BAB II

GAMBARAN UMUM

PT. Pelindo III (Persero) dan Majalah Dermaga

A. Sekilas Tentang PT. Pelindo III (Persero)

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), untuk selanjutnya disebut PT. Pelindo III (Persero), adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam sektor perhubungan. Tugas, wewenang dan tanggung jawab perusahaan ini adalah mengelola Pelabuhan Umum pada tujuh wilayah provinsi Indonesia, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur.

PT. Pelindo III (Persero) adalah perseroan dimana pada awal berdirinya merupakan sebuah Perusahaan Negara yang pada awal pendiriannya dituangkan dalam PP No. 19 Tahun 1960. Pada masa selanjutnya ditahun 1969-1983 nama Perusahaan Negara diubah menjadi Badan Pengusahaan Pelabuhan (BPP) sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1969. Setelah itu, pada kurun waktu tahun 1983-1992, untuk membedakan Pengelolaan Pelabuhan Umum yang diusahakan dan yang tidak diusahakan maka diubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pelabuhan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1983 dan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1985. Perkembangan usaha yang begitu

pesat mendorong diubahnya status Perum menjadi Perseroan pada tahun 1992 yang tertuang dalam Akta Notaris Imas Fatimah, SH Nomor 5 Tanggal 1 Desember 1992. Kemudian terjadi Perubahan Anggaran Dasar pada bulan Desember 2011 tentang Kepmen BUMN 236.

Berdasarkan UU No.17 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Pelabuhan Umum, PT Pelindo III (Persero) bertanggung jawab atas Keselamatan Pelayaran, Penyelenggaraan Pelabuhan, Angkutan Perairan dan Lingkungan Maritim. Dengan demikian status PT Pelindo III (Persero) bukan lagi sebagai "regulator" melainkan "operator" Pelabuhan, yang secara otomatis mengubah bisnis PT Pelindo III (Persero) dari *Port* Operator menjadi Terminal Operator. Surat dari Kementerian Perhubungan, Dirjen Perhubungan Laut yang diterbitkan bulan Februari 2011 menjelaskan tentang penunjukan PT Pelindo III (Persero) sebagai Badan Usaha Pelabuhan (BUP).

PT Pelindo III (Persero) saat ini memiliki 2033 pegawai yang terbagi di kantor pusat dan cabang. Sebanyak 507 pegawai diantaranya merupakan pegawai di kantor pusat. Sisanya merupakan pegawai yang terbagi ke dalam 47 kantor cabang di 7 wilayah provinsi, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. PT. Pelindo III (Persero) juga memiliki anak perusahaan dengan jumlah pegawai 2385 orang. Anak perusahaan PT Pelindo III (Persero) diantaranya adalah RS. PHC Surabaya, PT. BJTI (Berlian Jasa Terminal Indonesia), PT. Pelindo Marine Service, PT. Terminal Teluk Lamong dan PT. Pelindo Daya Sejahtera.

B. Visi, Misi dan Budaya Perusahaan

PT Pelindo III (Persero) dalam kegiatan oprasional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan memerlukan visi dan misi yang strategis. Visi dan Misi akan mengontrol dan mengawal perusahaan untuk tetap pada jalur (*on the track*) dalam mencapai tujuan. Visi PT Pelindo III (Persero) adalah " Berkomitmen Memacu Integrasi Logistik dengan Layanan Jasa Pelabuhan yang Prima". Untuk mendukung Visi tersebut, maka Pelindo memiliki 5 kerja nyata yang tertuang dalam Misi Perusahaan untuk mencapai Visi Perusahaan tersebut. Misi PT Pelindo III (Persero) yaitu:

1. Menjamin penyediaan jasa pelayanan prima melampaui standar yang berlaku secara konsisten.
2. Memacu kesinambungan daya saing industri nasional melalui biaya logistik yang kompetitif.
3. Memenuhi harapan semua stakeholder melalui prinsip kesetaraan dan tata kelola perusahaan yang baik
4. Menjadikan SDM yang berkompeten, berkinerja handal, dan berpekerti luhur
5. Mendukung perolehan devisa Negara dengan memperlancar arus perdagangan.

