau pesan berupa rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Medan yang disampaikan kepada komunikan dalam hal ini para pimpinan PT Jasa Marga (persero) tbk cabang Surabaya-Gempol, mungkin dapat diterima atau ditolak. Apabila komunikan menerima

pesan tersebut, maka ia akan memperhatikan pesan tersebut, proses selanjutnya komunikasi mencoba mengerti pesan tersebut. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya, kesediaan untuk mengubah sikap.⁷⁴

Komunikasi massa pada penelitian ini akan berlangsung jika ada perhatian dari pimpinan sebagai komunikasi terhadap rubrik celoteh si Mira di majalah New Median, proses berikutnya adalah pimpinan mengerti tentang isi rubrik tersebut, kemudian setelah mengerti pimpinan menerima atau mengolah stimulus pesan pada rubrik celoteh si Mira. Maka terjadilah kesediaan mengubah sikap. Perubahan sikap ini bisa ke arah positif dan negatif tergantung pimpinan yang terkena efek media massa ini yaitu majalah New Median.

Setelah membaca rubrik ini di majalah New Median, para pimpinan di PT Jasa Marga cabang Surabaya-Gempol mendukung adanya rubrik celoteh si Mira ini, karena setelah membaca rubrik tersebut mereka banyak mendapat masukan dari para karyawan.

Secara umum akibat atau hasil komunikasi mencakup tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.⁷⁵ Afek kognitif berhubungan dengan pengetahuan, yang melibatkan proses berfikir, memecahkan masalah dan dasar keputusan. Sedangkan efek afektif berhubungan dengan perilaku atau tindakan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa respon muncul dari adanya proses berfikir dan memperhatikan individu terhadap obyek. dengan adanya proses tersebut, maka menimbulkan kesadaran individu terhadap obyek. Proses berfikir tersebut menunjuk pada kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan

⁷⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*, Op Cid, Hal. 254-256

⁷⁵ Dennis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta, 1987, Hal. 235

lambang, sebagai pengganti obyek dan peristiwa.⁷⁶ Akan memberikan perhatian lebih tentang sesuatu yang disukainya, sesuai dengan pengalaman yang didapatkan dan apa yang telah dibaca. Pada tahap ini, ia sadar terhadap obyek yang dihadapinya tersebut. Dan pada tahap terakhir, ia menyimpan kedalam ingatannya dan dijadikan pengetahuan. Proses selanjutnya, timbullah perasaan tahu atau tidak, senang atau tidak senang terhadap obyek. Individu akan menyeleksi atau memilih, dari pilihan tersebut diyakininya. Dalam penelitian ini peneliti melihat aspek afektif dan kognitif, dikarenakan media massa lebih besar memberikan pengaruh afektif dan kognitif pada khalayak.

Perhatian disini diartikan sebagai proses mental ketika *stimulli* lainnya melemah. Setelah individu menangkap stimulus, maka proses selanjutnya adalah menyimpannya dalam ingatan mereka. Proses psikologi ini lazim dikenal dengan memori, yang merupakan sistem yang sangat terstruktur, dan dapat menyebabkan organisme sanggup merekam fakta. Secara singkat, memori melewati tiga proses: perekaman, penyimpanan, pemanggilan. Perekaman adalah pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkit saraf interbal. Penyimpanan merupakan proses yang menentukan berapa lama informasi itu berada dalam ingatan, dan panggilan merupakan proses mengingat kembali informasi yang telah disimpan.

