

## **Pengaruh Media Internal Majalah Minat terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PTPN IV Medan**

**Chairunnisa Utami**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: [chairunnisautami@gmail.com](mailto:chairunnisautami@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini di latar belakang oleh semakin canggihnya teknologi yang ada, manusia sebagai makhluk sosial semakin membutuhkan banyak kebutuhan. Komunikasi yang dilakukan pun akan semakin berkembang pula. Didalam sebuah organisasi atau perusahaan public relations sangat erat dan dekat hubungannya dengan media. Karena public relations mempunyai tugas menyampaikan informasi, sebagai juru bicara perusahaan, membuat publisitas dan juga humas juga membuat media internal yang akan diterbitkan didalam suatu perusahaan tersebut yang tujuannya adalah, untuk pemenuhan informasi bagi para karyawannya. Apabila humas gagal dalam menyampaikan informasi tersebut kepada karyawan, maka akan menimbulkan kesalahpahaman diantara karyawan tersebut. Maka dari itu untuk mengetahui apakah informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik dilakukanlah penelitian ini. Apakah para karyawan masih mempunyai minat yang tinggi terhadap informasi yang tidak didapatkan dari kecanggihan teknologi tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah teori komunikasi massa, Public Relations, Serta pemenuhan kebutuhan informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan kuantitatif survei. Data yang didapatkan adalah hasil dari angket kuisisioner yang jawabannya diakumulasikan serta dideskripsikan dalam bentuk narasi. Sampel penelitian berjumlah 41 orang responden yang merupakan karyawan PT.Perkebunan Nusantara IV Medan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Keberadaan media internal majalah minat ini memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang dibutuhkan para karyawannya yaitu dengan angka korelasi sebesar 0,572.

**Kata Kunci:** *Pengaruh Media Internal, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Uses and Gratifications, Uses and Effect*

## 1. PENDAHULUAN

Manusia diciptakan sebagai makhluk yang sadar, maksudnya adalah kesadarannya untuk berfikir, berkehendak dan merasa. Dengan kesadarannya untuk berfikir manusia mendapatkan ilmu pengetahuan, dengan berkehendak manusia dapat mengarahkan pikirannya mau berkehendak yang baik untuk hidupnya atau tidak dan dengan kesadarannya merasa, manusia dapat mengetahui apa yang ada disekitarnya dan apa yang harus dia lakukan.

Sebagai makhluk sosial manusia diciptakan Allah SWT dengan bermacam- macam perbedaan baik itu dari segi biologis, bentuk, agama, budaya dan perbedaan lainnya. Dari banyaknya perbedaan tersebut menjadikan manusia hidup berketergantungan dengan manusia lainnya dan itu menjadikan manusia sebagai makhluk sosial yang akan berhubungan secara timbal balik dengan manusia satu dengan lainnya. Disebut manusia sebagai makhluk sosial karena, suatu keadaan pada masyarakat atau struktur sosial yang ada sehingga menciptakan manusia didalamnya disebut sebuah organisme hidup.

Didalam kehidupannya manusia tidak terlepas dari komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan antar manusia yang satu dengan manusia lain, bisa juga dengan melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri dan juga dengan orang banyak untuk menyampaikan pesan atau gagasannya, kepada orang yang ingin dituju dengan menggunakan kata-kata dan simbol untuk menyampaikan makna agar menimbulkan feedback (timbal balik) sehingga tidak terjadi kesalahan makna. Maka dari itu, komunikasi perlu dilakukan oleh manusia apalagi di zaman yang canggih ini manusia harus melakukan komunikasi untuk mendapatkan informasi agar tidak merasa tertinggal di zaman yang serba canggih ini.

Karena semakin canggihnya teknologi yang ada, manusia sebagai makhluk sosial semakin membutuhkan banyak kebutuhan. Komunikasi yang dilakukan pun akan semakin berkembang pula. Perkembangan teknologi paling mudah ditandai dengan semakin canggihnya teknologi. Apalagi negara yang berkembang seperti Indonesia ini, dapat dilihat meningkatnya kemajuan dibidang industri dan teknologi. Manusia sekarang ini banyak yang sudah mengetahui kecanggihan teknologi dan saat ini manusia lebih mengandalkan kecanggihan teknologi yang ada. Seperti mencari informasi lebih mudah menggunakan kecanggihan teknologi daripada mencari dari tempat lain. Kecanggihan teknologi inilah yang membuat dan mempermudah manusia mencari informasi, bahkan informasi yang didapatkan bukan hanya dari dalam negeri lagi tetapi juga dari seluruh dunia informasi yang dicari dapat didapatkan dengan mudah.

Dari situasi yang dilihat dapat dikatakan manusia sekarang tidak bisa lepas dari teknologi dan semakin tergantung dengan kecanggihan teknologi yang ada. Salah satu jenis komunikasi yang dekat dengan teknologi ini adalah komunikasi massa yang merupakan salah satu jenis komunikasi yang paling dekat dengan media, manfaat media dan efek yang dihasilkan dari penggunaan media yang dilihat dan dipakai tersebut. Jenis- jenis media yang sekarang ini banyak dipakai adalah televisi, radio, internet, surat kabar, majalah dan media lainnya. Dengan banyaknya media yang ada maka semakin terlihat bahwa banyaknya yang menggunakan media tersebut menjadikan media-media tersebut semakin berkembang dan banyak diminati.

