BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar baik bagi individu, lembaga, organisasi maupun pemerintahan. komunikasi tidak dapat dihindarkan dari kehidupan sehari-hari. Melalui komunikasi, setiap manusia dapat menyampaikan apa yang ada di dalam pikirannya baik berupa pengiriman lambang-lambang seperti yang disampaikan oleh Bernard Berelson dan Gary Steiner ”Komunikasi adalah transmisi informasi.”(Mulyana 2007:62)

Dalam komunikasi, kita memerlukan sebuah alat perantara yang biasa disebut media. Media komunikasi sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan perilaku individu.

> “Dalam ilmu komunikasi, tipe komunikasi menurut Edward Sapir dibagi menjadi tipe komunikasi primer dan sekunder. Tipe komunikasi primer bersifat langsung, *face to face* baik dengan menggunakan bahasa, gerakan yg diartikan secara khusus ataupun aba2. Tipe komunikasi ini bisa berbentuk pertemuan (inter-personal), kelompok (kuliah) maupun massa (tabligh akbar). Betapapun besarnya, pengaruh komunikasi jenis ini tidak dapat melalui sebuah wilayah geografis yg sangat sempit dan terbatas. Sementara tipe komunikasi sekunder adalah komunikasi yang menggunakan alat, media seperti menggunakan surat (inter personal), menonton pagelaran nasyid (kelompok), maupun media koran atau TV (massa), yg berfungsi untuk melipatgandakan penerima, sehingga dpt mengatasi hambatan geografis dan waktu. [1]

[1] http://www.al-ikhwan.net/peran-media-komunikasi-modern-tv-sebagai-sarana-untuk-menghancurkan-29/

Menurut Everett M.Rogers : “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.(Mulyana 2007:69)

Definisi komunikasi diatas merupakan bagian konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi khususnya media massa.

> “Lasswell mengemukakan fungsi media di masyarakat adalah untuk: pengawasan (*surveillance*), yaitu menyampaikan informasi-informasi tentang lingkungan; korelasi (*correlation*), yaitu memberikan opsi atau pilihan untuk menyelesaikan masalah; dan transmisi (*transmission*), yaitu melakukan sosialisasi dan pendidikan. Kemudian wright menambahkan satu fungsi lagi yaitu untuk hiburan (*entertainment*)”.[2]

Banyak ahli mendefinisikan apa itu media massa. Dari sekian definisi itu dapat kita kemukakan garis besarnya media massa adalah perangkat dari komunikasi massa yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Segala isi dan peristiwa yang ada menjadi sumber informasi bagi media massa. Selanjutnya, media massa mempunyai tugas dan kewajiban selain menjadi sarana dan prasarana komunikasi untuk mengakomodasi segala jenis isi dunia dan peristiwa-peristiwa di dunia ini melalui pemberitaan atau publikasinya dalam aneka wujud (berita, artikel, laporan penelitian, dan lain sebagainya) dari yang kurang menarik sampai

[2] http://nurriest.blogdrive.com/archive/7.html

yang sangat menarik, dari yang tidak menyenangkan sampai yang sangat menyenangkan tanpa ada batasan kurun waktu.

Salah satu bentuk media massa adalah televisi. Televisi saat ini merupakan media massa yang “terpopuler” di kalangan masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia. Hampir 90 persen penduduk di negara-negara berkembang mengenal dan memanfaatkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi, edukasi dan lain sebagainya. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu saja namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali remaja dan anak-anak.

Dari sekian banyak perusahaan yang memanfaatkan media televisi sebagai media dalam menyebarkan berbagai kandungan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi menyebar ke seluruh kalangan masyarakat adalah PT. Cipta TPI. TPI pertama kali mengudara pada 1 Januari 1991 selama 2 jam dari jam 19.00-21.00 WIB. TPI diresmikan Presiden Soeharto pada 23 Januari 1991 di Studio 12 TVRI Senayan, Jakarta Pusat. Pada awal pendiriannya tahun 1991 TPI hanya ingin menyiarkan siaran edukatif saja. Saat itu TPI hanya mengudara 4 jam. Salah satunya dengan bekerjasama dengan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan menyiarkan materi pelajaran pendidikan menengah. Sejak itu TPI mengudara 4 jam, lalu sejak 1 Juni 1991 menjadi 6,5 jam. Lalu menjelang akhir 1991 sudah 8 jam. Pada tahap awal pendiriannya, TPI berbagi saluran dengan televisi milik pemerintah, TVRI. Perlahan-lahan mereka mengurangi misi edukatif, dengan

