

BAB III

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan terkait identitas responden dan penggunaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi oleh pegawai di PT. Pelindo III (Persero), sesuai dengan data primer yaitu, kuesioner yang dibagikan kepada pegawai di PT. Pelindo III (Persero) serta data sekunder yang diperoleh dari wawancara kepada jajaran Humas dan pegawai di PT. Pelindo III (Persero) sebagai subjek pendukung. Majalah Dermaga merupakan media komunikasi dan informasi yang diterbitkan oleh bagian Humas dengan tujuan 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.

Sebelum peneliti mengambil data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, peneliti melakukan uji terhadap instrumen kuesioner untuk mengetahui terkait kevalidan serta reliabilitas instrumen tersebut. Berikut akan disampaikan hasil dari uji validitas dan reliabilitas instrument kuesioner.

Untuk menguji setiap item pertanyaan maka akan dibandingkan antara r hitung dengan r *product moment* yaitu $(n-2) = 28$ untuk taraf kesalahan 5% yaitu sebesar 0,374. Apabila nilai r hitung $>$ r *product moment* maka item pertanyaan tersebut Valid.

Tabel 3.1

Validitas Kuesioner

No	Item Pertanyaan	r hitung	r product moment	Validitas
1	Item 1	0,459	0,374	Valid
2	Item 2	0,443	0,374	Valid
3	Item 3	0,567	0,374	Valid
4	Item 4	0,759	0,374	Valid
5	Item 5	0,605	0,374	Valid
6	Item 6	0,658	0,374	Valid
7	Item 7	0,556	0,374	Valid
8	Item 8	0,639	0,374	Valid
9	Item 9	0,623	0,374	Valid
10	Item 10	0,652	0,374	Valid
11	Item 11	0,743	0,374	Valid
12	Item 12	0,736	0,374	Valid
13	Item 13	0,866	0,374	Valid
14	Item 14	0,842	0,374	Valid
15	Item 15	0,619	0,374	Valid
16	Item 16	0,697	0,374	Valid
17	Item 17	0,811	0,374	Valid
18	Item 18	0,600	0,374	Valid
19	Item 19	0,652	0,374	Valid
20	Item 20	0,721	0,374	Valid
21	Item 21	0,687	0,374	Valid
22	Item 22	1,277	0,374	Valid
23	Item 23	0,820	0,374	Valid
24	Item 24	0,699	0,374	Valid
25	Item 25	0,688	0,374	Valid
26	Item 26	0,668	0,374	Valid
27	Item 27	0,639	0,374	Valid
28	Item 28	0,675	0,374	Valid
29	Item 29	0,540	0,374	Valid

Berdasarkan pada tabel perhitungan validitas kuesioner, dapat diketahui bahwa r hitung pada setiap instrumen memiliki nilai lebih besar dari nilai r *product moment*. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada instrumen tersebut memiliki validitas untuk digunakan dalam pengambilan data.

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menghitung nilai r yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan rumus *Alpha Cronbach* kemudian akan dikonsultasikan dengan harga r tabel dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$. Bila $r_{hit} > r_{tab}$ maka instrumen dinyatakan reliabel.

Peneliti melakukan pengujian reliabilitas instrumen ini kepada 30 orang pegawai dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$. Setelah melakukan perhitungan dengan rumus *Alpha Cronbach* diperoleh nilai r_{hit} masing-masing variabel yang kemudian akan dibandingkan dengan r_{tab} minimal menurut ketentuan yang dikemukakan oleh Burhan (2002, 312) yaitu sebesar 0,60, atau dengan kata lain r_{hit} hitung yaitu $0,94 > 0,60$. Hasil perhitungan menunjukkan nilai reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, hal tersebut dapat diartikan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner berapa kalipun ditanyakan kepada pegawai akan menghasilkan hasil ukur yang sama.

A. Sajian dan Deskripsi Data

Berikut akan disajikan data hasil kuesioner terkait penggunaan majalah Dermaga oleh pegawai di PT. Pelindo III (Persero).

Tabel 3.2

Pengetahuan Responden Terkait Majalah Dermaga
Merupakan Majalah Internal di PT. Pelindo III (Persero)

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	82	79,61 %
2	S (Setuju)	21	20,39 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	0	0 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa sebesar 79,61 % atau sama dengan 82 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan majalah Dermaga merupakan majalah internal di PT. Pelindo III (Persero). Sedangkan sisanya, yaitu 20,39 % atau sama dengan 21 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Data tersebut menggambarkan bahwa seluruh responden dapat dikatakan mengetahui jika majalah Dermaga merupakan majalah internal di PT. Pelindo III (Persero).

Tabel 3.3

Edisi Terbaru Majalah Dermaga Dapat Diakses

Setiap Bulannya Oleh Responden

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	81	78,64 %
2	S (Setuju)	21	20,39 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	1	0,97 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa sebesar 78,64 % atau sejumlah 81 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan terkait majalah Dermaga yang dapat diakses edisi terbarunya pada setiap bulannya. Sejumlah 20,39 % atau sama dengan 21 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama dan sisanya, yaitu 0,97 % atau sama dengan 1 responden menyatakan netral / ragu-ragu atas pernyataan yang sama juga. Data tersebut menggambarkan bahwa hampir keseluruhan responden menyatakan dapat mengakses majalah Dermaga untuk edisi terbaru pada setiap bulannya.

Tabel 3.4

Kemudahan Responden Mengakses Majalah Dermaga di
Perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero)

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	82	79,61 %
2	S (Setuju)	21	20,39 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	0	0 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa sebesar 79,61 % atau sejumlah 82 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan terkait kemudahan mengakses majalah Dermaga di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero). Sisanya, yaitu 20,39 % atau sama dengan 21 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Keseluruhan dari responden dapat dikatakan merasa mudah dalam mengakses majalah Dermaga di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero).

Tabel 3.5

Responden Selalu Membaca Majalah Dermaga Setiap Edisinya

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	29	28,16 %
2	S (Setuju)	23	22,33 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	51	49,51 %

4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa terdapat 28,16 % atau sama dengan 29 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan selalu membaca majalah Dermaga disetiap edisinya. 22,33 % atau sejumlah 23 dari 103 responden menyatakan setuju bahwa mereka selalu membaca majalah Dermaga disetiap edisinya. Sisanya, yaitu sebesar 49,51 % atau sama dengan 51 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Persentase tersebut menggambarkan bahwa sebagian responden selalu membaca majalah Dermaga pada setiap edisinya, dan sebagian lainnya menyatakan ragu-ragu bila mereka selalu membaca majalah Dermaga disetiap edisinya.