Didalam sebuah organisasi atau perusahaan public relations sangat erat dan dekat hubungannya dengan media. Karena public relations mempunyai tugas menyampaikan informasi, sebagai juru bicara perusahaan, membuat publisitas dan juga humas juga membuat media internal yang akan diterbitkan didalam suatu perusahaan tersebut yang tujuannya adalah, untuk pemenuhan informasi bagi para karyawannya. Apabila humas gagal dalam menyampaikan informasi tersebut kepada karyawan, maka akan menimbulkan kesalahpahaman diantara karyawan tersebut.

Media internal merupakan suatu komunikasi yang dapat dilakukan seorang public relations dalam menjalin hubungan yang baik dengan karyawan disuatu organisasi dan perusahaan tersebut. Semakin pembaca memiliki keterkaitan dan kedekatan dengan media internal tersebut, maka media internal tersebut dapat dijadikan sebagai informasi yang sangat efektif di kalangan karyawan. Media internal juga merupakan suatu media penyampaian berita yang ditujukan kepada karyawan didalam perusahaan tersebut dan juga walaupun di terbitkan kepada pihak luar biasanya media internal itu bersifat non komersial.

Media internal yang ada di PT Perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) Medan ini berupa majalah yang dinamakan majalah "MINAT" yang dibuat humas untuk menyebarkan informasi didalam perusahaan dan juga untuk menginformasikan bagaimana suatu perusahaan tersebut. Apalagi PT. Perkebunan Nusantara IV memiliki banyak cabang perusahaan yang tersebar di Sumatera Utara maka dari itu, dengan adanya majalah yang dibuat oleh public relations PTPN IV dapat menjadi informasi dikalangan karyawan dari anak perusahaan agar terpenuhi informasi dan terbuka wawasannya tentang bagaimana keadaan PT. Perkebunan Nusantara IV baik di kantor pusat maupun di kantor anak perusahaan. Majalah tersebut haruslah dibuat menarik agar menarik minat baca dari karyawan untuk membaca majalah tersebut apalagi rata-rata karyawan yang ada di perusahaan tersebut usianya sudah tidak muda lagi dan kebanyakan sudah banyak yang malas membaca. Maka dari itu seorang humas didalam perusahaan tersebut harus mengetahui bagaimana kriteria agar majalah tersebut mau dibaca oleh karyawan di PT perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) Medan tersebut.

Didalam penelitian ini akan membahas bagaimana pengaruh media internal majalah minat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PTPN IV Medan yang sudah bertahun-tahun diterbitkan dalam frekuensi terbit 1 kali dalam sebulan, apakah ada terdapat perbedaan dengan majalah minat sekarang ini atau tidak. Dan juga bermanfaat atau tidak majalah minat ini dikalangan karyawan. Hal inilah yang membuat peneliti untuk melakukan penelitian bagaimana pengaruh majalah internal minat ini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT Perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) Medan.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif survei. Penelitian kuantitatif survei ini adalah penelitian yang menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori-teori dan supaya penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu peneliti melakukan batasan, dimana akan melakukan penelitian, variabel apa saja yang akan diteliti, serta hubungan antara variabel satu dengan yang lain.

Penulis menggunakan metode penelitian ini karena melalui penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh media internal majalah minat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PTPN IV Medan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuisisioner (pernyataan terstruktur) kepada respondennya dan disebarkan kepada sampel yang sebelumnya sudah dipilih.

### a) Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan dan pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan diri, nilai, persepsi dan kepribadian.

### b) Penelitian Langsung (Field Research)

Penelitian yang dilakukan dengan mengunjungi dan meninjau secara langsung ke objek yang akan diteliti oleh peneliti yang bertujuan untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam pembuatan skripsi dan juga untuk mendukung penelitiannya yang dilakukan peneliti.

c) Studi Pustaka (Library Research)

Penulis mengumpulkan informasi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu dengan membaca buku yang ada dipustaka dan disesuaikan dengan teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang telah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2018:226). Dalam teknik analisis data ini peneliti melakukan penyederhanaan data agar lebih mudah dibaca dan ditampilkan yaitu sebagai berikut:

- a.) Analisis Tabel Tunggal
- b.) Analisis Tabel Silang
- c.) Uji Hipotesis

### 3. HASIL

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan responden sebanyak 41 orang karyawan yang berkerja di PT.Perkebunan Nusantara IV Medan yang diambil dari tigabelas bagian kerja yang berbeda-beda. Metode yang dipakai adalah dengan menggunakan survey menggunakan kuisioner yang disebarkan ke tigabelas bagian tersebut. Riset ini dilakukan pada hari Rabu, tanggal 11 Maret 2020 pada pukul 10.00 WIB sampai dengan selesai. Pada bab inilah akan dijelaskan dan akan menguraikan jawaban hasil riset yang diperoleh dari responden yang mengisi kuisioner yang telah dibagikan.