Selain Visi dan Misi, PT. Pelindo III (Persero) juga memiliki Budaya Perusahaan (*Corporate Culture*) untuk mendukung terlaksananya Visi dan Misi Perusahaan. PT. Pelindo III (Persero) menetapkan Budaya Perusahaan dengan tiga nilai inti utama yang menjadi pedoman bagi seluruh insan PT. Pelindo III

(Persero) dalam menjalankan perusahaan. Budaya Perusahaan PT. Pelindo III (Persero) adalah sebagai berikut :

1. *Customer Focus* (Selalu mengutamakan kepuasan pelanggan)

   Perilaku utama dalam nilai inti *Customer Focus* adalah melayani dan tangguh.

   Melayani : Melayani pelanggan secara inovatif sehingga memuaskan pelanggan dan tak bisa ditiru pesaing, berinteraksi dengan ramah, santun, dan hormat serta proaktif dalam mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Bila pelanggan ada keluhan, insan PT. Pelindo III (Persero) menanganinya secara responsif dan profesional.

   Tangguh : Insan PT. Pelindo III (Persero) bersikap tangguh baik dalam rangka melayani maupun menangani keluhan pelanggan dengan rasa percaya diri serta tegas dalam menjalankan sistem dan prosedur yang ada. Bersikap sabar dalam berinteraksi, tekun dan bekerjasama dengan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan tercapai. Insan PT. Pelindo III (Persero) selalu melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap pelayanan yang telah dilakukan.

2. *Care* (Terdepan dalam kepedulian kepada pemangku kepentingan dan lingkungan)

   Perilaku utama dalam nilai inti *Care* adalah peka dan sigap.

   Peka : Insan PT. Pelindo III (Persero) peka terhadap perubahan keinginan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan permasalahan lingkungan hidup, karena selalu tanggap akan situasi yang terjadi di sekitarnya. Selain itu, insan PT. Pelindo III (Persero) selalu berinisiatif untuk menjadi yang terdepan

dalam kepedulian kepada pemangku kepentingan dan lingkungan melalui proses belajar berkelanjutan.

Sigap : Insan PT. Pelindo III (Persero) selalu sigap yakni dengan siap sedia menjalankan tugas, cekatan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi, dan tangkas dalam melakukan tindakan nyata. Insan PT. Pelindo III (Persero) mampu memberi solusi terkait permasalahan yang muncul baik dalam lingkungan usaha maupun lingkungan hidup.

3. *Integrity* (Berpikir, berkata dan berperilaku terpuji, menjaga martabat serta menjunjung tinggi etika)

Perilaku utama dalam nilai inti *Integrity* adalah disiplin dan tanggung jawab.

Disiplin : Insan PT. Pelindo III (Persero) disiplin dalam menjalankan tugasnya karena taat aturan, jujur, adil dan terbuka, serta konsisten baik dalam setiap ucapan maupun tindakan.

Tanggung jawab : Insan PT. Pelindo III (Persero) melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab, baik dari segi hasil maupun proses karena didasari sikap amanah (komitmen). Insan PT. Pelindo III (Persero) selalu bersungguh-sungguh dalam bekerja menjada nilai-nilai etika, selalu produktif dalam setiap kegiatan serta tuntas dalam bekerja.

C. Struktur Organisasi

Gambar 1 Struktur Organisasi PT. Pelindo III (Persero)

Sumber : www.pp3.co.id

Gambar di atas menunjukan struktur organisasi di PT. Pelindo III (Persero). Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa pemimpin utama di PT. Pelindo III (Persero) dipegang oleh Direktur Utama. Direktur Utama membawahi empat direktur lain, yaitu Direktur Operasi dan Pengembangan Bisnis, Direktur Teknik dan Teknologi Informasi, Direktur SDM dan Umum, serta Direktur Keuangan. Selain membawhi direktur-direktur lain bagian, Direktur Utama juga membawahi kepala-kepala bagian antara lain Kepala Satuan Pengawasan Internal, Kepala Biro Perencanaan Strategis Perusahaan, Sekretaris Perusahaan, Kepala Biro Hukum, serta Kepala Biro Pengadaan Barang dan Jasa. Pegawai organik berada di seluruh bagian dalam struktur organisasi PT. Pelindo III (Persero).