Tabel 3.6

Menyediakan Waktu Khusus Untuk Membaca Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	20	19,42 %
2	S (Setuju)	24	23,30 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	59	57,28 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	100	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 19,42 % atau sama dengan 20 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden selalu menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga. Sebesar 23,30 % atau sama dengan 24 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Sisanya, yaitu sebesar 57,28 % atau 59 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu ketika dihadapkan pada pernyataan responden menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga. Data diatas menggambarkan kurang dari separuh responden menyatakan bahwa mereka menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga, dan sebagian besar sisanya menyatakan netral atau ragu-ragu jika mereka telah menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga.

Tabel 3.7

Membaca Seluruh Konten Dalam Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	17	16,50 %
2	S (Setuju)	29	28,16%
3	N (Netral-Ragu-ragu)	56	54,37 %
4	TS (Tidak Setuju)	1	0,97 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 16,50 % atau sama dengan 17 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan

responden membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sejumlah 28,16 % atau 29 dari 103 orang. Sedangkan persentase responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut sebesar 54,37 % atau sama dengan 56 dari 103 responden. Hanya terdapat 0,97 % atau 1 responden saja yang menyatakan tidak setuju atas pernyataan responden membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga. Data tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral atau ragu-ragu jika mereka membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga, sebagian lainnya menyetujui jika mereka membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga, dan hanya terdapat 1 responden yang secara pasti tidak membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga berdasarkan jawaban dari kuesioner.

Tabel 3.8

Menerima Informasi Terkait Kepelabuhan Dari Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	35	33,98 %
2	S (Setuju)	66	64,08 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	2	1,94 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
.	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa sejumlah 33,98 % atau sama dengan 35 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menerima informasi terkait kepelabuhan dari majalah Dermaga. Sebesar 64,08 % atau sama dengan 66 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama tentang penerimaan informasi terkait kepelabuhan dalam majalah Dermaga. Hanya terdapat 1,94 % atau sama dengan 2 dari 103 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Hampir seluruh responden berdasarkan data hasil kuesioner di atas menyatakan bahwa responden menerima informasi terkait kepelabuhan dari majalah Dermaga.

Tabel 3.9

Menerima Informasi Terkait Kemaritiman Dari Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	33	32,04 %
2	S (Setuju)	68	66,02 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	2	1,94 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 32,04 % atau sejumlah 33 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menerima informasi terkait kemaritiman dari majalah Dermaga. Sebesar 66,02 % atau sama dengan 68 dari 103 responden menyatakan setuju atas

pernyataan yang sama. Sisanya, yaitu 1,94 % atau 2 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu ketika menjawab pernyataan terkait responden menerima informasi tentang kemaritiman dari majalah Dermaga. Data tersebut menggambarkan hampir semua responden menyatakan bahwa mereka menerima informasi terkait kemaritiman dari majalah Dermaga.

Tabel 3.10

Menerima Informasi Terkait Ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) Dari Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	32	31,07 %
2	S (Setuju)	64	62,14 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	6	5,82 %
4	TS (Tidak Setuju)	1	0,97 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa sejumlah 31,07 % atau sama dengan 32 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menerima informasi terkait ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) dari majalah Dermaga. Persentase responden yang menjawab setuju atas pernyataan yang sama sebesar 62,14 % atau 64 dari 103 responden. Terdapat 5,82 % atau 6 dari 103 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu ketika diajukan pernyataan terkait responden menerima informasi tentang ekuindag

(ekonomi, industri, perdagangan, pertanian) dari majalah Dermaga. Hanya terdapat 0,97 % atau 1 dari seluruh responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut. Data tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa mereka menerima informasi terkait ekuindag (ekonomi, industri, perdagangan, pertanian) dari majalah Dermaga.

Tabel 3.11

Menerima Informasi Terkait Perkembangan Dunia Kepelabuhan
Dari Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	28	27,18 %
2	S (Setuju)	67	65,05 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	8	7,77 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 27,18 % atau sejumlah 28 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menerima informasi terkait perkembangan dunia kepelabuhan dari majalah Dermaga. Persentase responden yang menyatakan setuju lebih besar, yaitu sejumlah 65,05 % atau sama dengan 67 orang atas pernyataan yang sama. Sisanya, yaitu sebesar 7,77 % atau sama dengan 8 dari 103 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang diajukan. Hal tersebut

menggambarkan bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka menerima informasi terkait perkembangan dunia kepelabuhan melalui majalah Dermaga.

Tabel 3.12

Menerima Informasi Terkait Rencana Bisnis/Pengembangan Perusahaan
Melalui Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	31	30,10 %
2	S (Setuju)	67	65,05 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	5	4,85 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa sejumlah 30,10 % atau sama dengan 31 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menerima informasi terkait rencana bisnis/pengembangan perusahaan melalui majalah Dermaga. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sebesar 65,05 % atau sebanding dengan 67 dari 103 orang. Hanya terdapat 4,85 % atau sama dengan 5 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut. Data tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden menyetujui jika majalah Dermaga telah memberikan informasi kepada responden terkait rencana bisnis/pengembangan perusahaan.

Tabel 3.13

Mendapatkan Informasi Terkait Kegiatan-kegiatan di Kantor Pusat
Melalui Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	30	29,13 %
2	S (Setuju)	72	69,90 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	1	0,97 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 29,13 % atau sejumlah 30 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden mendapatkan informasi terkait kegiatan-kegiatan di kantor pusat melalui majalah Dermaga. Sebanyak 69,90 % atau sama dengan 72 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Sisanya, yaitu sejumlah 0,97 % atau 1 dari seluruh responden menyatakan netral atau ragu-ragu. Data tersebut menggambarkan hampir semua responden menyetujui bahwa mereka mendapatkan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor pusat melalui majalah Dermaga.

Tabel 3.14

Mendapatkan Informasi Terkait Kegiatan-kegiatan di Kantor Cabang
Melalui Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	28	27,18 %
2	S (Setuju)	75	72,82 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	0	0 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 27,18 % atau sejumlah 28 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden mendapatkan informasi terkait kegiatan-kegiatan di kantor pusat melalui majalah Dermaga. Sisanya, yaitu sebesar 72,82 % atau sama dengan 75 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Data tersebut menggambarkan keseluruhan responden menyetujui bahwa mereka mendapatkan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor cabang melalui majalah Dermaga. Dapat ditarik kesimpulan bahwa majalah Dermaga telah memberikan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor cabang.