#### **Analisis Tabel Tunggal Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan untuk mengetahui bagian kerja responden, usia responden, pendidikan terakhir responden, lama berkerja responden didalam perusahaan tersebut dan apakah responden mengetahui atau tidak adanya media internal serta rubrik yang sering dibaca oleh responden.

#### **Identitas Responden Berdasarkan Bagian Kerja**

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa, dari 41 responden terbagi lagi menjadi 13 bagian yang yaitu, 2 Responden (5%) dari bagian sekretariat perusahaan, 2 Responden (5%) dari bagian Satuan Pengawas Intern, 2 Responden (5%) dari bagian Perencanaan Strategis, 4 Responden (10%) dari bagian Tanaman, 3 Responden (7%) dari bagian Pengolahan, 2 Responden (5%) dari bagian Teknik, 2 Responden (5%) dari bagian Akuntansi, 4 Responden (10%) dari bagian Keuangan, 3 Responden (7%) dari bagian Pemasaran, 3 Responden (7%) dari bagian Logistik, 2 Responden (5%) dari bagian Sumber Daya Manusia, 6 Responden (15%) dari bagian Umum dan 5 Responden (14%) dari bagian Hukum dan Pertanahan. Dapat terlihat bagian Umum & Hukum dan pertanahan memiliki jumlah responden terbanyak karena populasi yang ada dibagian tersebut juga lebih banyak dari bagian yang lain sehingga pada proses penarikan sample bagian tersebut jumlahnya lebih banyak dari bagian lain, meskipun begitu walaupun bagian lain memiliki responden yang sedikit tidak menutup kemungkinan dapat memberikan pengaruh dalam penelitian ini.

#### **Tentang Majalah Minat**

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, 41 Responden (100%) para responden tersebut mengetahui adanya keberadaan Media Internal Majalah Minat yang ada didalam perusahaan mereka dan sudah jelas tidak ada responden yang tidak mengetahui Majalah Minat, namun dengan mengetahui saja tidak cukup untuk membuktikan apakah para Responden membaca, membuka serta mengetahui isi dalam majalah tersebut.

### **Rubrik yang dibaca**

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 41 Responden terdapat 63 Jumlah jawaban yang didapatkan dari responden yaitu, 2 Jawaban (3%) dari Rubrik Refleksi, 13 Jawaban (20%) dari Rubrik Liputan Khusus, 7 jawaban (15%) dari Rubrik Budaya Perusahaan, 13 jawaban (20%) dari Rubrik Dari Bagian ke Bagian, 4 jawaban (7%) dari Rubrik Beranda, 18 jawaban (25%) dari Rubrik Informasi Perusahaan, 3 jawaban (5%) dari Rubrik Bisnis Proses dan 3 jawaban (5%) dari Rubrik Sudut Bidik. Dalam pertanyaan ini jawaban yang diberikan responden melebihi jumlah Responden karena, dari beberapa responden memberikan jawaban lebih dari satu yang berarti rubrik yang dibaca tidak hanya satu saja tetapi memungkinkan untuk membaca lebih dari satu rubrik.

### **Identitas Responden Berdasarkan Usia**

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, 12 Responden (15%) merupakan Tamatan SMA, 2 Responden (5%) merupakan tamatan D3, 23 Responden (70%) merupakan tamatan S1, 4 Responden (10%) tamatan S2 dan tidak ada responden yang tamatan S3. Dapat disimpulkan bahwa didalam perusahaan ini rata-rata menerima karyawan yang mempunyai gelar S1 untuk berkerja di perusahaan ini dan tamatan D3 tidak menutup kemungkinan juga dapat berkerja didalam perusahaan ini, walaupun jumlah tamatan D3 dalam responden yang sudah dipilih termasuk sedikit.

### **Identitas Responden berdasarkan Lama Berkerja**

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, 7 Responden (15%) sudah berkerja selama kurang dari 5 tahun, 19 Responden (45%) berkerja selama 5-10 tahun, 4 Responden (10%) berkerja selama 15-20 tahun dan 11 Responden (30%) sudah berkerja selama lebih dari 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa banyak diantara responden yang sudah memiliki pengalaman berkerja yang lama dan memiliki banyak pengetahuan tentang bagaimana perkembangan Majalah Minat ini selama para responden berkerja.

### **Media Internal Majalah Minat**

Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab "Sangat Setuju" berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab "Setuju" berjumlah 20 dengan persentase 60%, menjawab "Kurang Setuju" berjumlah 8 dengan persentase 15%, menjawab "Tidak Setuju" berjumlah 5 dengan persentase 10% dan yang menjawab "Sangat Tidak Setuju" berjumlah 2 dengan persentase 5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan ukuran Majalah Minat minimalis yang mudah dibawa dan digenggam serta tidak terlalu besar serta majalah yang minimalis tidak membuat pembacanya malas membaca serta memegang majalah tersebut.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan "Bahasa yang digunakan dalam Majalah Minat tidak sulit"**

