# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian.

PT Patra Niaga merupakan suatu entitas usaha yang dibentuk oleh Pertamina untuk menjalankan dan mengembangkan kegiatan usaha di sektor hilir industri minyak dan gas bumi (MIGAS) Indonesia. Sesuai Pasal 1 Undang-Undang Nomor 22 tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, sektor hilir ini mencakup kegiatan-kegiatan pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, dan niaga MIGAS. Dan aktivitas dari perusahaan ini adalah *Bussiness To Bussiness*.

PT Patra Niaga telah mengalami kemajuan yang pesat. Dimulai dengan konsolidasi usaha, PT Patra Niaga kemudian memutuskan untuk fokus pada bisnis hilir MIGAS. Kemudian, strategi efisiensi keuangan dan organisasional ditempuh oleh Perseroan agar dapat bersaing di pasar hilir MIGAS yang sangat kompetitif. Alhasil, saat ini PT Patra Niaga sudah meningkat pada tahap peningkatan daya saing (*competitiveness*).

Globalisasi telah memicu dinamika lingkungan hidup sosial saat ini. Perkembangan globalisasi yang begitu pesat telah menciptakan paradigma-paradigma baru disamping kemajuan teknologi yang telah mendorong terjadinya perubahan-perubahan secara cepat. Salah satunya yang paling menonjol adalah untuk kemudahan berkomunikasi yang semakin tidak terbatas ruang dan waktu yang pada akhirnya menggiring

manusia kepada suatu era baru yang dinamakan era informasi dan komunikasi. Ini merupakan desakan dan tuntutan, mengingat manusia tidak mungkin mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan tanpa adanya proses komunikasi. Sehingga komunikasi ini menjadi suatu kebutuhan vital mempengaruhi keberlangsungan hidup manusia sebagai makhluk social.

Manusia sebagai makhluk sosial, selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya. Terdapat berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi, menyebabkan manusia saling bergantung satu sama lainnya. Ia tidak dapat menghindarkan diri dengan orang lain. Aktitivitas semacam ini merupakan suatu bentuk interaksi social, dengan demikian maka diperlukan komunikasi yang menumbuhkan saling pengertian tersebut.

Peranan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah :'' Tindakan yang dilakukan oleh seseorang disuatu peristiwa ".(Depdikbud,1996:751)

Peranan adalah berfungsinya sesuatu atau seseorang dalam suatu peristiwa secara menonjol diantara yang lainnya sehingga memberikan dampak yang berarti terhadap peristiwa tersebut. Dari pengertian tersebut dijelaskan bahwa seseorang atau sesuatu dapat dikatakan berperan dengan baik jika tindakan atau keterlibatan seseorang atau sesuatu itu dominan atau menonjol diantara lainnya sehingga memberikan dampak yang besar terhadap sesuatu peristiwa.

Adanya globalisasi membawa pengaruh yang besar bagi setiap kehidupan manusia, misalnya saja dengan bertambah luasnya kegiatan yang harus dilakukan, maka setiap orang dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik.

Dengan adanya kebutuhan akan informasi tersebutlah, manusia saling berinteraksi. Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi yang dilakukan menjadi sangatlah mudah dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi. Sehingga dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Dengan perkembangan teknologi yang semakin dinamis dan inovatif dimana kemajuan teknologi komunikasi telah semakin canggih, maka kebutuhan manusia untuk saling berkomunikasi semakin berkembang pesat. Perkembangan ini disebabkan karena bertambah rumitnya berbagai masalah yang harus dihadapi oleh manusia dan harus diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat untuk menciptakan suatu pngertian yang satu dengan yang lainnya, kita membutuhkan komunikasi.

Komunikasi merupakan penyampaian informasi dimana informasi tersebut diharapkan dapat menimbulkan reaksi yang kemudian mencapai tujuan yang diharapkan bersama. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari :

MT. Myers dan G.E Myers dalam Ruslan:

> ”bahwa komunikasi memungkinkan seseorang utuk mengkoordinasikan suatu kegiatan kepada orang lain untuk mencapai tujuan bersama, tetapi komunikasi tidak hanya sekedar penyampaian informasi/pesan dan mentransfer makna saja”.( 1998:80 )

Tidaklah mudah untuk membuat suatu daftar teknologi baru komunikasi dan inovasinya, kita sekarang mengenal telepon seluler, sms, surat elektronik, satelit, jaringan intranet dan internet, dll. Perubahan-perubahan teknologi ini terus meningkatkan kecepatan komunikasi secara menakjubkan. Selain kecepatan yang lebih besar untuk mengirimkan pesan, kita juga menyaksikan perubahan-perubahan yang besar dalam volume informasi yang dikirmkan, disimpan, dan diambil kembali.

William menjelaskan bahwa teknologi baru dapat dianggap sebagai ”perluasan media”, bahwa sementara media berfungsi sebagai perluasan indra-indra dasar dan cara-cara komunikasi kita, media baru biasanya bukan merupakan system tersendiri. Alih-alih, media baru memperluas system yang sudah ada.”(William,1989:122).