3.15

Mendapatkan Informasi Terkait Pencapaian yang Diraih PT. Pelindo III (Persero)

Melalui Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	28	27,18 %
2	S (Setuju)	73	70,88 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	2	1,94 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 27,18 % atau sejumlah 28 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden mendapatkan informasi terkait pencapaian yang diraih oleh PT. Pelindo III (Persero) melalui majalah Dermaga. Persentase responden yang menyatakan setuju lebih banyak, yaitu sebesar 70,88 % atau sebanding dengan 73 dari 103 responden. Sisanya yaitu 1,94 % atau sama dengan 2 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut. Hampir semua responden menyetujui bahwa mereka mendapatkan informasi terkait pencapaian yang diraih oleh PT. Pelindo III (Persero) melalui majalah Dermaga.

Tabel 3.16

Mendapatkan Informasi Hiburan dari Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	21	20,39 %
2	S (Setuju)	30	29,13 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	49	47,57 %
4	TS (Tidak Setuju)	3	2,91 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 20,39 % atau sama dengan 21 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden mendapatkan informasi hiburan dari majalah Dermaga. Sejumlah 29,13 % atau sama dengan 30 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Jumlah responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu sebanyak 47,57 % atau sama dengan 49 dari 103 responden. Sisanya, yaitu sejumlah 2,91 % atau 3 responden menyatakan tidak mendapatkan informasi hiburan dari majalah Dermaga. Dapat dikatakan bahwa hanya sekitar sebagian responden yang menyetujui jika mereka mendapatkan informasi hiburan dari majalah Dermaga, sebagian lainnya ragu-ragu jika mereka telah mendapatkan informasi hiburan dari majalah Dermaga, dan hanya sedikit responden yang menyatakan tidak setuju bila mereka mendapatkan informasi hiburan dari majalah Dermaga.

Tabel 3.17

Kemudahan Memahami Informasi yang Disampaikan Melalui Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	23	22,33 %
2	S (Setuju)	68	66,02 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	12	11,65 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 22,33 % atau sama dengan 23 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden mudah memahami informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sebanyak 66,02 % atau sama dengan 68 dari 103 orang. Sisanya, yaitu sejumlah 11,65 % atau sama dengan 12 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa mereka merasa mudah memahami informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga.

Tabel 3.18

**Wawasan Responden Terkait Kepelabuhan Bertambah Setelah
Membaca Majalah Dermaga**

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	30	29,13 %
2	S (Setuju)	63	61,16 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	10	9,71 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 29,13 % atau sejumlah 30 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan wawasan responden terkait kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga. Persentase responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sebesar 61,16 % atau sama dengan 63 dari 103 responden. Sejumlah 9,71 % atau 10 responden sisanya menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan wawasan responden terkait kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga. Data diatas menggambarkan jika mayoritas responden menyetujui bahwa wawasan mereka terkait kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga.

Tabel 3.19

Responden Dapat Mengirimkan Artikel Terkait Kepelabuhan Untuk Dimuat
Dalam Majalah Dermaga

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	46	44,66 %
2	S (Setuju)	46	44,66 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	11	10,68 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa persentase responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju memiliki jumlah yang sama atas pernyataan responden dapat mengirimkan artikel terkait kepelabuhan untuk dimuat dalam majalah Dermaga. Jumlah persentasenya yaitu sebesar 44,66 % untuk masing-masing dari kategori jawaban atau sama dengan 92 responden dari kedua kategori jawaban tersebut. Sisanya, yaitu sejumlah 10,68 % atau sebanding dengan 11 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa mereka dapat mengirimkan artikel terkait kepelabuhan untuk dimuat dalam majalah Dermaga.

Tabel 3.20

Menggunakan Majalah Dermaga Sebagai Media Utama Untuk Mendapatkan Informasi Seputar Kepelabuhan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	34	33,01 %
2	S (Setuju)	60	58,25 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	9	8,74 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa terdapat 33,01 % atau sama dengan 34 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan responden menggunakan majalah Dermaga sebagai media utama untuk mendapatkan informasi seputar kepelabuhan. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sebesar 58,25 % atau sama dengan 60 dari 103 orang. Sedangkan sisanya, yaitu sejumlah 8,74 % atau sama dengan 9 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut. Persentase tersebut menggambarkan jika mayoritas responden menyetujui bahwa mereka menggunakan majalah Dermaga sebagai media utama untuk mendapatkan informasi seputar kepelabuhan.

Tabel 3.21

Informasi Dalam Majalah Dermaga Selalu Aktual (*up to date*)

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	39	37,87 %
2	S (Setuju)	59	57,28 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	5	4,85 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa terdapat 37,87 % atau sama dengan 39 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan informasi yang terdapat dalam majalah Dermaga selalu actual (*up to date*). Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sebesar 57,28 % atau sama dengan 59 dari 103 orang. Sisanya, yaitu sejumlah 4,85 % atau sama dengan 5 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu terhadap pernyataan yang sama. Data tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga selalu actual (*up to date*).

Tabel 3.22

Informasi Dalam Majalah Dermaga Sesuai Fakta (*factual*)

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	37	35,93 %
2	S (Setuju)	61	59,22 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	5	4,85 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa sejumlah 35,93 % atau sama dengan 37 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan informasi dalam majalah Dermaga sesuai fakta (*factual*). Sebanyak 59,22 % atau sama dengan 61 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Hanya terdapat 4,85 % atau sama dengan 5 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu bila informasi yang disampaikan dalam majalah Dermaga sesuai fakta (*factual*). Merujuk kepada data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyetujui jika informasi dalam majalah Dermaga sesuai fakta (*factual*).

Tabel 3.23

Desain/Tampilan Majalah Dermaga Menarik dan Membuat
Responden Ingin Membacanya

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	22	21,36 %
2	S (Setuju)	20	19,42 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	47	45,63 %
4	TS (Tidak Setuju)	14	13,59 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa terdapat 21,39 % atau sama dengan 22 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan Desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sejumlah 19,42 % atau sama dengan 20 dari 103 responden. Persentase responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu memiliki jumlah lebih besar, yaitu sejumlah 45,63 % atau sama dengan 47 responden. Sisanya, yaitu sejumlah 13,59 % atau sama dengan 14 responden menyatakan tidak setuju jika desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya. Responden yang menyatakan tidak setuju dapat diartikan bahwa responden merasa desain/tampilan dari majalah Dermaga tidak menarik, sehingga tidak membuat responden ingin membacanya. Selain itu, responden yang

menyatakan netral bila dikaitkan dengan persentase responden yang selalu membaca majalah Dermaga hanya sekitar 28%, maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden tidak membaca majalah Dermaga disetiap edisinya, sehingga responden tidak mengetahui bagaimana desain/tampilan majalah Dermaga. Merujuk pada data diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyetujui jika desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya, sedangkan sebagian besar lainnya menyatakan netral atau ragu-ragu. Hanya sebagian kecil yang tidak setuju atas pernyataan yang sama.

