

SKRIPSI

**MOTIF KARYAWAN PT. HOLCIM INDONESIA TBK
CABANG JAWA TIMUR DALAM MEMBACA
E-MAGAZINE BERITA KITA**



Disusun Oleh :

Evellyne Guescanver

NRP:1423014058

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2018**

SKRIPSI

MOTIF KARYAWAN PT. HOLCIM INDONESIA TBK CABANG JAWA TIMUR DALAM MEMBACA *E-MAGAZINE* BERITA KITA

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Evellyne Guescanver

NRP. 1423014058

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Evellyne Guescanver

NRP : 1423014058

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Motif Karyawan PT. Holcim Indonesia Tbk Cabang Jawa Timur dalam Membaca *E-Magazine* Berita Kita adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasikama saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 5 Juli 2018



Peneliti

Evellyne Guescanver

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MOTIF KARYAWAN PT. HOLCIM INDONESIA TBK CABANG
JAWA TIMUR DALAM MEMBACA *E-MAGAZINE* “BERITA
KITA”**

Oleh :

EVELLYNE GUESCANVER

NRP.1423014058

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penelitian skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIK. 142.09.0647

Pembimbing II : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, M.Si(.....)

NIK. 142.LB.0882

Surabaya, 6 Juni 2018

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Evellyne Guescanver

NRP : 1423014058

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Motif Karyawan PT. Holcim Indonesia Tbk
Cabang Jawa Timur dalam Membaca *E-Magazine*
Berita Kita**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Juli 2018

Yang menyatakan,



Evellyne Guescanver

HALAMAN PENGESAHAN

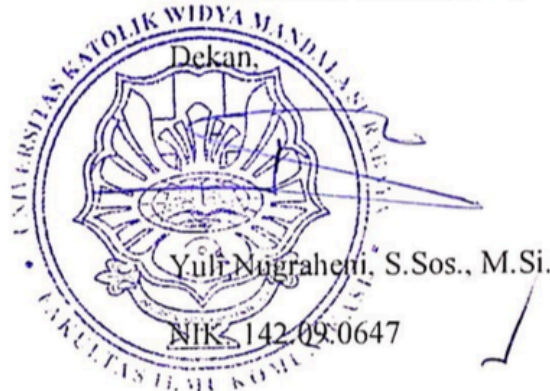
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : tanggal 25 Juni 2018

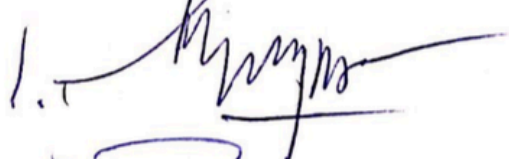
Mengesahkan ,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. ()
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris: Dr. Judy Djoko Wahjono T., M.Si ()
NIK. 142.LB.0882
3. Anggota I: Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si. ()
NIK.142.09.0647
4. Anggota II: Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651

KATA PERSEMBAHAN

Tragedi terbesar dalam kehidupan bukanlah sebuah kematian, tapi hidup tanpa tujuan. Karena itu, teruslah bermimpi untuk menggapai tujuan dan harapan, agar hidup bisa lebih bermakna. Namun untuk menggapai hal tersebut tentu akan banyak halangan dan rintangan yang akan menghadang. Tetaplah bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan jangan mudah menyerah. Jangan mudah berhenti terus bermimpi dan gapailah harapan. Kelak hasil yang akan membuktikan, karena usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.

Surabaya, 5 Juli 2018

Evellyne Guescanver

Kata Pengantar

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kuasaNya, peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul *Motif Karyawan PT Holcim Tbk Indonesia Cabang Surabaya dan Tuban dalam Membaca E-Magazine Berita Kita*. Penyusunan skripsi menjadi bekal pembelajaran serta pengalaman yang berharga bagi peneliti. Peneliti sadar bahwa selesainya penyusunan skripsi ini tidak dapat terjadi tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang memberikan rahmatNya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Kepada keluarga peneliti, Mama Vivi Samara, Papa Windy Sumanto, dan adik peneliti Ivana Aquilera, terimakasih atas dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini.
3. Terimakasih kepada pembimbing proposal Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si dan Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, M.Si beliau tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada peneliti, selain dukungan beliau juga sangat sabar dalam menghadapi peneliti.
4. Terimakasih kepada Bu Noveina Dugis selaku Pembimbing Akademis peneliti, untuk mendorong peneliti untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Terimakasih pula kepada Bu Etty Soraya, Pak Putjok, dan Pak Pujo selaku dosen Universitas Katolik Widya Mandala Jurusan Ilmu Komunikasi. Yang telah mendorong dan mensupport peneliti untuk lekas menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Kepada sahabat-sahabat peneliti, Theodore Markus Abadie, Eka Indah, Hanna Septia, Patricia Yessi, Rivaldy Massa, Emanuel Niron, Regina Ayu, Jordan Abisha, Samuel Purwanto, Fanny Gonzalez, Oblias Tassoma, Alfred Gregorius, Vindya Rossy, Teguh Husada, Enos Aditya, Weilly Kusuma, Karin Patricia, Naomi Fernandez, terimakasih atas dukungan, doa, modal, cinta, perhatian serta bimbingannya selama ini.
7. Kepada keluarga besar Mostras Company yang telah mendukung dan mensupport peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua pengetahuan dan kasih sayang kalian kepadaku.