juga menyiarkan acara-acara lain, termasuk kuis-kuis dan sinetron sebagai selingan.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang media pertelevisian PT. Cipta TPI memiliki karyawan yang tentu saja kompeten dibidangnya masing-masing serta mampu memberikan kontribusi terhadap perusahaan tempat dia bekerja,tidak hanya terbatas pada tenaga tapi juga pikiran, ide, *improvement* agar semua yg mereka kerjakan bisa mendapatkan hasil maksimal baik dari segi kualitas, kuantitas dan efisiensi waktu. Salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas karyawannya adalah ketersediaan informasi tentang perusahaan dimana dia bekerja.

Pada saat ini perkembangan teknologi komunikasi sangat pesat, oleh karena itu banyak lembaga, organisasi dan perusahaan berlomba mendapatkan informasi-informasi yang tersebar, Salah satu caranya adalah dengan media monitoring. Media monitoring adalah sebuah kegiatan yang lumrah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang intinya adalah memantau informasi di berbagai media massa tentang perusahaan tersebut atau pun yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga tersebut

Lebih lanjut seperti pendapat R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang diterjemahkan oleh Deddy Mulyana

> “Informasi tidak mengalir secara harfiah. Kenyataannya, informasi sendiri tidak bergerak. Yang sesungguhnya terlihat adalah penyampaian suatu pesan, interprestasi penyampaian tersebut, dan penciptaan penyampaian lainnya. Penciptaan, penyampaian dan interpretasi pesan merupakan proses yang mendistribusikan pesan-pesan keseluruh organisasi.”(Mulyana 2005:170)

Penjelasan di atas mengindikasikan bahwa informasi secara tetap dan berkesinambungan diciptakan, ditampilkan, dan diinterpretasikan. pada umumnya dalam proses ini peranan *public relation* atau humas sebuah organisasi, lembaga ataupun perusahaan sangat diperlukan untuk menyebarkan informasi yang di dapat kepada publik internal atau kedalam perusahaan.

Dalam hal ini *Publik Relation* atau Humas menyebarkan informasi yang didapat dari kegiatan Media Monitoring kepada public internal perusahaan, salah satu perusahaan yang dimana *Public relation* atau Humasnya melakukan kegiataan rutin Media Monitoring adalah PT. cipta TPI.

"PR adalah upaya untuk menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan atau suatu sebab. (E.L. Berneys, USA, 1956)"(Herimanto, Rumanti, Indrojiono 2007:7)

Ditengah ketatnya persaingan didunia pertelevisian, informasi mutlak diperlukan oleh perusahaan. Informasi yang berhubungan dengan lembaga atau perusahaan kemudian oleh *public relation* perusahaan disebarkan kepada publik internal.

Media yang digunakan oleh *public relation* PT.Cipta TPI dalam menyebarkan informasi yang didapat dari kegiatan media monitoring adalah dengan menggunakan media *softboard*, seluruh hasil dari kegiatan Media

Monitoring disebarluaskan dimedia *softboard* yang posisi letaknya mudah untuk diakses seluruh karyawan.

"Guetzkow (1965) menyatakan bahwa aliran informasi dalam suatu organisasi dapat terjadi dengan tiga cara : serentak, berurutan, atau kombinasi dari keduanya."(Mulyana 2005:171)

Karyawan merupakan salah satu unsur yang sangat penting didalam sebuah perusahaan, kegiatan didalam perusahaan akan berjalan dengan baik apabila memiliki karyawan yang bekerja secara profesional dibidangnya masing-masing, terlebih bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penyiaran seperti PT. Cipta TPI. Karyawan dari sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penyiaraan tentu saja mutlak harus memiliki wawasan dan informasi yang akurat serta baru, dikarenakan tuntutan pekerjaan dibidang penyiaran memerlukan karyawan-karyawan yang *up to date* terhadap informasi-informasi yang beredar di khalayak umum maupun didalam perusahaan itu sendiri. Untuk itulah pentingnya motivasi karyawan untuk mendapatkan informasi.