Tabel 3.24

Jenis Kertas yang Digunakan Dalam Majalah Dermaga Memudahkan Responden Untuk Membacanya

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	19	18,45 %
2	S (Setuju)	24	23,30 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	47	45,63 %
4	TS (Tidak Setuju)	13	12,62 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa sejumlah 18,45 % atau sama dengan 19 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan jenis kertas yang digunakan dalam majalah Dermaga memudahkan responden

untuk membacanya. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sejumlah 23,30 % atau sama dengan 24 dari 103 responden. Persentase responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu memiliki jumlah lebih besar, yaitu sejumlah 45,63 % atau sama dengan 47 responden. Sisanya, yaitu 12,62 % atau sama dengan 13 responden menyatakan tidak setuju jika jenis kertas yang digunakan dalam majalah Dermaga memudahkan responden untuk membacanya. Responden yang menyatakan tidak setuju atas pernyataan yang diajukan dapat diartikan bahwa responden merasa jika jenis kertas yang digunakan dalam majalah Dermaga tidak memudahkan responden tersebut untuk membacanya. Merujuk pada data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian responden menyetujui jika jenis kertas yang digunakan dalam majalah Dermaga memudahkan responden untuk membacanya, sedangkan sebagian lainnya menyatakan netral atau ragu-ragu. Hanya sebagian kecil yang tidak setuju atas pernyataan yang sama.

Tabel 3.25

Kualitas Warna Dalam Majalah Dermaga Memudahkan Responden
Untuk Membacanya

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	28	27,18 %
2	S (Setuju)	12	11,65 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	49	47,58 %
4	TS (Tidak Setuju)	14	13,59 %

5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 27,18 % atau sama dengan 28 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan kualitas warna dalam majalah Dermaga memudahkan responden untuk membacanya. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sejumlah 11,65 % atau sama dengan 12 responden. Persentase responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama memiliki jumlah sebesar 47,58 % atau sama dengan 49 responden. Sisanya, yaitu 13,59 % atau sama dengan 14 responden menyatakan tidak setuju jika kualitas warna dalam majalah Dermaga memudahkan responden untuk membacanya. Responden yang menyatakan tidak setuju dapat diartikan bahwa responden merasa jika kualitas warna dalam majalah Dermaga menyulitkannya untuk membaca majalah Dermaga tersebut. Data tersebut menggambarkan bahwa sebagian responden menyetujui jika kualitas warna dalam majalah Dermaga memudahkan responden untuk membacanya, sedangkan sebagian lainnya menyatakan netral atau ragu-ragu. Hanya sebagian kecil yang tidak setuju atas pernyataan yang sama.

Tabel 3.26

**Gambar dan Foto yang Dimuat Dalam Majalah Dermaga
Sesuai Dengan Informasi yang Disampaikan**

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	28	27,18 %
2	S (Setuju)	33	32,04 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	41	39,81 %
4	TS (Tidak Setuju)	1	0,97 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 27,18 % atau sama dengan 28 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan gambar dan foto yang dimuat sesuai dengan informasi yang disampaikan. Sejumlah 32,04 % atau sama dengan 33 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Persentase responden yang menjawab netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama tersebut sebesar 39,81 % atau sama dengan 41 responden. Hanya terdapat 0,97 % atau sama dengan 1 responden saja yang menyatakan tidak setuju jika gambar dan foto yang dimuat sesuai dengan informasi yang disampaikan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyetujui jika gambar dan foto yang dimuat dalam majalah Dermaga sesuai dengan informasi yang disampaikan, sebagian responden lainnya menyatakan ragu-ragu atas pernyataan yang sama dan hanya 1 responden yang

menyatakan tidak setuju jika gambar/foto yang dimuat dalam majalah Dermaga tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan.

Tabel 3.27

Penggunaan Kata-kata Dalam Majalah Dermaga Mudah Dipahami

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	25	24,27 %
2	S (Setuju)	33	32,04 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	43	41,75 %
4	TS (Tidak Setuju)	2	1,94 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 24,27 % atau sama dengan 25 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan penggunaan kata-kata dalam majalah Dermaga mudah untuk dipahami. Persentase responden yang menyatakan setuju atas pernyataan yang sama sejumlah 32,04 % atau sama dengan 33 dari 103 responden. Sebanyak 41,75 % atau sebanding dengan 43 dari 103 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan penggunaan kata-kata dalam majalah Dermaga mudah untuk dipahami. Sisanya, yaitu hanya sebesar 1,94 % atau 2 responden saja yang menyatakan tidak setuju atas pernyataan yang sama tersebut. Merujuk pada data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju atas pernyataan penggunaan kata-kata dalam majalah Dermaga mudah untuk dipahami, sebagian

lain dari responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama dan hanya terdapat 2 responden yang merasa penggunaan kata-kata dalam majalah Dermaga tidak mudah dipahami.

Tabel 3.28

Ukuran Majalah Dermaga Memudahkan Untuk Dibawa

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	23	22,33 %
2	S (Setuju)	23	22,33 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	28	27,18 %
4	TS (Tidak Setuju)	29	28,16 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa terdapat 22,33 % atau sama dengan 23 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan Ukuran majalah Dermaga memudahkan untuk dibawa. Sejumlah 22,33 % atau sama dengan 23 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan ukuran majalah Dermaga memudahkan untuk dibawa memiliki persentase sebesar 27,18 % atau sama dengan 28 responden. Sedangkan sejumlah 28,16 % atau sama dengan 29 responden menyatakan tidak setuju atas pernyataan yang sama. Responden yang menyatakan tidak setuju dapat diartikan bahwa responden merasa ukuran majalah Dermaga tidak memudahkan untuk dibawa. Data tersebut

menggambarkan bahwa hanya sebagian responden yang menyetujui jika ukuran majalah Dermaga memudahkan untuk dibawa. Sebagian responden menyatakan netral atau ragu-ragu serta tidak setuju atas pernyataan majalah Dermaga memudahkan untuk dibawa dengan persentase yang tidak jauh berbeda, yaitu sekitar 27 % - 28 %.

Tabel 3.29

**Redaksi Majalah Dermaga Memiliki Kompetensi Dalam
Menyusun Konten Majalah Dermaga**

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	30	29,13 %
2	S (Setuju)	61	59,22 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	12	11,65 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa 29,13 % atau 30 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan redaksi majalah Dermaga memiliki kompetensi dalam menyusun konten majalah Dermaga. sebanyak 59,22 % atau sama dengan 61 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Sisanya, yaitu sebesar 11,65 % atau sama dengan 12 responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan redaksi majalah Dermaga memiliki kompetensi dalam menyusun konten majalah Dermaga. Dapat

ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyetujui jika redaksi majalah Dermaga memiliki kompetensi dalam menyusun majalah Dermaga.