D. Majalah Dermaga

1. Sekilas Tentang Majalah Dermaga

Majalah Dermaga adalah media komunikasi yang digunakan oleh PT. Pelindo III (Persero) untuk menyampaikan berbagai informasi kepada publiknya. Majalah Dermaga diproduksi pertama kali pada 27 Februari 1989 sesuai dengan Surat Keputusan Terbit dari Kementrian Penerangan RI NO. 1428/SK/DIRJEN/PPG/SIT/1989.

Penggunaan majalah Dermaga sangatlah penting bagi PT. Pelindo III (Persero) untuk melakukan komunikasi organisasi demi tercapainya tujuan organisasi yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan serta untuk

menanamkan budaya organisasi yang ada di PT. Pelindo III (Persero) itu sendiri. Penerbitan majalah Dermaga sendiri memiliki fungsi yang strategis dalam upaya komunikasi organisasi di PT. Pelindo III (Persero). Fungsi dari majalah Dermaga antara lain :

a. Sebagai media informasi dan komunikasi pegawai PT. Pelindo III (Persero).
b. Sarana penulisan ide bagi pegawai PT. Pelindo III (Persero).
c. Sebagai media pendidikan yang dapat menambah wawasan pengetahuan pembaca. [Camelia Ariestanti, Hasil Wawancara, 18 November 2014]

Tujuan dari penerbitan majalah Dermaga sebagai media komunikasi oleh Pelindo adalah untuk memberikan informasi tentang kepelabuhan khususnya PT. Pelindo III (Persero), maritim, ekuindag dan informasi lain secara aktual dan faktual sehingga majalah Dermaga menjadi media terdepan dalam hal penyajian informasi kepelabuhan. Berdasarkan fungsi dan tujuan dari penerbitan majalah Dermaga, maka dapat diketahui bahwa penggunaan majalah Dermaga sebagai media komunikasi organisasi di PT. Pelindo III (Persero) dan memiliki peran strategis dalam fungsi informatif.

Penerbitan majalah Dermaga oleh PT. Pelindo III (Persero) dilakukan secara berkala yaitu sebulan sekali untuk setiap edisinya. Jumlah majalah Dermaga yang dicetak setiap edisinya sebanyak 2000 eksemplar. Majalah Dermaga yang dicetak setiap edisinya didistribusikan ke kantor pusat PT.

Pelindo III (Persero), kantor cabang, anak perusahaan, instansi pemerintah serta instansi kepelabuhan.

Majalah Dermaga yang dijadikan sebagai media komunikasi oleh PT. Pelindo III (Persero) memiliki 64 halaman disetiap edisinya. Konten yang ada didalam majalah Dermaga terbagi beberapa rubrik, diantaranya adalah *CCTV, Gate In, Vender, Cargodoring, Bolder, Garbarata, Stevedoring, Jala-Jala, Boom, Behandle, Trolly.*

2. Redaksi Majalah Dermaga

Majalah Dermaga sebagai media komunikasi di PT. Pelindo III (Persero) memiliki susunan dewan redaksi dalam proses penyusunan majalah itu sendiri. Redaksi majalah Dermaga berada di bagian *Corporate Public Relations* yang dalam struktur organisasi berada pada bagian *Corporate Secretary* (Sekretaris Perusahaan) PT. Pelindo III (Persero). Susunan dewan redaksi majalah Dermaga adalah sebagai berikut :

Pelindung	: Direksi PT. Pelindo III (Persero)
Pengarah	: Sekretaris Perusahaan
Pimpinan Redaksi	: Edi Priyanto
Redaktur Pelaksana	: Camelia Ariestanti
Kor. Lipt. & Fotografer	: R. Suryo Khasabu

Administrasi : Ardella Trastiana Dewi

Kor. Distribusi : Hafidz Novalsyah

Redaksi majalah Dermaga berlokasi ditempat yang sama dengan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) yang beralamat di Jalan Perak Timur No. 610 Surabaya.