Motivasi karyawan TPI akan muncul apabila karyawan merasa puas akan informasi yang didapatnya dalam hal ini mempengaruhi langsung terhadap kepuasan individu, Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik). Seberapa kuat motivasi yang dimiliki individu akan

banyak menentukan terhadap kualitas perilaku yang ditampilkannya, baik dalam konteks belajar, bekerja maupun dalam kehidupan lainnya.

Lebih lanjut seperti di ungkapkan oleh Gray (dalam Winardi, 2002) berpendapat bahwa "motivasi merupakan sejumlah proses, yang bersifat internal, atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi, dalam hal melaksanakan kegiatan- kegiatan tertentu."

Jadi tindakan seseorang didasarkan oleh dorongan-dorongan dalam dirinya (motivasi) maupun dari luar dirinya dan motivasi itu sendiri sangat erat kaitanya dengan kesadaran atau pengetahuan-pengetahuan tentang sesuatu obyek yang mana semua ini dapat menimbulkan motivasi untuk memperoleh informasi. Seperti pendapat yang di kemukakan oleh Victor H. Vroom,

> "motivasi merupakan akibat suatu hasil dari yang ingin dicapai oleh seorang dan perkiraan yang bersangkutan bahwa tindakannya akan mengarah kepada hasil yang diinginkannya itu. Artinya, apabila seseorang sangat menginginkan sesuatu, dan jalan tampaknya terbuka untuk memperolehnya, yang bersangkutan akan berupaya mendapatkannya. Dinyatakan dengan cara yang sangat sederhana, teori harapan berkata bahwa jika seseorang menginginkan sesuatu dan harapan untuk memperoleh sesuatu itu cukup besar, yang bersangkutan akan sangat terdorong untuk memperoleh hal yang diinginkannya itu. Sebaliknya, jika harapan memperoleh hal yang diinginkannya itu tipis, motivasinya untuk berupaya akan menjadi rendah."[3]

[3] http://akhmadsudrajat.wordpress.com/2008/02/06/teori-teori-motivasi

Teori ini dikemukakan oleh Victor Vroom yang mendasarkan teorinya pada tiga konsep penting, yaitu :

• Harapan (*expentancy*)

• Nilai (*Valence*)

• Pertautan (*Inatrumentality*)

Efektivitas adalah kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatian komunikan sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan yang dapat berkembang menjadi pemberian respon (baik respon positif maupun negatif) terhadap pesan yang dikomunikasikan.

Hal ini merupakan hal yang sangat penting dimana hal-hal seperti itulah yang mempengaruhi kinerja dan motivasi para karyawan untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan tempat ia bekerja salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan akan informasi, keinginan untuk memperoleh informasi serta kepuasan akan informasi yang didapat. Di dalam strategi komunikasi terdapat beberapa hal tentang bagaimana menyampaikan suatu pesan untuk menumbuhkan dan merangsang pikiran, perasaan sehingga timbul motivasi dari diri karyawan untuk memperoleh informasi sehingga para karyawan itu sendiri dapat menyadari tanggung jawab secara pribadi khususnya dan tanggung jawab terhadap perusahaan pada umumnya.

Oleh sebab itu berdasarkan uraian diatas, pada penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti yaitu :

”Sejauhmana Efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya ?”

1.2 Identifikasi Masalah

Dikarenakan rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang sangat luas. Maka untuk memberi arah pada rumusan masalah yang sudah disusun, peneliti juga menyusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana kredibilitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* sebagai komunikator terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya ?
2. Sejauhmana intensitas *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya ?
3. Sejauhmana isi pesan *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya ?
4. Sejauhmana efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Monitoring* terhadap harapan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya?
5. Sejauhmana efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap nilai dalam memperoleh informasi bagi karyawannya?
6. Sejauhmana efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap pertautan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya?
7. Sejauhmana efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari Penelitian ini adalah untuk menjelaskan dapat atau tidaknya Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* dalam memotivasi karyawannya untuk memperoleh informasi. Khususnya informasi tentang perusahaan dimana mereka bekerja.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kredibilitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* sebagai komunikator terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.
2. Untuk mengetahui intensitas *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.
3. Untuk mengetahui isi pesan *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.
4. Untuk mengetahui efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap harapan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya.
5. Untuk mengetahui efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap nilai dalam memperoleh informasi bagi karyawannya.