Akhir kata, peneliti menyampaikan permintaan maaf yang sebesarbesarnya jika terdapat kesalahan yang dilakukan baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Besar harapan peneliti akan adanya kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat berguna bagi siapa pun terkhususnya peneliti, terimakasih.

Surabaya, 5 Juli 2018

Evellyne Guescanver

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Masalah	13
I.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1. Kerangka Teori	15
II.1.1 <i>Uses and Gratification Theory</i>	15
II.1.2. Motif Khalayak Media Internet	18
II.1.3. <i>Pubic Relations</i>	20
II.1.4. <i>E-Public Relations</i>	22
II.1.5. <i>Internal Public Relations</i>	25
II.1.6. Media Internal.....	28
II.1.7. Majalah sebagai Media Internal Perusahaan	35
II.1.8. <i>E-Magazine</i> sebagai Media Internal Perusahaan	37
II.1.9. Rubrikasi	38
II.2 Nisbah Antar Konsep	40
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	42
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	43
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
III.2 Metode	43
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	44
III.4 Definisi Konseptual	44
III.5 Definisi Operasional	45
III.6 Populasi dan Sampel	48
III.6.1 Populasi	48

III.6.2 Sampel	48
III.7 Teknik Penarikan Sampel	49
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	49
III.9 Teknik Validitas dan Reabilitas	50
III.10 Teknik Analisis Data.....	51
III.10.1 Pemrosesan Data (<i>Data Processing</i>).....	53
III.10.2 Tabulasi	53
III.10.3 Tabulasi Silang	53
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	54
IV.1.1 Karyawan PT Holcim Indonesia Tbk Cabang Jawa Timur.....	54
IV.1.2. Profile Majalah Internal Berita Kita.....	56
IV.1.3. Profile PT Holcim Indonesia Tbk	58
IV.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	64
IV.2.1. Uji Validitas	64
IV.2.2. Uji Reliabilitas	65
IV.3. Hasil Penelitian	66
IV.3.1. Identitas Responden Penelitian	65
IV.3.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
IV.3.3. Identitas Responden Berdasarkan Usia	68
IV.3.4. Identitas Responden Berdasarkan Divisi Pekerja.....	69
IV.3.5. Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	70
IV.3.6. Identitas Responden Berdasarkan Berapa Kali Membaca E-Magazine Berita Kita dalam 3 Bulan Terakhir	71
IV.3.7. Identitas Responden Berdasarkan Waktu Membaca Berita Kita..	72
IV.4. Pembahasan Motif dan Skala Interval.....	73
IV.4.1 Motif Interpersonal Utility	74
IV.4.2 Motif Passing Time	76
IV.4.3 Motif Seeking Information.....	78

IV.4.4 Motif Convenience.....	81
IV.4.5 Motif Entertainment	84
IV.5 Motif Membaca	85
IV.5.1. Nilai Mean dalam Motif.....	85
IV.6 Tabulasi Silang Antara Identitas Diri dengan Indikator Motif dalam Membaca Berita Kita	87
IV.6.1 Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Motif Interpersonal Utility	87
IV.6.2 Analisis Tabulasi Silang Antara Usia dengan Motif Interpersonal Utility	88
IV.6.3 Analisis Tabulasi Silang Antara Divisi Pekerjaan dengan Motif Interpersonal Utility	89
IV.6.4 Analisis Tabulasi Silang Antara Lama Bekerja dengan Motif Interpersonal Utility	89
IV.6.5 Analisis Tabulasi Silang Antara Frekuensi Membaca dengan Motif Interpersonal Utility	91
IV.6.6 Analisis Tabulasi Silang Antara Waktu Membaca dengan Motif Interpersonal Utility	93
IV.6.7 Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Motif Seeking Information	94
IV.6.8 Analisis Tabulasi Silang Antara Usia dengan Motif Seeking Information	95
IV.6.9 Analisis Tabulasi Silang Antara Divisi Pekerjaan dengan Motif Seeking Information	96
IV.6.10 Analisis Tabulasi Silang Antara Lama Bekerja dengan Motif Seeking Information	98
IV.6.11 Analisis Tabulasi Silang Antara Frekuensi Membaca dengan Motif Seeking Information.....	99
IV.6.12 Analisis Tabulasi Silang Antara Waktu Membaca dengan Motif Seeking Information	100
BAB V. PENUTUP	102