Jumlah kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media belum disepakati, sebagaimana para psikolog mempunyai klasifikasi motif yang bermacam-macam. *Abraham Maslow* (1970) mengusulkan lima kelompok kebutuhan yang disusunnya dalam tangga hierarkis dari kebutuhan fisiologis

⁷⁶Jaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999, Hal. 68

sampai kebutuha pemenuhan diri. Dalam hubungannya dengan pemuasan kebutuhan oleh media, peneliti komunikasi pun tidak menunjukkan kesepakatan. Ahli komunikasi lainnya menyebutkan dua fungsi media massa. Media massa memenuhi kebutuhan fantasi dan informasi atau hiburan dan informasi. ada lagi yang menyebutkan empat fungsi media massa dalam kebutuhan: pengawasan lingkungan, hubungan sosial, hiburan dan transmisi cultural. Mula-mula dikelompokkan pada dua kelompok besar: motif afektif (berkaitan dengan perhatian), dan motif kognitif (berhubungan dengan kebutuhan).⁷⁷

Pada bagian ini, peneliti membahas tentang hasil analisis data yang diperoleh dari peneliti yang telah dilaksanakan. Sebagai subyek penelitian adalah para pimpinan dan karyawan PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol. Berdasarkan hasil temuan tersebut respon pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira ini ketika dikonfirmasi antara temuan peneliti dengan teori ternyata ada kesesuaian. Berikut adalah penjelasannya.

1. Secara kognitif dari rubrik celoteh si Mira yang ada dalam majalah New Median di PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol. Direspon positif sebagai media yang yang dapat dapat menjembatani antara pimpinan dan karyawan dalam hal informasi terhadap segala sesuatu yang diinginkan oleh karyawan. Selain itu rubrik ini dapat memberikan sumber informasi atau masukan bagi pimpinan utamanya tentang internal perusahaan
2. Secara afektif rubrik celoteh si Mira yang ada dalam majalah internal perusahaan PT Jasa Marga (Persero) tbk cabang Surabaya-Gempol yaitu New

⁷⁷ Jalaludin Rahmat, *Ibid*, Hal. 208

Median direspon baik oleh para pimpinan. Dengan adanya rubrik tersebut secara perlahan-lahan para pimpinan mulai mempertimbangkan dari apa yang diinginkan para karyawan.

Dorongan adalah rangsangan yang sangat kuat yang mendorong manusia untuk bertingkah laku. *Hull and Skinner* dalam teori rangsang balas, dorongan adalah energi yang mengarahkan individu pada pilihan tingkah laku tertentu dan pilihan-pilihan tingkah laku ini ditimbulkan oleh kebutuhan. Dengan demikian antara kebutuhan dan dorongan merupakan variabel-variabel atau faktor-faktor yang ada antara rangsang dan tingkah laku balasnya. Dalam teori rangsang balas (S-O-R) yang juga disebut teori penguat yang dimaksud dengan sikap adalah kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu kalau ia menghadapi suatu rangsangan tertentu. Misalnya seseorang menyukai makanan pedas. Maka, ia mengambil atau membeli dan memakan makanan pedas tersebut. Dan teori ini sesuai dengan yang peneliti temukan di lapangan. Sikap atau tingkah laku seseorang yang memberikan respon tentang rubrik celoteh si Mira yang ada dalam majalah *New Median*. Maka, ia akan membaca rubrik tersebut.

Dari definisi diatas, maka respon pimpinan tentang rubrik celoteh si Mira dalam majalah *New Median* di PT Jasa marga merupakan hasil individu dalam menerima stimulus dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran psikologi. Efek afektif timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci. Respon ini ada hubungannya dengan emosi sikap atau nilai. Sedangkan efek kognitif terjadi apabila ada sesuatu perubahan pada apa yang

diketahui, dipahami, atau dipersepsi serta terkait dengan transmisi pengetahuan. Seseorang cukup intens mengetahui informasi dari isu tertentu, sehingga ia dapat secara jelas mengambil sikap terhadap isu tersebut.⁷⁸ Sikap atau pendapat seseorang terhadap suatu masalah tergantung pada pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam masalah tersebut. Pada penelitian ini, peneliti melihat bagaimana respon pimpinan dalam menerima atau mengingat informasi yang disampaikan melalui sebuah tulisan yang ada dalam rubrik celoteh si Mira dalam majalah New Median yang ditangkap oleh panca indera.

⁷⁸Eriyanto, *Metodologi Polling*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999, Hal. 238