6. Untuk mengetahui efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap pertautan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya.
7. Untuk mengetahui efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan: dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang terkait dengan pengaruh motivasi perolehan informasi dan kompensasi terhadap wawasan karyawan PT. Cipta TPI tentang perusahaan maupun yang berkaitan dengan perkembangan dunia penyiaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Untuk Peneliti

Sebagai satu bentuk aplikasi keilmuan yang selama perkuliahan diterima secara teori, selain itu berguna sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran baru tentang kegiatan humas yaitu *Media Monitoring*.

b. Untuk Universitas

diharapkan dapat menjadi literatur dan acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

c. Untuk Perusahaan

Penelitian ini semoga dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi PT. Cipta TPI khususnya dalam hal *Media Monitoring* untuk melihat sudah efektif atau tidaknya kegiatan tersebut dalam memotivasi karyawannya dalam memperoleh informasi

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Penelitian ini mengambil judul "efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawan PT. Cipta TPI". *Media Monitoring* termasuk bagian salah satu media Humas yang termasuk dalam kegiatan *internal* Humas, *Media Monitoring* berisi segala bentuk informasi yang berkaitan dengan perusahaannya yang kemudian di sebarkan kepada karyawan.

Efektivitas humas dalam menyediakan informasi melalui "*media monitoring"* meliputi intensitas dari kegiatan *media monitoring*, serta bobot ataupun isi dari pesan yang berkaitan dengan perusahaan tempatnya bekerja yang di sampaikan kepada para karyawan sehingga para karyawan merasa tertarik dan merasa keterkaitan dengan perusahaan tempat dimana dia bekerja. Menurut Onong Uchjana Effendy (Effendy, 1989 : 14). Efektivitas adalah "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan

sesuai dengan biaya yang dianggarkan waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan".

Bagian humas perlu mengetahui bagaimana setiap karyawan memiliki motivasi atas perolehan informasi yang diberikan bagian humas melalui *Media Monitoring* kepada karyawan.

"PR adalah upaya untuk menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan atau suatu sebab." (E.L. Berneys, USA, 1956)"(Herimanto, Rumanti, Indrojiono 2007:7)

Motivasi pada individu seperti dikatakan oleh Victor Vroom didasari oleh tiga konsep penting yaitu:

- Harapan : yaitu dimana Setiap individu percaya bahwa bila ia berprilaku dengan cara tertentu, ia akan memperoleh hal tertentu. Ini disebut sebuah harapan hasil (*outcome expectancy*) sebagai penilaian subjektif seseorang atas kemungkinan bahwa suatu hasil tertentu akan muncul dari tindakan orang tersebut.
- Nilai : karena Setiap hasil mempunyai nilai, atau daya tarik bagi orang tertentu. Ini disebut valensi (*valence*) sebagai nilai yang orang berikan kepada suatu hasil yang diharapkan.
- Pertautan : dimana Setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. Ini disebut harapan usaha (*effort expectancy*) sebagai kemungkinan bahwa usaha seseorang akan menghasilkan pencapaian suatu tujuan tertentu.

Berangkat dari penjelasan diatas, inti teori ini terletak pada pendapat yang mengatakan kecenderungan seseorang bertindak dengan cara tertentu tergantung pada kekuatan harapan bahwa tindakan tersebut (memperoleh informasi) akan diikuti oleh suatu hasil tertentu dan pada daya taruk dari hasil itu bagi orang yang bersangkutan.

Dinyatakan dengan cara lain teori harapan berkata bahwa “apakah seseorang mempunyai keinginan untuk menghasilkan karya pada waktu tertentu tergantung pada tujuan-tujuan khusus orang yang bersangkutan dan pada persepsi orang tersebut tentang nilai suatu informasi sebagai wahana untuk mencapai tujuan tersebut”. (siagian 2004:180)

1.5.2 Kerangka Konseptual

Kerangka ini berisi tentang pengaplikasian dari kerangka teoritis dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pengaplikasian ini meliputi kombinasi antara unsur-unsur yang terkandung pada tiap teori yang telah diterapkan. Berkaitan dengan motivasi karyawan dalam memperoleh informasi yang diberikan ada beberapa faktor yang mempengaruhinya.