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab "Sangat Setuju" berjumlah 9 dengan persentase 20%, menjawab "Setuju" berjumlah 26 dengan persentase 65%, menjawab "Kurang Setuju" berjumlah 4 dengan persentase 10% dan menjawab "Tidak Setuju" berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahasa yang digunakan dalam Majalah Minat tidak sulit dan mudah dibaca, karena banyaknya responden yang usianya sudah tua dan biasanya malas membaca karena bahasa yang digunakan tidak dimengerti serta menggunakan bahasa ilmiah walaupun didalam majalah minat ini harus menggunakan bahasa yang baku. Dan hanya sebagian responden yang tidak setuju bahwa bahasa yang digunakan dalam majalah ini tidak sulit.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan " Setiap rubrik memiliki ciri khas tersendiri"**

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab "Sangat Setuju" berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab "Setuju" berjumlah 31 dengan persentase 83%, menjawab "Tidak Setuju" berjumlah 3 dengan persentase 5% dan yang menjawab "Sangat Tidak Setuju" berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa banyak responden yang setuju bahwa setiap rubrik yang ada di Majalah Minat memiliki ciri khas tersendiri karena menurut responden setiap rubrik yang dibuat mempunyai pesan yang berbeda-beda dan sesuai dengan kebutuhan para karyawan. Dan hanya sedikit responden

yang memilih tidak setuju mungkin dikarenakan dia melihat setiap rubrik yang ada sama saja.  
**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Ukuran font yang digunakan standar untuk mata para pembaca”**

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 5%, menjawab “Setuju” berjumlah 32 dengan persentase 85%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5% dan menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa sebagian responden setuju ukuran font yang digunakan standar untuk mata pembaca karena banyaknya karyawan yang sudah tidak muda lagi dan ternyata ukuran font yang digunakan masih standar untuk pembacanya, sehingga sebagian dari responden menjawab setuju.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Cover depan Majalah Minat menarik minat pembaca**

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 13 dengan persentase 22%, menjawab “Setuju” berjumlah 22 dengan persentase 63%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 4 dengan persentase 10% dan menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa banyak responden yang sangat setuju dan setuju bahwa cover depan majalah minat menarik mata pembaca karena menurut responden cover dari Majalah Minat menunjukkan sesuatu yang berbeda dan menunjukkan gambar dari seorang tokoh serta berita-berita yang menarik untuk dibaca.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Cover Majalah Minat menunjukkan Identitas Perusahaan”**

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 15 dengan persentase 24%, menjawab “Setuju” berjumlah 22 dengan persentase 70%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5% dan menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa menurut sebagian responden yang memilih setuju cover Majalah Minat menunjukkan identitas perusahaan, karena setiap cover yang ada di setiap edisi selalu memiliki latar belakang tempat-tempat yang ada di perusahaan ini dan selalu ada wajah karyawan yang berkerja menghiasi setiap cover majalah yang diterbitkan.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Sering membaca Majalah Minat”**

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 25 dengan persentase 64%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 10 dengan persentase 21% dan menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa menurut sebagian responden setuju mereka sering membaca Majalah Minat, karena dengan membaca dapat menambah pengetahuan mereka tentang informasi dan berita-berita terbaru yang ada didalam majalah minat setiap edisinya. Dan isi yang ada didalam majalah ini pun tidak jauh dari kehidupan pekerjaan mereka dan juga dari sumber yang terpercaya.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Sering membuka Majalah Minat”**

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 4 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 28 dengan persentase 73%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 8 dengan persentase 15% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian responden yang menjawab setuju sering membuka majalah minat sama halnya dengan tabel sebelumnya bahwa responden sering membaca majalah Minat. Dari kedua pertanyaan yang berkaitan ini sudah dapat dipastikan jika sering membuka majalah tentunya akan membaca isi majalah yang ada didalamnya dan sedikit responden yang menjawab tidak setuju. Dalam artian banyak yang membaca dari yang tidak membaca.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Membaca Majalah Minat lebih dari sekali dalam sebulan”**

Pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%, menjawab “Setuju” berjumlah 17 dengan persentase 46%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 13 dengan persentase 40%,

menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 7% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 4 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa setengah dari responden setuju dan setengahnya lagi dalam kategori tidak setuju mereka membaca majalah minat lebih dari sekali sebulan. Ini dikarenakan waktu kerja mereka yang banyak dan sedikitnya waktu senggang untuk membaca lebih dari sekali perbulannya dan juga dengan membaca sekali saja sudah cukup mengetahui informasi yang ada dalam majalah ini dan untuk yang menjawab setuju karena mereka mempunyai waktu senggang yang lebih atau belum sempat membaca seluruh majalah maka dari itu sebulan membaca majalah minat ini lebih dari sekali.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Waktu untuk membaca 5 menit setiap rubriknya”**

Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%, menjawab “Setuju” berjumlah 23 dengan persentase 67%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 14 dengan persentase 24%, menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan sebagian responden yang memilih setuju waktu yang dibutuhkan 5 menit untuk membaca setiap rubriknya, karena para karyawan hanya membaca intinya saja dan tidak membaca secara menyeluruh. Sebagian responden lagi memilih kurang setuju hingga tidak setuju bahwa waktu yang dibutuhkan untuk membaca rubriknya hanya 5 menit saja karena menurut mereka waktu 5 menit terlalu singkat.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Butuh waktu 20 menit untuk membaca satu majalah minat”**

Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 17 dengan persentase 43%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 13 dengan persentase 35%, menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 5 dengan persentase 10% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa menurut responden yang memilih setuju waktu 20 menit cukup untuk membaca satu majalah dan waktu 20 menit sudah termasuk lama untuk membaca majalah dan sebagian yang menjawab kurang setuju hingga tidak setuju waktu membaca satu majalah 20 menit karena waktu tersebut kurang untuk membaca satu majalah sehingga dibutuhkan waktu lebih dari 20 menit.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Biasanya membaca Majalah Minat di waktu senggang”**

Pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 28 dengan persentase 78%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 10% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih setuju mereka membaca Majalah Minat di waktu senggang mereka seperti waktu tidak banyak kerjaan, waktu istirahat, dan waktu mereka membutuhkan hiburan. Bagi sebagian responden lagi mereka membaca tidak harus di waktu senggang saja di waktu kapan saja bisa membaca Majalah Minat.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Menyediakan Waktu Khusus untuk Membaca Majalah Minat”**

Pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%, menjawab “Setuju” berjumlah 14 dengan persentase 40%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 12 dengan persentase 30%, menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 9 dengan persentase 20% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar yang menjawab kurang setuju hingga tidak setuju tidak menyediakan waktu khusus untuk membaca majalah minat ini karena bukan hal yang khusus juga sehingga tidak perlu menyediakan waktu. Sebagian yang menjawab setuju menyediakan waktu mereka untuk membaca majalah ini karena dapat dikatakan sebagai rutinitas menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perusahaan dan pekerjaan mereka sehingga mereka menyediakan waktu khusus.

---

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Membaca Majalah Minat untuk memenuhi kebutuhan informasi perusahaan”**

Pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 12%, menjawab “Setuju” berjumlah 28 dengan persentase 74%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 4 dengan persentase 10%, menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian responden menjawab setuju membaca Majalah Minat untuk mengetahui informasi perusahaan, karena sebagian besar isi dari Majalah Minat merupakan informasi tentang perusahaan. Sebagian kecil lagi menjawab kurang setuju membaca majalah minat untuk memenuhi informasi perusahaan.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Isi Majalah Minat menarik dan Informatif”**

Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 26 dengan persentase 75%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 8 dengan persentase 13% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan sebagian besar responden yang memilih setuju bahwa isi dari Majalah Minat menarik dan Informatif. Menarik dari segi cover, rubrik dan juga dari isi yang terdapat didalamnya berbeda setiap edisinya. Sedikit juga yang menjawab kurang setuju isi Majalah minat menarik dan Informatif.

### **Pemenuhan Kebutuhan Informasi Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Isi Majalah Minat sepenuhnya tentang perusahaan”**

Pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 26 dengan persentase 75%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 8 dengan persentase 15% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memilih setuju isi Majalah Minat sepenuhnya tentang perusahaan karena majalah ini merupakan media internal perusahaan ini dan tentu isi dari media tersebut adalah tentang perusahaan. Ada juga responden yang memilih tidak setuju bukan karena tidak setuju sepenuhnya karena didalam majalah ini juga ada informasi mengenai iklan-iklan yang ditampilkan didalam majalah tersebut dan itu yang membuat mereka memilih kurang setuju kalau isi dari majalah ini sepenuhnya tentang perusahaan.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Dengan membaca Majalah Minat dapat mengetahui misi perusahaan”**

Pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 15%, menjawab “Setuju” berjumlah 30 dengan persentase 80% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%. ini menunjukkan dengan membaca Majalah Minat ini para karyawan dapat mengetahui misi perusahaan tempat mereka berkerja karena sekarang ini banyak karyawangn yang tidak mengetahui apa misi perusahaan tersebut ataupun kalau para karyawan tersebut lupa maka dengan membaca majalah Minat ini dapat mengingat kembali apa misi perusahaan tempat mereka berkerja, dan hanya 3 responden saja yang menjawab kurang setuju.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Dengan membaca Majalah Minat dapat mengetahui visi perusahaan”**

Pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 10 dengan persentase 21%, menjawab “Setuju” berjumlah 29 dengan persentase 74% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa dengan membaca majalah Minat para karyawan juga dapat mengetahui visi perusahaan tempat mereka berkerja dan mereka setuju bahwa dengan membaca majalah dapat menambah informasi mereka tentang visi perusahaan. Sama halnya dengan tabel sebelumnya yang membahas tentang misi perusahaan. Hanya sebagian kecil responden yang menjawab kurang setuju.

### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Dengan membaca Majalah Minat dapat Mengetahui Budaya Perusahaan”**

Pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 12 dengan persentase 30%, menjawab “Setuju” berjumlah 28

dengan persentase 68% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih setuju dengan membaca majalah Minat dapat mengetahui budaya perusahaan, karena dalam perusahaan ini mereka sangat menerapkan budaya perusahaan terhadap semua karyawannya. Maka dari itu, para karyawan harus mengetahui budaya yang ada didalam perusahaan.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Memperoleh Informasi tentang perusahaan”**

Pada tabel 4.25 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 9%, menjawab “Setuju” berjumlah 30 dengan persentase 75% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan yang menjawab setuju mereka dapat memperoleh informasi tentang perusahaan dengan membuka dan membaca majalah minat ini dan tidak sedikit karyawan yang mencari informasi yang mereka butuhkan dengan membaca majalah ini.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Mendapatkan Informasi tentang bisnis yang dilakukan perusahaan”**

Pada tabel 4.26 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah dengan persentase 21%, menjawab “Setuju” berjumlah 26 dengan persentase 69% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 5 dengan persentase 10%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang setuju bahwa mereka mendapatkan informasi tentang bisnis yang dilakukan perusahaan dari membaca Majalah Minat dan dengan membaca majalah ini mereka juga mengetahui bisnis apa saja yang dijalankan perusahaan didalam dan diluar, jadi mereka tidak hanya mengetahui bisnis yang dilakukan oleh bagian kerja mereka saja tetapi bisa mengetahui informasi bagian lain juga.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Mengetahui informasi bagaimana keadaan perusahaan”**

Pada tabel 4.27 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 9 dengan persentase 20%, menjawab “Setuju” berjumlah 27 dengan persentase 70% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 5 dengan persentase 10%. ini menunjukkan bahwa sebagian responden yang memilih setuju dapat mengetahui informasi bagaimana keadaan perusahaan sekarang apakah perusahaan mengalami kemajuan, perubahan dan sebagainya. Dikarenakan para karyawan yang tidak bisa setiap saat mengetahui dan mengecek bagaimana keadaan perusahaan, maka dengan membaca majalah inilah mereka jadi mengetahui keadaan perusahaan.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Anda dapat menyebarkan informasi dalam Majalah Minat kepada sesama karyawan”**

Pada tabel 4.28 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 32 dengan persentase 85% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan sebagian besar responden yang memilih setuju dapat menyebarkan informasi dalam majalah Minat kesesama karyawan, karena ada juga karyawan yang tidak membaca majalah Minat ini dikarenakan sibuk atau malas membaca majalah minat maka dengan menyebarkan informasi kesesama karyawan akan menambah pengetahuan dan informasi karyawan yang tidak membaca tersebut.

#### **Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan perusahaan”**

Pada tabel 4.29 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 9 dengan persentase 20%, menjawab “Setuju” berjumlah 30 dengan persentase 75% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan sebagian besar responden yang menjawab setuju dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan perusahaan. Misalnya, kegiatan kerjasama dengan perusahaan lain atau CSR yang dilakukan perusahaan atau kegiatan internal yang dilakukan perusahaan karena tidak semua karyawan mengetahui adanya dibuat kegiatan baik internal maupun eksternal perusahaan maka dari itu mereka yang menjawab setuju bahwa dengan membaca

Majalah Minat mereka dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan perusahaan.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Mendapatkan Informasi tentang bagian lain di Majalah Minat”**

Pada tabel 4.30 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 6 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 34 dengan persentase 88% dan yang menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian responden yang setuju mereka mendapatkan informasi tentang bagian lain dari majalah Minat ini. Banyaknya bagian dalam perusahaan ini membuat karyawan tidak dapat mengetahui apa yang dilakukan bagian lain kecuali bagian tersebut ada hubungannya dengan bagian yang lain. Misalnya, bagian sumber daya manusia dapat mengetahui bagian yang dilakukan oleh akuntansi dan lainnya.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “ Sebagai sarana melepaskan penat dari pekerjaan”**

Pada tabel 4.31 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%, menjawab “Setuju” berjumlah 22 dengan persentase 63%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 12 dengan persentase 25%, menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5% dan yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian yang menjawab setuju menjadikan majalah Minat ini sebagai sarana melepaskan penat dari pekerjaan mereka dan sebagian lagi menjawab kurang setuju hingga sangat tidak setuju menjadikan majalah Minat sebagai sarana melepas penat dari pekerjaan karena didalam majalah tersebut juga berisikan tentang perusahaan dan menjadikan mereka bosan untuk membacanya.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Dengan Membaca Majalah Minat dapat menambah wawasan anda”**

Pada tabel 4.32 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 9 dengan persentase 20%, menjawab “Setuju” berjumlah 29 dengan persentase 73% menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan sebagian responden yang menjawab setuju wawasan mereka bertambah setelah membaca majalah Minat ini, karena didalam nya terdapat informasi dan berita yang akan menambah wawasan mereka.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Mendapatkan informasi mengenai cabang perusahaan”**

Pada tabel 4.33 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 9 dengan persentase 20%, menjawab “Setuju” berjumlah 24 dengan persentase 65%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 5 dengan persentase 10% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 3 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjawab setuju mereka dapat mengetahui informasi mengenai cabang perusahaan atau anak perusahaan yang tersebar di beberapa daerah dengan membaca majalah Minat. Dikarenakan para karyawan yang berada di kantor yang terletak di Medan tidak memiliki kepentingan untuk berkunjung ke anak perusahaan, maka dari itu dengan membaca majalah ini para karyawan dapat mengetahuinya.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Merasa terhibur dengan membaca Majalah Minat”**

Pada tabel 4.34 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 5 dengan persentase 10%, menjawab “Setuju” berjumlah 22 dengan persentase 63%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 12 dengan persentase 22% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 2 dengan persentase 5%. Ini menunjukkan sebagian besar responden yang memilih setuju mereka merasa terhibur dengan membaca majalah Minat karena majalah ini sebagai tempat untuk menemukan hiburan dari kepenatan dunia kerja mereka yang sibuk. Tidak sedikit juga yang memilih kurang setuju. Bagi mereka yang kurang setuju membaca majalah ini bukan solusi yang tepat untuk mencari hiburan di majalah ini.