Tabel 3.30

Informasi yang Disampaikan Melalui Majalah Dermaga Menggunakan
Narasumber yang Sesuai

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SS (Sangat Setuju)	27	26,21 %
2	S (Setuju)	71	68,94 %
3	N (Netral-Ragu-ragu)	5	4,85 %
4	TS (Tidak Setuju)	0	0 %
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0 %
	Jumlah	103	100 %

Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa 26,21 % atau 27 dari 103 responden menyatakan sangat setuju atas pernyataan informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga menggunakan narasumber yang sesuai. sebanyak 68,94 % atau sama dengan 71 dari 103 responden menyatakan setuju atas pernyataan yang sama. Hanya sebesar 4,85 % atau sama dengan 5 responden yang menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga menggunakan narasumber yang sesuai. Data tersebut menggambarkan bahwa mayoritas responden menyetujui jika informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga menggunakan narasumber yang sesuai.

B. Analisis Data

Majalah Dermaga merupakan media yang digunakan oleh PT. Pelindo III (Persero) untuk melakukan komunikasi organisasi dari pihak manajemen kepada pihak pegawai. Berdasarkan data hasil kuesioner, seluruh responden menyatakan jika mereka mengetahui bahwa majalah Dermaga merupakan media internal yang digunakan oleh PT. Pelindo III (Persero) untuk melakukan komunikasi organisasi dengan para pegawainya. Hal tersebut menggambarkan jika para pegawai sadar akan keberadaan majalah Dermaga sebagai salah satu media yang digunakan oleh pihak manajemen untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada pihak pegawai.

Komunikasi organisasi harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus-menerus, sehingga diantara pihak-pihak dalam organisasi mampu mensinergikan kinerja untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena komunikasi organisasi harus dilakukan secara berkelanjutan, maka dalam komunikasi organisasi dimana majalah Dermaga sebagai medianya juga harus dilakukan secara berkelanjutan.

Berdasarkan data hasil kuesioner, hampir semua responden menyatakan bahwa mereka dapat mengakses edisi terbaru majalah Dermaga setiap bulannya di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero). Hal tersebut menunjukkan bahwa edisi terbaru majalah Dermaga selalu tersedia di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero). Dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Pelindo III

(Persero) melakukan upaya komunikasi organisasi kepada para pegawainya secara berkelanjutan dengan tolak ukur penerbitan majalah Dermaga yang rutin dilakukan sebulan sekali untuk setiap edisinya. Selain responden dapat mengakses edisi terbaru dari majalah Dermaga disetiap edisinya, seluruh responden berdasarkan data hasil kuesioner juga menyatakan bahwa mereka merasa mudah untuk mendapatkan majalah Dermaga di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) yang mana majalah Dermaga merupakan sarana komunikasi organisasi dari pihak manajemen kepada pihak pegawai PT. Pelindo III (Persero).

Komunikasi organisasi dalam praktiknya harus dilakukan secara timbal balik, atau dapat juga dikatakan bahwa diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi organisasi haruslah saling mengupayakan. Berdasarkan hasil kuesioner, pihak manajemen dalam hal ini telah mengupayakan komunikasi organisasi dengan publik internalnya, yaitu dengan menggunakan majalah Dermaga sebagai medianya (*mediated communication*). Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi untuk setiap edisinya di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero). Namun tidaklah cukup sampai disitu, pihak pegawai juga harus mengupayakan untuk mengakses majalah Dermaga agar proses komunikasi organanisasi dapat berjalan dengan baik. Pihak pegawai dalam hal ini haruslah membaca majalah Dermaga disetiap edisinya agar pesan dan informasi yang disampaikan oleh pihak manajemen melalui media tersebut dapat diterima.

Berdasarkan data hasil kuesioner, hanya sebagian atau sekitar 50 % responden yang selalu membaca majalah Dermaga di setiap edisinya, sebagian lainnya menyatakan ragu-ragu bila mereka membaca majalah Dermaga di setiap edisinya. Hal tersebut menggambarkan bahwa hanya sebagian responden yang menerima pesan dan informasi melalui majalah Dermaga untuk setiap edisinya. Selain itu, hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian responden yang mengupayakan komunikasi organisasi dengan membaca majalah Dermaga. Ketersediaan edisi terbaru majalah Dermaga di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) tidak berbanding lurus dengan perilaku responden untuk membaca majalah Dermaga. Salah satu faktor yang menjadi kendala adalah jumlah eksemplar majalah Dermaga di kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) yang tidak sesuai dengan jumlah pegawai yang ada. Jumlah eksemplar yang tersedia hanya kurang dari setengah jumlah pegawai kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero).

Dimensi frekuensi dalam penelitian tentang penggunaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi pada pegawai di PT. Pelindo III (Persero) menunjukkan hasil yang cukup positif. Pada tiga indikator terkait pengetahuan tentang majalah Dermaga sebagai media internal, majalah Dermaga yang dapat diakses setiap bulan untuk setiap edisinya serta kemudahan mengakses majalah Dermaga menunjukkan hasil yang sangat positif dimana persentasenya menunjukkan hampir 100 % responden menyetujui untuk setiap indikator yang

diukur. Indikator terkait responden selalu membaca majalah Dermaga disetiap edisinya menunjukkan hasil hanya sebesar 50,49 % yang selalu membacanya dan sebagian lainnya menyatakan ragu-ragu.

Menurut Wiryanto (2005), komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan komunikasi. Namun berdasarkan data diatas, hanya sekitar separuh responden yang dapat dikatakan melakukan komunikasi organisasi dengan melakukan penerimaan pesan komunikasi kaitannya dengan komunikasi cetak (*mediated communication*). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan dengan majalah Dermaga sebagai media komunikasinya belum optimal, sebab belum sepenuhnya komunikasi organisasi dilakukan timbal balik dimana hanya sebagian pegawai yang selalu membaca majalah Dermaga disetiap edisinya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses, ketersediaan majalah Dermaga di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) dan pengetahuan terkait majalah Dermaga sebagai media internal perusahaan tidak berbanding lurus dengan indikator responden selalu membaca majalah Dermaga setiap edisinya. Hal tersebut dapat terjadi salah satunya karena jumlah eksemplar majalah Dermaga yang tidak berbanding lurus dengan jumlah pegawai di kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) dimana jumlah eksemplar yang tersedia di kantor pusat hanya sekitar sepertiga dari jumlah pegawai, sehingga tidak seluruh pegawai dapat mengambil dan membawanya untuk dibaca di luar kantor. Hal ini dapat

menjadi bahan evaluasi bagi pihak manajemen PT. Pelindo III (Persero) untuk memaksimalkan majalah Dermaga agar seluruh pegawai memiliki kesadaran untuk selalu membaca majalah Dermaga oleh karena perannya sebagai media komunikasi organisasi.