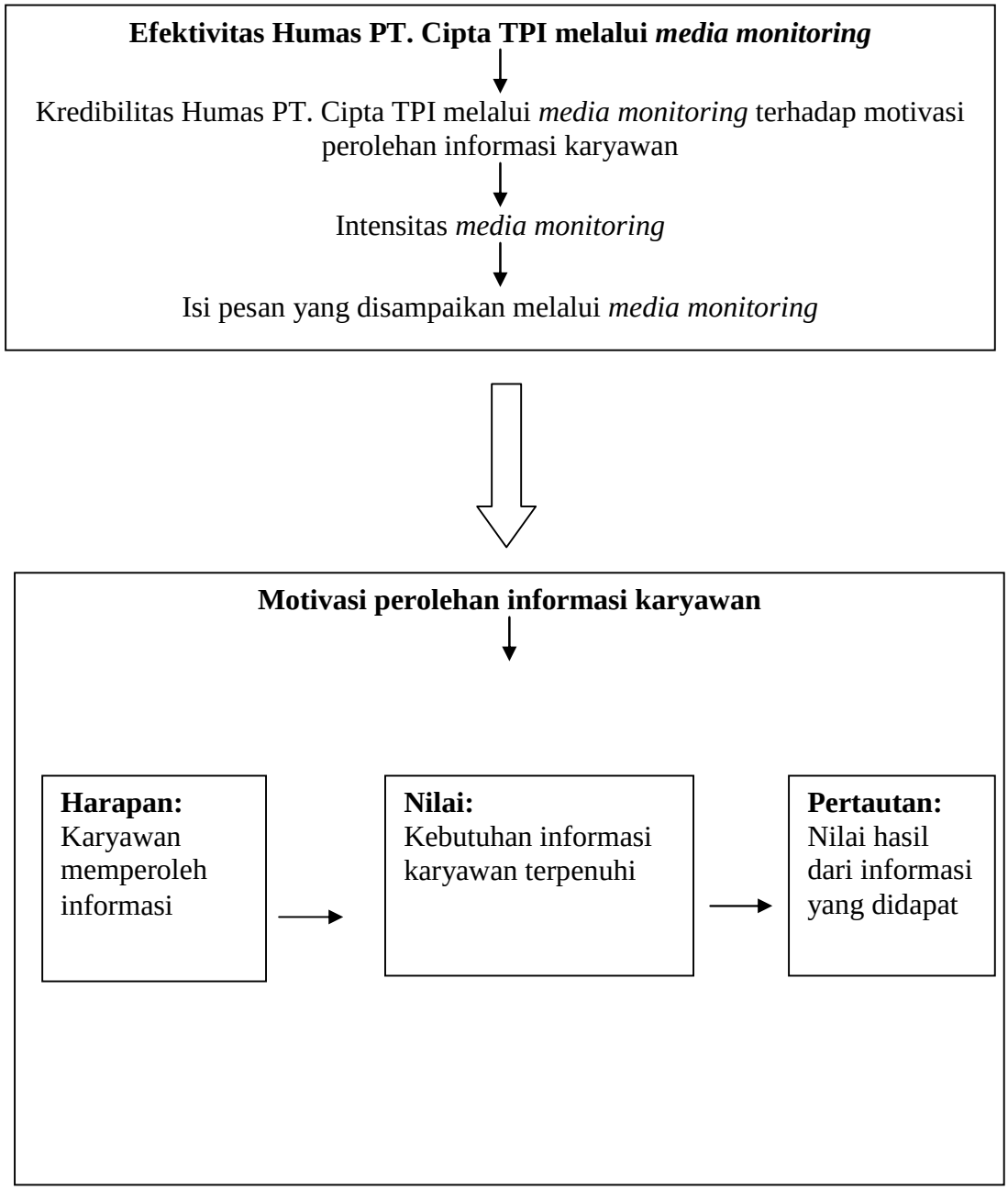
Teori motivasi berdasar teori harapan mencakup tiga dasar pemikiran yang saling berhubungan satu sama lain ketiga dasar pemikiran itu adalah aspek harapan karyawan terhadap informasi yang diberikan oleh humas melalui media monitoring yang dimaksud disini ialah sampai sejauh mana seorang karyawan merasa pentingnya hasil atau imbalan yang diperoleh dalam memperoleh informasi. Artinya sampai sejauh mana hasil yang diperoleh dari informasi yang diberikan memainkan peranan dalam pemuasan