**Jawaban Responden Berdasarkan Pertanyaan “Mendapatkan informasi mengenai**

### **pekerjaan di bidang yang anda tempati”**

Pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa dari 41 Responden, Responden yang menjawab “Sangat Setuju” berjumlah 8 dengan persentase 18%, menjawab “Setuju” berjumlah 25 dengan persentase 65%, menjawab “Kurang Setuju” berjumlah 7 dengan persentase 15% dan yang menjawab “Tidak Setuju” berjumlah 1 dengan persentase 2%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar mereka yang menjawab setuju mendapatkan informasi tentang bagian kerja yang sekarang mereka tempati. Seperti, prestasi yang dicapai bagian tersebut, program yang dicapai bagian tersebut dan sebagainya. Ada juga responden yang menjawab tidak setuju.

### **Analisis Tabel Silang**

Analisis tabel silang adalah teknik untuk membandingkan atau melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Sehingga dapat diketahui apakah variabel yang satu mempunyai hubungan dengan variabel yang lain. Dalam analisis tabel silang ini, tidak semua dari variabel X dan Y yang disilangkan dan dianalisis ke dalam bentuk tabel silang ini. Berikut ini adalah beberapa variabel X (Media Internal Majalah Minat) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan) yang akan dimasukkan dan disilangkan dalam bentuk tabel adalah sebagai berikut :

1. Hubungan antara membaca majalah minat lebih dari sebulan terhadap dengan membaca majalah minat dapat meningkatkan wawasan.
2. Hubungan antara membaca majalah minat diwaktu senggang terhadap merasa terhibur dengan membaca majalah minat.

### **Hubungan antara membaca majalah minat lebih dari sekali sebulan terhadap dengan membaca majalah minat dapat meningkatkan wawasan**

Dari tabel 4.36, hasil dari tabel silang diatas dapat dilihat bahwa dari 41 responden, hasil terbanyak terlihat dari responden yang memilih setuju. Responden yang memilih setuju ada 13 Responden dan 29 responden yang memilih setuju karena semakin sering mereka membaca majalah minat apalagi lebih dari sekali dalam sebulan maka akan makin menambah wawasan dan pengetahuan mereka, daripada yang membaca majalah minat hanya sekali dalam sebulan. Bukan berarti yang membaca sebulan hanya sekali tidak menambah wawasan mereka. Tetapi, wawasan atau pengetahuan yang didapat lebih sedikit dibandingkan dengan yang membaca sebulan lebih dari sekali. Ada juga responden yang menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 13 orang responden dan 2 responden. Dapat dilihat dari lima pilihan untuk pertanyaan tersebut, responden lebih banyak mengatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

### **Hubungan antara membaca majalah minat diwaktu senggang terhadap merasa terhibur membaca majalah minat**

Dari tabel 4.37, hasil dari tabel silang diatas dapat dilihat bahwa, dari 41 Responden. Hasil terbanyak adalah responden yang memilih setuju yaitu sebanyak 28 orang responden dan 21 responden yang memilih setuju. Dengan membaca majalah minat diwaktu senggang yang mereka miliki mereka merasa terhibur dengan membaca majalah minat ini. Dengan membaca diwaktu senggang mereka pekerjaan mereka tidak terganggu dan bisa fokus dalam membaca majalah minat, serta mereka merasa terhibur dengan rubrik- rubrik yang ada dalam majalah minat ini. Responden yang menjawab tidak setuju hanya 2 orang saja. Dari lima pilihan yang diberikan untuk pernyataan tersebut dapat disimpulkan responden lebih banyak yang memilih setuju.

### **Uji Hipotesis**

Uji hipotesis ini dibuktikan dengan menggunakan data yang terkumpul. Untuk menguji hubungan kedua variabel yang akan dikorelasikan peneliti menggunakan rumus Korelasi Spearman Rank.

$\rho =$  Ket :

$$1 - \frac{6\sum d^2}{N(n^2 - 1)}$$

$\rho$  = koefisien korelasi spearman rank N = jumlah individu dalam sampel

$\Sigma$  = jumlah

d = perbedaan antara pasangan jenjang

Dalam pengujian hipotesis peneliti menggunakan korelasi Spearman Rank dan perhitungannya menggunakan aplikasi ataupun software SPSS Statistics 22 for windows. Dengan hasil uji korelasinya adalah Bivariate, karena untuk menemukan hubungan variabel yang satu dengan yang lain.

### **Correlations**

Dari hasil tabel korelasi diatas hasil korelasi bersifat positif +0,527 yang menunjukkan adanya hubungan antara media internal majalah minat dengan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PTPN IV Medan. Responden yang ada dalam penelitian ini berjumlah 41 orang Responden. Dapat dilihat pula tingkat signifikasinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 yang berarti jika nilai signifikansi <0,05 maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang signifikan dan apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang signifikan. Dalam penelitian ini nilai signifikansi yang didapat yaitu 0,00 yang berarti < dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat hubungan antar variabel.