V.1. Kesimpulan.....	102
V.2. Saran	103
V.2.1 Saran Akademis	103
V.2.2 Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jaringan Luas Holcim	5
Gambar I.2 The Best of Multinational company Inhouse Magazine	6
Gambar I.3 Survei Media Internal	8
Gambar I.4 Eco-Office	9
Gambar IV.1 Survei Media Internal	57
Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT Holcim Indonesia Tbk	65

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3 Bagan Kerangka Konseptual	44
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Pengujian Validitas Motif.....	63
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Motif.....	64
Tabel IV.3 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel IV.4 Usia Responden	67
Tabel IV.5 Divisi Pekerjaan	68
Tabel IV.6 Lama Bekerja Responden	69
Tabel IV.7 Berapa Kali Membaca Berita Kita dalam 3 Bulan Terakhir	70
Tabel IV.8 Waktu Membaca Berita Kita.....	71
Tabel IV.9 Kriteria Jawaban Responden.....	72
Tabel IV.10 Motif Interpersonal Utility	73
Tabel IV.11 Motif Passing Time	74
Tabel IV.12 Motif Seeking Information.....	75
Tabel IV.13 Motif Convenience	77
Tabel IV.14 Motif Entertainment	80
Tabel IV.15 Nilai Rata-rata Pada Tiap Motif.....	84
Tabel IV.16 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Jenis Kelamin	85
Tabel IV.17 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Usia	86
Tabel IV.18 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Divisi Pekerjaan	88
Tabel IV.19 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Lama Bekerja	89
Tabel IV.20 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Frekuensi Membaca	91
Tabel IV.21 Tabulasi Silang Motif Interpersonal Utility dengan Waktu Membaca	92
Tabel IV.22 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan Jenis Kelamin	93
Tabel IV.23 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan Usia.....	94
Tabel IV.24 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan Divisi Pekerjaan	95

Tabel IV.25 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan Lama Bekerja.....	96
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan Frekuensi Membaca	97
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Motif Seeking Information dengan waktu Membaca	98

ABSTRAK

Evellyne Guescanver, NRP. 1423014058, Motif Karyawan PT. Holcim Indonesia Tbk dalam Membaca *E-magazine* Berita Kita, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2018.

Penelitian ini hendak mengetahui motif karyawan PT Holcim Indonesia Tbk dalam membaca *E-magazine* Berita Kita yang diterbitkan sebagai media internal komunikasi dalam perusahaan. Berita Kita diterbitkan dengan skala 1 bulan sekali. Teori *uses and gratification* memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media secara individu menjadi lebih atau kurang aktif serta memahami konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun. Motif itu sendiri muncul ketika adanya kebutuhan (*need*) dari setiap individu. Ketika individu dituntut untuk memenuhi kebutuhannya, muncullah motif yang akan menjadi alat pemenuhan dari kebutuhan tersebut. Kategori motif yang berhubungan dengan penggunaan media internet dalam membaca majalah *online* perusahaan. Menurut Papacahrissi dan Rubin menemukan motif membaca majalah *online* mempunyai lima kategori yaitu: motif *interpersonal utility* (kegunaan pribadi), motif *passing time* (mengisi waktu luang), motif *information seeking* (mencari informasi), motif *convenience* (kemudahan), dan motif *entertainment* (hiburan). Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei yang nantinya pernyataan responden diukur dengan skala likert. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa semua motif karyawan PT Holcim Indonesia Tbk dalam membaca *e-magazine* Berita Kita dominan, kecuali motif *interpersonal utility* yang tidak dominan.

Kata Kunci : *Uses and Gratification*, Motif Media Internal, PT Holcim Indonesia Tbk, *E-magazine* Berita Kita,

ABSTRACT

Evellyne Guescanver, NRP 1423014058. Motive Employee of PT Holcim Indonesia Tbk to Reading E-magazine Berita Kita, Faculty of Communication Science Widya Mandala Catholic University Surabaya. 2018

This research is about to find out the motives of employees of PT Holcim Indonesia Tbk in reading E-magazine Berita Kita published as internal communication in the media company. Berita Kita published once in a month. The theory uses and gratification give a framework to understand when and how individual media consumers become more or less active and understand the consequences of the increased or decreased involvement. The motive itself occurs when the need (need) of each individual. When the individual is required to meet its needs, came the motif will be a tool of the fulfillment of those needs. The category of motives that are associated with the use of internet media in reading online magazine company. According to Papacharissi and Rubin find the motive of reading magazine online has five categories, namely: the motif of interpersonal utility (usefulness), the motive of passing time (leisure), motif information seeking (seeking information), the motives of convenience (ease), and entertainment (Entertainment). Type of this research is a descriptive quantitative approach and methods of the survey respondent's statement that later measured by likert scale. From this research can be drawn the conclusion that all the motives of employees of PT Holcim Indonesia Tbk in reading e-magazine Berita Kita are dominant, unless the utility not interpersonal motive dominant.

Key words: Uses and Gratification, Internal Media Motive, PT. Holcim Indonesia Tbk, E-Magazine Berita Kita