kebutuhan-kebutuhan yang belum terpuaskan. Aspek yang selanjutnya ialah aspek nilai yang memiliki maksud akibat dari prilaku tertentu dalam hal ini memperoleh informasi mempunyai nilai atau martabat tertentu (daya atau nilai motivasi) bagi setiap individu tertentu.sedangjan aspek pertautan adalah Setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. Ini disebut harapan usaha (*effort expectancy*) sebagai kemungkinan bahwa usaha seseorang akan menghasilkan pencapaian suatu tujuan tertentu.

Maka dari itu efektivitas dari kegiatan yang dilakukan oleh *publik relation* atau humas PT. Cipta TPI yang berupa *media monitoring* sangat mutlak dan erat kaitannya dalam memotivasi karyawannya dalam memperoleh informasi yang disediakan melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dan jangka waktu yang berkelanjutan. kegiatan *media monitoring* tersebut memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi para karyawan terhadap suatu informasi yang secara langsung berkaitan dengan perusahaan dimana mereka bekerja. Selain intensitas perlu juga di perhatikan isi pesannya, apakah menarik atau tidak bagi karyawan, karena dengan ketertarikan tersebut akan menimbulkan motivasi pada diri karyawan. Maka dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut pada gambar 1.1:

Gambar 1.1

Gambar Kerangka Konseptual



Berdasarkan penjelasan di atas teori motivasi dalam memperoleh informasi karyawan akan tumbuh apabila tingkat keyakinan pada tujuan-tujuan khusus karyawan yang bersangkutan serta pada persepsi tentang nilai suatu informasi sebagai wahana untuk mencapai tujuan tersebut, yang mempengaruhi keinginan untuk memperoleh informasi yang disediakan melalui *media monitoring.*

1.6 Operasionalisasi Variabel

Variabel X

Efektivitas Humas PT.Cipta TPI sebagai komunikator melalui *media monitoring.* Efektivitas adalah kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatian komunikan sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan yang dapat berkembang menjadi pemberian respon (baik respon positif maupun negatif) terhadap pesan yang dikomunikasikan.

Variabel Y

Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia., dan merupakan suatu proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan.secara garis besar dengan faktor-faktor yang dapat memberikan rasa kepuasan dari informasi yang didapat berkaitan harapan, nilai, pertautan. yang dapat menimbulkan motivasi dalam memperoleh informasi bagi karyawan.

Tabel 1.1

Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1	Efektifitas	- Kredibilitas Humas PT.cipta TPI sebagai komunikator melalui *media monitoring*	Kemampuan
			Kepercayaan
		- Intensitas	Frekuensi pemakaian
			Durasi
		- Isi Pesan	Kejelasan pesan
			Kelengkapan pesan
			Aktualitas pesan
2	Motivasi perolehan Informasi	- Harapan	Kemajuan prestasi kerja
			Aktualisasi diri
		- Nilai	Pentingnya informasi
			Keterkaitan informasi
		- Pertautan	Pengalaman
			Ketertarikan

1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang dianggap besar kemungkinannya menjadi jawaban yang benar.

"Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban-jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya" (arikunto, 1995 : 21)

Hipotesis induk dalam Penelitian ini adalah :

Jika efektivitas humas melalui media monitoring baik maka motivasi perolehan informasi karyawan PT. Cipta TPI sebagai komunikator baik.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya serta terdiri dari banyak bentuk baik survei, eksperimen, korelasi, dan regresi.. Metode yang digunakan adalah "Metode Survei" dengan "teknik analisis Korelasional"

Metode Survei adalah "suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data-data dari fenomena yang berlangsung dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah."(Natzir,1988:63).