Berdasarkan hasil korelasi dengan menggunakan skala tinggi rendahnya korelasi Guilford korelasi pengaruh media internal majalah minat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PTPN IV Medan adalah mempunyai hubungan yang cukup berarti yaitu dengan nilai 0,572 yang berada dalam skala 0,41-0,70.

## **4. KESIMPULAN**

Keberadaan media internal majalah minat ini memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang dibutuhkan para karyawannya. Dapat dilihat dari uji hipotesis yang dilakukan dengan nilai sebesar 0,572 Maka dapat dinyatakan berdasarkan skala tinggi rendahnya korelasi Guilford adalah mempunyai hubungan yang cukup berarti. Adanya majalah internal ini mendapatkan respon yang baik dari para karyawan yang berkerja di PT. Perkebunan Nusantara IV Berdasarkan penelitian yang dilakukan banyak yang meminati informasi mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan serta bagaimana keadaan perusahaan. Karena membantu para karyawan semakin mengetahui informasi perusahaan serta menambah wawasan mereka mengenai keadaan perusahaan tempat mereka berkerja Berdasarkan hasil penelitian dari teori yang digunakan peneliti yaitu uses and gratifications serta teori uses and effect kedua teori ini sangat berkaitan bagaimana para karyawan atau responden memilih media yang akan mereka gunakan. Untuk teori uses and gratifications para karyawan akan menggunakan teori untuk menggunakan media internal ini jika dia merasa bahwa informasinya selalu terpenuhi maka dia akan terus menggunakan media tersebut sedangkan untuk teori uses and effects, sebenarnya hampir sama dengan uses and gratifications yang membedakannya adalah ketika dia menggunakan media tersebut dia merasakan efek yang signifikan maka akan terus menggunakan media tersebut.

## **5. REFERENSI**

- Alfianika, Ninit. (2018). Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Aulia, R., Ginting, R., & Khairani, L. (2020). Model Komunikasi Antarbudaya dalam mewujudkan Nilai-nilai Multikulturalisme melalui Kearifan Lokal Marjambar di Kelurahan Bunga Bondar Sipirok. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 197-212.
- Diningsih, I. P. (2021). PENGARUH PROGRAM KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA, BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH STRESS KERJA PADA MITRA PENGGUNA JASA LAYANAN BALAI KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA MEDAN (Doctoral dissertation).
- Cangara, Hafied. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers. Effendy, Onong. U. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung, Jawa Barat: PT Remaja Rosdakarya.
- Faustyna, F., & Jumani, J. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (PERSERO) Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15(1).
- Handayani, A. (2018). Pola Komunikasi Marketing Hotel Untuk Meningkatkan Occupancy Di Garuda Plaza Hotel Medan (Doctoral dissertation).
- Irviani, Elisabet. Yunaeti. (2017). Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Iswati, Anshori. d. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press.
- Khairani, L. (2020). [BUKU] Sejarah Politik dan Kekuasaan. KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN.
- McQuail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa Mcquail. Jagakarsa, Jakarta: Salemba Humanika.
- Pulungan, D. R., Khairani, L., Arda, M., Koto, M., & Kurnia, E. (2019, October). Memotivasi Anak Usia Dini Menabung Demi Masa Depan. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, pp. 296-301).
- Ramadhani, F., Ramadhani, U., & Basit, L. (2020). Combination of Hybrid Cryptography In One Time Pad (OTP) Algorithm And Keyed-Hash Message Authentication Code (HMAC) In Securing The Whatsapp Communication Application. Journal of Computer Science, Information Technology and Telecommunication Engineering, 1(1), 31-36.
- Ramadhayanti, Ana. (2019). Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Roudhonah. (2019). Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rusady. (2012). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salah, A., & Basit, L. (2018). PENGEMBANGAN MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN TAMBANG EMAS AGINCOURT RESOURCES DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MISKIN TAPANULI SELATAN SUMATERA UTARA. Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen, 1(1).
- Sambo, Masriadi. (2019). Media Relations Kontemporer. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sari, P. P., & Basit, L. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(1), 47-60.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian
- Turner, Richard. West. (2008). Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wahyuni, Isti. Nursih. (2014). Komunikasi Massa. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaja. (2010). Komunikasi (Komunikasi & Hubungan Masyarakat). Jakarta: Bumi Aksara.
- Wood, Julia. T. (2013). Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita). Jakarta: Salemba Empat.
- Deanawa, N. A. (2015). Analisis Kebutuhan Informasi (Information Need Assessment) Lansia Di kota Surabaya.
- Fitriansyah, Fifit. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Perilaku Remaja). Cakrawala Vol 18 No.2 : 172.
- Zainun. (2015). Kritik Terhadap Teori Uses and Effects Pada Media Massa. Vol.XXI, No.1 : 126-139.
- INTERNET**  
<https://www.ptpn4.co.id/tentang-kami/> Diakses pada 21 Januari 2020 pukul 14.37 WIB