Dimensi intensitas dalam penggunaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi penting diketahui, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebiasaan responden ketika membaca konten dalam majalah Dermaga serta waktu yang disediakan responden untuk membacanya. Berdasarkan hasil kuesioner, hanya terdapat 42,72 % responden yang menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga, dan sisanya menyatakan ragu-ragu jika telah melakukan hal yang sama. Hal tersebut menggambarkan jika hanya kurang dari sebagian responden yang memiliki perhatian dengan menyediakan waktu untuk membaca majalah Dermaga yang merupakan media komunikasi yang menjadi saluran komunikasi organisasi antara pihak manajemen dan pihak pegawai. Responden yang menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga dapat dikatakan telah menyadari bahwa membaca majalah Dermaga merupakan proses komunikasi organisasi yang tergolong kedalam komunikasi cetak atau grafik (*mediated communication*) seperti yang diungkapkan oleh Effendy (2009:125).

Berdasarkan pengamatan responden, waktu bekerja di PT. Pelindo III (Persero) dimulai pukul 08:00 WIB sampai pukul 17:00 WIB dan terdapat waktu istirahat pada pukul 12:00 WIB sampai pukul 13:00 WIB. Jam kerja yang padat dengan waktu istirahat yang terbatas berakibat kepada sulitnya pegawai untuk menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah Dermaga, selain itu pegawai juga akan kesulitan bila harus membawa dan membacanya di luar kantor, sebab jumlah eksemplar majalah Dermaga juga tidak berbanding lurus dengan jumlah pegawai itu sendiri. Sehingga, bila seluruh eksemplar dibawa oleh sebagian pegawai untuk dibaca diluar kantor maka akan ada sebagian pegawai lainnya yang tidak dapat membacanya.

Besaran konten yang dibaca oleh responden penting untuk diketahui. Sebab, konten dalam majalah Dermaga merupakan serangkaian pesan dan informasi yang disampaikan oleh pihak manajemen kepada pihak pegawai dalam upaya proses komunikasi organisasi. Namun, berdasarkan data hasil kuesioner hanya terdapat 44,50 % responden yang membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga, sebagian besar lainnya menyatakan ragu-ragu jika mereka membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga. Bila dikaitkan dengan pendapat responden terkait desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya, hanya sekitar 40 % yang menyetujui. Artinya, sekitar 60 % responden belum menyetujui dan tidak menyetujui bahwa desain/tampilan majalah Dermaga telah menarik dan membuat responden ingin

membacanya. Oleh karenanya, hanya terdapat kurang dari separuh responden yang membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga.

Intensitas responden dalam menggunakan majalah Dermaga sangat memegang peranan penting dalam lancarnya proses komunikasi organisasi. Pesan dan informasi akan sulit diterima oleh responden bila intensitas dalam membaca konten yang ada dalam majalah Dermaga tidak secara total dibaca. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman bagi responden akan pentingnya membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga agar dapat mengetahui pesan dan informasi yang disampaikan oleh pihak manajemen melalui majalah Dermaga.

Dimensi format dan isi terkait dengan penggunaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi menjadi hal yang paling penting kaitannya dalam proses komunikasi organisasi. Majalah Dermaga dalam proses penyusunan di setiap edisinya haruslah dilakukan dengan cermat dan penuh perhitungan sesuai dengan kebutuhan untuk menyampaikan pesan kepada pegawai agar tidak terjadi kesalahfahaman. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Moore (2005:347) yang menyatakan bahwa Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada pegawai tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalahpahaman, desas-desus palsu, dan kecaman.

Indikator pertama terkait *content* atau isi dari majalah Dermaga adalah terdapat informasi tentang kepelabuhan, maritim dan ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan). Indikator tersebut didasari dari tujuan dibentuknya majalah Dermaga untuk memberikan informasi terkait kepelabuhan, maritim serta ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan). Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa *content* atau isi dari majalah Dermaga terkait informasi tentang kepelabuhan, maritim, serta ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) memiliki persentase yang tinggi dimana hampir seluruh responden menyatakan bahwa majalah Dermaga telah memberikan pesan-pesan dan informasi terkait kepelabuhan, maritim, serta ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) tersebut. Hal tersebut menggambarkan bahwa tujuan dibentuknya majalah Dermaga terkait fungsi informatif dalam memberikan informasi tentang kepelabuhan, maritim, serta ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) telah tercapai. Informasi dalam majalah yang terkait dengan kepelabuhan, maritim, dan ekuindag (ekonomi, keuangan, industri dan perdagangan) tergolong ke dalam informasi yang bersifat edukatif. Bila dikaitkan dengan pendapat Effendy (2002:109), Penyusunan sebuah media internal harus terdapat informasi yang bersifat edukatif sebagai salah satu aspek yang perlu dipenuhi. Jadi, majalah Dermaga sebagai media internal tergolong sudah memenuhi aspek edukatif dalam penyusunannya.

Majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi salah satunya harus mengandung informasi yang berkaitan dengan perusahaan itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan salah satu fungsi dari media internal yang disampaikan oleh Ruslan (1998, 187) yang menyatakan bahwa media internal berfungsi sebagai penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita (bentuk tulisan atau *photo release*) mengenai aktivitas perusahaan, manfaat produk barang dan jasa dan publikasi lainnya. Indikator yang diukur berkaitan dengan informasi tentang perusahaan antara lain terkait dengan perkembangan dunia kepelabuhan, informasi terkait rencana bisnis dan pengembangan perusahaan, informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor cabang dan pusat, serta informasi terkait pencapaian yang diraih oleh PT. Pelindo III (Persero).

Berdasarkan data hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa hampir seluruh responden menyetujui jika mereka mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perkembangan dunia kepelabuhan, informasi terkait rencana bisnis dan pengembangan perusahaan, informasi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor cabang dan pusat, serta informasi terkait pencapaian yang diraih oleh PT. Pelindo III (Persero) melalui majalah Dermaga. Persentase masing-masing indikator berkisar antara 92 % sampai 100 %. Persentase tersebut menunjukkan nilai yang cukup tinggi, artinya bahwa majalah Dermaga telah memberikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan sesuai dengan indikator tersebut.

Penyebaran informasi melalui majalah Dermaga dari pihak manajemen kepada pihak pegawai merupakan salah satu bentuk komunikasi internal organisasi.

Majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi tersebut dapat memunculkan manfaat-manfaat seperti membangun pemahaman, kebanggaan, keterlibatan dan internalisasi visi, misi serta nilai-nilai perusahaan. Selain itu penyebaran informasi melalui majalah Dermaga juga dapat menciptakan dukungan terhadap kebijakan manajemen dan upaya-upaya transformasi usaha dalam menjawab tantangan pasar. Majalah Dermaga yang telah menghadirkan informasi-informasi terkait dengan perkembangan dunia kepelabuhan serta rencana bisnis atau pengembangan perusahaan dimana mayoritas responden menyetujui akan penerimaan informasi tersebut dari majalah Dermaga dapat memunculkan dukungan terhadap kebijakan perusahaan tersebut.

Manfaat lainnya dari penyebaran informasi melalui majalah Dermaga adalah membuat warga mengerti apa yang dilakukan oleh bagian-bagian lainnya, menciptakan perasaan satu kesatuan dalam sebuah keluarga besar yang bekerja untuk satu impian. Hal tersebut dapat terjadi oleh karena salah satu *content* atau isi yang dihadirkan dalam majalah Dermaga merupakan informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kantor pusat dan kantor cabang.

Tujuan lain dari diterbitkannya majalah Dermaga adalah untuk memberikan informasi terkait kepelabuhan secara *actual* dan *factual* sehingga majalah Dermaga mampu menjadi media terdepan dalam hal penyampaian informasi kepelabuhan. Berdasarkan data hasil kuesioner, hampir semua responden atau sekitar 95 % responden menyetujui jika majalah Dermaga telah memberikan informasi kepelabuhan secara *actual* dan *factual*. Selain itu, mayoritas responden atau sekitar 91 % responden juga menyetujui jika mereka menggunakan majalah Dermaga sebagai media utama dalam mencari informasi terkait dengan kepelabuhan. Keterbatasan jumlah eksemplar yang ada di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) tidak berpengaruh terhadap penggunaan majalah Dermaga sebagai media informasi utama yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang kepelabuhan. Hal tersebut tidak terlepas dari aktualitas dan faktualitas informasi dalam majalah Dermaga serta ketersediaannya di perpustakaan kantor pusat PT. Pelindo III (Persero) walaupun dalam jumlah yang terbatas.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap konten dalam majalah Dermaga pada 3 edisi, yaitu 190 (September 2014), 191 (Oktober 2014), 192 (November 2014) menunjukkan bahwa informasi-informasi yang disampaikan merupakan kejadian dan kegiatan dalam setiap bulan sesuai edisi terbit majalah Dermaga, artinya bahwa informasi-informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga benar bahwa memenuhi unsur aktual atau kekinian.

Selain itu, informasi dalam majalah Dermaga benar bahwa disampaikan sesuai fakta (*factual*) kejadian dan kegiatan yang telah terjadi. Secara umum, tujuan diterbitkannya majalah Dermaga untuk memberikan informasi terkait dengan kepelabuhan secara *actual* dan *factual* agar menjadi media terdepan dalam penyampaian informasi kepelabuhan, khususnya di PT. Pelindo III (Persero) telah tercapai.

Majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi di PT. Pelindo III (Persero) juga memiliki fungsi untuk menambah wawasan dan pengetahuan pembaca serta sebagai sarana penulisan ide bagi pegawai PT. Pelindo III (Persero). Untuk mengetahui terkait apakah penerbitan majalah Dermaga telah memenuhi fungsinya tersebut peneliti melakukan evaluasi dengan melakukan survei tentang pendapat responden terkait dengan apakah wawasan responden tentang kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga. Sekitar 90 % menyetujui jika wawasan mereka terkait dengan dunia kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga. Walaupun hanya sekitar 50 % responden yang selalu membaca majalah Dermaga untuk setiap edisinya, tetapi mayoritas responden menyadari bahwa wawasan mereka terkait kepelabuhan bertambah setelah membaca majalah Dermaga. Hal tersebut sesuai dengan data hasil kuesioner yang menyebutkan bahwa hampir semua responden menyetujui bahwa mereka mendapatkan informasi terkait kepelabuhan dari majalah Dermaga.

Secara umum fungsi majalah Dermaga sebagai media pendidikan untuk menambah wawasan dan pengetahuan telah tercapai oleh karena persentasenya menunjukkan angka yang tinggi. Agar wawasan terkait kepelabuhan seluruh pegawai benar-benar bertambah, maka yang perlu ditingkatkan adalah kesadaran para pegawai untuk membaca majalah Dermaga itu sendiri sebab majalah Dermaga telah disadari oleh mayoritas pegawai telah memberikan pengetahuan yang dapat meningkatkan wawasan terkait kepelabuhan bagi pegawai.

Fungsi lainnya dari penerbitan majalah Dermaga adalah sebagai sarana penulisan ide bagi pegawai PT. Pelindo III (Persero). Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menyetujui jika mereka dapat berpartisipasi untuk mengirimkan artikel tentang kepelabuhan untuk dimuat dalam majalah Dermaga. Hal tersebut sesuai dengan fungsi dari media internal menurut Ruslan (1998, 187) yang menyatakan bahwa media internal berfungsi sebagai sarana untuk pelatihan dan pendidikan dalam bidang tulis-menulis karyawan, serta staf Humas atau PR yang berbakat dan berpotensi sebagai penulis ilmiah populer. Bila ditinjau lebih jauh, redaksi majalah Dermaga memiliki kebijakan untuk memberikan insentif sebesar Rp. 300.000,00- untuk pegawai yang mengirimkan artikel kepada pihak redaksi untuk selanjutnya dimuat dalam majalah Dermaga. Kebijakan redaksi untuk memberikan insentif ini dapat mendorong pegawai untuk berperan aktif dalam menulis dan mengirim artikel kepada redaksi majalah Dermaga, sehingga

komunikasi organisasi dapat berjalan timbal balik diantara pihak manajemen dan pegawai melalui media komunikasi (*mediated communication*).