1.9 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.9.1 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket

Usaha untuk mengumpulkan data dan informasi pada suatu penelitian berupa sejumlah pertanyaan tertulis yang diedarkan kepada responden untuk mendapatkan jawaban. Dalam penelitian ini angket akan disebarkan kepada karyawan PT. Cipta TPI.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode *survey* melalui daftar pertanyaan yang di ajukan secara lisan terhadap responden. (Ruslan ,2004 :23). Pertanyaan diajukan kepada karyawan divisi *corporate secretary* PT.Cipta TPI.

3. Studi Pustaka

Dilakukan untuk memperkaya data dan informasi yang menunjang penelitian melalui sumber-sumber data ilmiah serta sumber-sumber lain yang relevan, seperti mengumpulkan referensi buku yang berhubungan dengan judul penelitian dan berhubungan juga dengan lembaga yang diteliti.

4. internet *searching*

pencarian suatu bahan maupun data dengan menggunakan fasilitas internet. Dalam melakukan internet *searching* biasanya kita gunakan *search engine* sebagai mesin pembantu dalam pencarian situs tersebut. *Search engine* adalah sebuah fasilitas (web) yang bisa mencari *links* dari situs lain.

1.9.2 Teknik Analisa Data

Setelah sejumlah data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini terkumpul, peneliti kemudian melakukan teknik analisa data. Adapun tahap-tahap dalam pengumpulan data tersebut sebagai berikut :

1. Pengeditan (*editing*)Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian. (Ruslan 2000 : 15). Pengeditan yang dilakukan dengan mengecek kelengkapan seluruh data dan informasi yang peneliti peroleh.

2. melakukan validitas dan reabilitas pada angket yang telah sebarkan sebelum diukur, sedangkan reabilitas menunjukan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai skala pengukuran tertentu

3. Pemberian Kode (*coding*)Coding adalah mengidentifikasikan jawaban atau fakta yang mempunyai karaktaristik yang sama dan menyusun kedalam kelompok atau kelas yang diklasifikasikan.(Syamsudin 2000 : 15) Data dimasukan kedalam *Coding book* (buku koding) dan coding sheet (lembar koding).

4. Mentabulasikan DataTabulasi adalah ringkasan, pengaturan, penyusunan dari dalam tabel atau format ringkasan lainnya (Ruslan

2003 : 58). Setelah data-data dan informasi telah terkumpul, maka peneliti menata dan menyusunnya dengan baik untuk disajikan dalam tabel guna tujuan penelitian. Mentabulasikan data adalah menyajikan data dalam sebuah tabel (tabel induk dan kemudian tabel tunggal) sesuai tujuan analisa data.

5. Data yang ditabulasikan, dianalisis dengan koefisien korelasi Rank Spearman. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kuantitatif kedalam data kualitatif, dengan cara pemberian skor atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden, pemberian skor dimaksudkan untuk memindahkan data kualitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan dalam angket kedalam nilai kuantitatif.

1.10 Populasi dan Sampel

1.10.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2002:15). Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Komunikasi” mengatakan bahwa bagian yang diamati itu disebut sampel sedangkan kumpulan objek penelitian disebut populasi (Rakhmat, 2002 : 78). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan/*staff* PT. Cipta TPI yang berjumlah 440 orang dengan rincian seperti dalam tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2

Populasi karyawan/*staff* PT. Cipta TPI

N=440

DIVISI	**JUMLAH *STAFF***
HR & GS *Division*	**23**
Corporate secretary Division	**16**
Finance & Accounting Division	**50**
Technology Division	**67**
Programming Division	**39**
Production Division	**114**
Creative development Division	**60**
Sales & Marketing Division	**71**
JUMLAH	**440**

1.10.2 Sampel

Sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari. (Sarwono, 2001:75)

Dalam mengambil sampel peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara Proporsional Random Sampling (*proportionate stratified random sampling*), teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. (Sugiyono, 2003 : 60)

Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus dari Yamane (Jalaluddin Rakhmat 1995 : 82), sebagai berikut :

$$\mathbf{n = \frac{N}{N \cdot (d)^2 + 1}}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai presisi atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10%