3. Konten Majalah Dermaga

Majalah Dermaga yang dijadikan sebagai media komunikasi oleh PT. Pelindo III (Persero) memiliki 64 halaman disetiap edisinya. Konten yang ada didalam majalah Dermaga terbagi beberapa rubrik, diantaranya adalah *CCTV, Gate in, Vender, Cargodoring, Bolder, Garbarata, Stevedoring, Jala-Jala, Boom, Behandle, Trolly.*

Rubrik *CCTV* berisi informasi tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor cabang dan pusat PT. Pelindo III (Persero). Rubrik *Gate in* dan *Vender* dalam majalah Dermaga berisikan informasi-informasi terkait kemaritiman dan rencana bisnis PT. Pelindo III (Persero). Rubrik *Trolly* berisikan informasi-informasi yang berkaitan dengan aspek hiburan seperti informasi tentang objek wisata di Indonesia, informasi tentang kegiatan-kegiatan yang bersifat kebudayaan maupun festival hingga informasi tentang kuliner khas di Indonesia. Informasi yang berkaitan dengan kepelabuhan dan perkembangan dunia kepelabuhan khususnya PT. Pelindo III (Persero) dalam

majalah Dermaga terdapat pada rubrik *Boom* dan *Stevedoring*. Pada rubrik *Cargodoring*, redaksi majalah Dermaga memberikan informasi tentang pencapaian yang diraih oleh PT. Pelindo III (Persero). Rubrik *Garbarata* dan *Jala-Jala* dalam majalah Dermaga menghadirkan informasi-informasi lain untuk menambah wawasan pembaca.

Redaksi majalah Dermaga membuka kesempatan kepada publik internal untuk dapat menuliskan artikel yang berkaitan dengan kepelabuhan, maritim, dan ekuindag untuk selanjutnya akan dimuat dalam majalah Dermaga. Pihak redaksi memiliki kebijakan untuk memberikan apresiasi bagi siapapun publik internal yang mengirimkan artikel berkaitan dengan informasi tentang kepelabuhan kepada pihak redaksi untuk selanjutnya akan dimuat dalam majalah Dermaga. Publik internal yang menulis artikel dan mengirimkannya kepada pihak redaksi majalah Dermaga akan diberi apresiasi berupa uang sebesar Rp. 300.000,00- untuk setiap artikel yang dikirimnya.

4. Penelitian Sebelumnya

Sebelum penelitian tersebut dibuat, sudah ada penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penggunaan madia internal dalam sebuah organisasi. Penelitian tersebut dilakukan oleh Nyayu Ade Ilmiyati (D1208603), mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta jurusan Ilmu Komunikasi. Judul penelitian tersebut adalah "Penggunaan Media Internal dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Studi Korelasi Penggunaan Majalah

Mandiri dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perusahaan di Kalangan Karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang Solo Sriwedari Tahun 2010".

Penelitian tersebut dilakukan untuk melihat keterkaitan antara komunikasi organisasi dan komunikasi massa yang dilakukan dengan media internal yang dilakukan oleh humas internal PT. Bank Mandiri (Persero) untuk berkomunikasi dengan publik internalnya. Selanjutnya ingin diketahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan majalah internal dengan pemenuhan kebutuhan informasi perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *explanatory research*, yaitu metode yang digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara penggunaan media internal dan pemenuhan kebutuhan oleh pegawai Bank Mandiri. Kerangka yang dibangun dalam penelitian tersebut antara lain komunikasi organisasi, media internal serta *uses and gratification*.

Hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan majalah Mandiri dengan terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai perusahaan terhadap responden. Semakin sering responden menggunakan majalah Mandiri sebagai media informasinya maka akan semakin tinggi rasa terpenuhinya kebutuhan informasi responden mengenai perusahaan. Berdasarkan analisis data dari korelasi tata jenjang *Spearman*, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara media internal

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi oleh pegawai. Selain itu, responden merasa kebutuhan informasinya terpenuhi berkaitan dengan perusahaan, visi dan misi, rencana bisnis, kompetitor, perkembangan teknologi dan rencana perusahaan. Penilaian responden berkaitan dengan format media cukup baik, majalah Dermaga dirasakan responden telah terbit secara berkala, informasi dalam majalah tersebut juga bersifat informatif dan edukatif, namun responden merasa bahwa majalah Mandiri memiliki kekurangan dalam informasi yang menghibur.