Format media internal dalam hal ini format majalah internal memegang peranan penting dalam upaya komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PT. Pelindo III (Persero). Komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pihak manajemen melalui majalah Dermaga tidak dapat tercapai apabila pihak pegawai tidak mengakses majalah Dermaga itu sendiri. Oleh karena itu penyusunan majalah Dermaga harus dilakukan sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian pegawai dan kemudian mengakses majalah Dermaga. Indikator yang pertama diukur adalah desain atau tampilan majalah Dermaga. Berdasarkan hasil kuesioner, hanya terdapat sekitar 40 % responden yang menyetujui jika desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya. Sementara itu, sekitar 13 % responden menyatakan tidak setuju dan sekitar 45 % responden menyatakan netral atau ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Bila ditinjau dari data responden menyetujui jika redaksi majalah Dermaga memiliki kompetensi dalam menyusun majalah Dermaga menunjukkan persentase sebesar hampir 90%, namun hanya terdapat sekitar 40% responden yang menyetujui jika desain/tampilan majalah Dermaga menarik dan membuat responden ingin membacanya. Kemampuan redaksi majalah Dermaga untuk membuat desain atau tampilan majalah Dermaga semenarik mungkin untuk dapat membuat pegawai ingin membacanya merupakan kompetensi yang wajib dimiliki. Sebab,

ketertarikan pegawai untuk membaca majalah Dermaga salah satunya dipengaruhi oleh faktor desain/tampilan majalah Dermaga itu sendiri. Hal ini harus menjadi bahan evaluasi bagi pihak redaksi majalah Dermaga untuk dapat membuat desain maupun tampilan yang lebih menarik agar para pegawai merasa tertarik untuk membaca majalah Dermaga.

Indikator selanjutnya terkait format majalah Dermaga antara lain adalah pemilihan jenis kertas, kualitas warna serta kesesuaian gambar/ foto dengan informasi yang disampaikan. Berdasarkan data hasil kuesioner sekitar 41 % responden menyetujui jika jenis kertas yang digunakan dalam Majalah Dermaga memudahkan untuk dibaca. Persentase tersebut terbilang cukup baik, sebab hanya sekitar 12 % responden yang tidak menyetujui atas pernyataan yang sama. Jenis kertas *Glossy* yang digunakan dalam majalah Dermaga memiliki kualitas yang baik serta dapat menghasilkan cetakan yang baik dan jelas. Bila ditinjau dari kualitas warna yang pada majalah Dermaga, berdasarkan data hasil kuesioner sekitar 38 % responden menyatakan kualitas warna dalam majalah Dermaga memudahkan untuk dibaca. Hanya terdapat sekitar 13 % responden yang tidak setuju dan sisanya menyatakan ragu-ragu atas pernyataan yang sama. Bila ditinjau lebih jauh, kualitas warna dalam majalah Dermaga tidak menggunakan warna-warna yang mencolok (*strong*), sehingga pembaca dapat tetap merasa nyaman dalam membacanya walaupun dalam durasi yang cukup lama.

Kesesuaian gambar dan foto yang ditampilkan dengan informasi yang dihadirkan juga harus menjadi perhitungan bagi pihak redaksi dalam menyusun majalah Dermaga. Berdasarkan data hasil kuesioner, terdapat sekitar 54 % responden menyatakan gambar dan foto yang ditampilkan sesuai dengan informasi yang dihadirkan, hanya terdapat 0,97 % yang menyatakan tidak setuju dan sisanya menyatakan netral. Hal tersebut dapat dilihat dari data responden yang membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga hanya sekitar 45%. Artinya hanya 45 % responden yang membaca konten dalam majalah Dermaga dan dapat melihat kesesuaian informasi dengan gambar dan foto yang ditampilkan. Sehingga dapat dipahami bahwa responden yang menyatakan netral atas pernyataan gambar dan foto yang ditampilkan sesuai dengan informasi dalam majalah Dermaga tidak meyakini hal tersebut oleh karena tidak membaca seluruh konten dalam majalah Dermaga. Gambar dan foto dalam majalah Dermaga ditampilkan sesuai dengan informasi yang disampaikan, sebab dalam mencari informasi untuk dimuat dalam majalah Dermaga, pihak redaksi memiliki kordinator liputan serta fotografer yang bertugas untuk mencari informasi serta gambar dan foto pada saat yang bersamaan. Sehingga, informasi dan gambar yang disampaikan melalui majalah Dermaga akan memiliki kesesuaian.

Ukuran majalah Dermaga menjadi salah satu indikator yang diukur oleh peneliti. Berdasarkan data hasil kuesioner, sekitar 44 % responden menyatakan ukuran majalah Dermaga memudahkan untuk dibawa. Sedangkan sekitar 28 %

menyatakan tidak setuju dan sisanya menyatakan netral atau ragu-ragu. Majalah Dermaga sendiri dicetak dengan ukuran A4 (297 x 110 mm). Moore (2005, 147) berpendapat bahwa jurnal internal dengan format majalah biasanya berukuran A4 (297 x 110 mm) dan dicetak dengan menggunakan teknik *lithografi* atau *photogravure*. Artinya majalah Dermaga telah menggunakan ukuran standar yang lazim digunakan pada majalah internal perusahaan.

Penyusunan majalah Dermaga tidak dapat dilepaskan dari proses produksi pesan dan informasi yang dilakukan oleh redaksional majalah itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan kompetensi bagi redaksi majalah Dermaga dalam penyusunan majalah Dermaga. Kompetensi staf redaksi dalam penyusunan majalah Dermaga dapat dilihat salah satunya dari bagaimana pesan dan informasi disusun secara aktual dan faktual pada setiap edisi majalah Dermaga. Selain itu, kesesuaian pemilihan narasumber juga menjadi salah satu pertimbangan dalam penyusunan setiap informasi yang dihadirkan dalam majalah Dermaga. Berdasarkan data hasil kuesioner, diketahui bahwa mayoritas responden atau sekitar 88 % responden menyatakan bahwa redaksi majalah Dermaga memiliki kompetensi dalam penyusunan majalah Dermaga. Hal tersebut dapat dilihat dari informasi-informasi yang disampaikan melalui majalah Dermaga yang menurut sebagian besar responden, disusun dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami bagi pegawai, sehingga informasi dapat diserap dengan baik oleh para pegawai. Selain itu sekitar 95 % responden menyetujui jika informasi-informasi

yang ada dalam majalah Dermaga telah menggunakan narasumber yang sesuai dalam penyusunannya.

Penggunaan majalah Dermaga sebagai sarana komunikasi dan informasi di PT. Pelindo III (Persero) dapat dikatakan telah efektif dalam mencapai tujuan sebagai sarana komunikasi dan informasi, sebagai sarana penulisan ide bagi pegawai, serta sebagai media pendidikan untuk menambah wawasan pegawai. Majalah Dermaga dapat dikatakan efektif karena berdasarkan hasil evaluasi, diketahui bahwa unsur-unsur seperti ketepatan waktu, isi pesan, format dan sumber telah terpenuhi sesuai dengan tujuan yang telah dibuat. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hardjana (2000:23) yang mengategorikan unsur-unsur efektifitas komunikasi kedalam dimensi penerima, ketepatan waktu, media, isi pesan, format dan sumber.