Kemudian dari rumus tersebut akan didapatkan jumlah sampel dari populasi yang jumlahnya 440 orang sebagai berikut :

$$n = \frac{440}{440 \cdot (10/100)^2 + 1}$$

$$n = \frac{440}{470.0{,}01+1}$$

$$n = \frac{440}{5.4} = 81.481 =$$ dibulatkan menjadi 81 Responden

untuk menghitung sampel karyawan menurut divisinya di pakai rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{nk = \frac{pk}{p} .n}$$

Keterangan :

nk = Jumlah anggota sampel dalam kelompok kerja

pk = Jumlah populasi yang terdapat dalam kelompok kerja

p = Jumlah populasi keseluruhan

n = Jumlah seluruh anggota sampel

Tabel 1.3

Sampel Karyawan/*Staff*

DIVISI	**JUMLAH POPULASI**	**RUMUS PENGHITUNGAN**	**JUMLAH SAMPEL**
HR & GS *Division*	**23**	**nk = 23/440 . 81** **nk =4**	**4**
Corporate secretary Division	**16**	**nk = 16/440 . 81** **nk = 3**	**3**
Finance & Accounting Division	**50**	**nk = 50/440 . 81** **nk = 9**	**9**
Technology Division	**67**	**nk = 67/440 . 81** **nk = 12**	**12**
Programming Division	**39**	**nk = 39/440 . 81** **nk = 8**	**8**
Production Division	**114**	**nk = 114/440 . 81** **nk = 21**	**21**
Creative development Division	**60**	**nk = 60/440 . 81** **nk = 11**	**11**

Sales & Marketing Division	**71**	**nk = 71/440 . 81** **nk = 13**	**13**
JUMLAH	**440**	**81**	**81**

1.11 Lokasi dan waktu Penelitian

1.11.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di kantor pusat PT. Cipta TPI yang beralamat di, JL Pintu II – TMII Jakarta 13810, Indonesia. Telp. 021-8412473, Fax. 021-8412470.

1.11.2 Waktu penelitian

Penelitian yang akan penulis laksanakan dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2010, mengenai Jadwal Penelitian.. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu pada table 1.3 berikut :

Tabel 1.3

Waktu kegiatan penelitian

No	Uraian	Maret			April				Mei				juni				Juli			
		I	II	III	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Persiapan																			
	Pengajuan judul																			
	Acc judul																			
	Bertemu pembimbing																			

	Penulisan Bab I																			
	Bimbingan																			
	Penulisan Bab II																			
	Bimbingan																			
	Penulisan Bab III																			
2	Pengumpulan Data Perusahaan																			
	Penyebaran Kuesioner																			
	Bimbingan																			
3	Pengolahan Data																			
	Penulisan Bab IV																			
	Bimbingan																			
4	Penulisan Bab V																			
	Bimbingan																			
5	Penyusunan skripsi																			
	Bimbingan																			

1.12 Sistematika Penelitian

Dalam upaya mendapatkan penulisan yang baik serta Integritas hubungan yang menyeluruh pada penelitian, maka pada bagian ini akan dijelaskan secara garis besar tentang sistematika pembahasan dari masing-masing bab. Adapun Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjabarkan bagaimana masalah tersebut muncul dan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian (kegunaan teoritis dan praktis), kerangka pemikiran (kerangka teoritis dan konseptual), oprasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, populasi dan sampel, hipotesis, waktu dan lokasi penelitian, serta yang terakhir adalah sistematika penulisan atau penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini menjabarkan berbagai tinjauan, yaitu diantaranya tinjauan tentang Ilmu Komunikasi, konteks penelitian yang digunakan, hubungan masyarakat (HUMAS), tinjauan mengenai variabel X dan variabel Y, media massa. dan yang terakhir tinjauan mengenai populasi (karyawan).

BAB III Objek Penelitian

Pada Bab ini hanya menjabarkan Objek dari penelitiannya saja. Yaitu di mulai dari tinjauan tentang Instansi (sejarah dari Instansi dan bagian Humasnya, penjelasan logo, visi&misi instansi) dan yang terakhir tinjauan tentang populasi.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjabarkan hasil dari penelitian dan pembahasan. Yaitu menguraikan mengenai analisis data yang diperoleh dari pengisian angket. Hal ini dilakukan untuk menjawab identifikasi masalah yang telah dirumuskan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah, dan berisi saran-saran praktis (membagun) yang ditujukan pada lembaga tempat penelitian.