William juga menjelaskan *“ Telekomunikasi menerapkan teknologi untuk memperluas jarak yang melaluinya manusia atau perantara, seperti computer, sms, dapat berkomunikasi.. Dalam penggunaan public, telekomunikasi merujuk kepada telepon, telegraf, atau jaringan data sebagai komunikasi dari satu tempat ke tempat lain, atau radio dan tv sebagai media searah “*. (William,1994:4)

Perkembangan teknologi informasi inisangat mempengaruhi perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi, dimana selain mengakibatkan banyak perubahan & perkembangan yang sangat cepat di

bidang yang berkaitan dengan dunia pengolah data & informasi juga turut serta dalam proses kerja di perkantoran.

Pada era seperti sekarang perkantoran telah memanfaatkan teknologi informasi sebagai media informasi dan komunikasi, baik pada internal maupun eksternal perusahaan. Umumnya perusahaan hanya memanfaatkan sedikit dari sekian banyak teknologi yang dapat digunakan sebagai media komunikasi internal perusahaan.

Teknologi komunikasi computer seperti surat elektronik (*emai*l), *video conference,voice messaging, faximili,*dan papan bulletin computer (*computer bulletin board*) mengubah cara kerja kita.(Pare&Faules,2002:228)

Dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi bermedia komputer dapat memperlancar penanggulangan hambatan-hambatan karena batasan ruang dan waktu, sehingga karyawan dapat berkomunikasi pada siapapun dan dimanapun.

Dengan pemanfaatan teknologi informasi ini, dalam proses kerja di perkantoran mengakibatkan perubahan yang cepat pula dalam peningkatan produktivitas dan efektivitas perusahaan tersebut. *Email broadcasting* merupakan salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang cukup popular di kalangan karyawan Patra Niaga.

Menurut Julius Onggo, *Email* adalah :

> “Aktivitas online yang paling popular di kalangan para pengguna internet baik anda yang menggunakannya hanya untuk sekedar

> berkomunikasi atau yang bekerja dirumah ataupun yang bekerja di kantor. Hal ini menciptakan peluang bisnis yang besar bagi perusahaan kecil maupun besar. Para pemasar dapat menggunakan email untuk tetap berada di depan computer dengan kostumer maupun prospeknya".(Onggo,2004)

Media *email* bukanlah media yang asing dewasa ini, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya penggunaan internet. *Email (electronic mail)* berkorespondensi melaui jaringan internet, tanpa batas ruang dan waktu. Alamat *email d*engan mudah dibuat dan cuma-cuma melalui berbagai situs(Hardiman,2006:57).

Dengan media *email*, komunikasi dapat berjalan dengan langsung dan informasi dapat diberikan dengan cepat keseluruh karywan dalam satu waktu. Dengan penggunaan *email broadcasting* ini, seluruh karyawan dapat terhubung dalam komunikasi internal perusahaan.

*Corporate Secretary* merupakan divisi komunikasi PT. Patra Niaga Jakarta yang berperan memfasilitasi segala bentuk komunikasi internal dan eksternal dengan cepat dan langsung tertuju kepada *personal* dengan konsep *Paperless Office*, untuk menjalankan *Paperless Office* tersebut maka dibuat beberapa *media broadcast* antara lain *Email Broadcasting*, *Sms Broadcasting*, Media Tv Internal, *Running Text On Desktop*,dll.

*Email Broadcasting* adalah suatu media informasi *online* internal perusahaan yang dapat digunakan baik di pusat maupun unit-unit daerah

dan diperuntukkan untuk semua pihak dari PT. Patra Niaga. Adapun bentuk informasi melalui *email broadcasting* ini adalah sebuah informasi yang di tujukan kepada seluruh karyawan / karyawan tertentu baik yang berada di pusat maupun yang berada di daerah.. Yang dimaksudkan dengan penyampain informasi kepada karyawan/ pihak-pihak tertentu adalah sebuah informasi yang terkait dengan perusahan, yang ditujukan kepada pihak-pihak tertentu yang bersifat undangan, himbauan, contohnya informasi rapat koordinasi perusahaan, ini ditujukan hanya kepada Direktur Utama dan General Manajer, serta staff-staff yang terpilih untuk mewakili divisi masing-masing. Sedangkan penyampain informasi yang menyeluruh adalah semua informasi yang diperuntukkan bagi semua pihak di perusahaan tersebut. Semua informasi tentang kegiatan internal yang berhubungan dengan perusahaan. Contohnya informasi penambahan cuti bersama, berita duka, berita kunjungan direksi ke daerah, berita kerjasama dengan *company* lain,dll

Dengan aplikasinya *email broadcasting* sebagai media komunikasi *online* internal di Patra Niaga, komunikasi berjalan sangat lancar dan dinamis terlihat dari tingkat penggunaan *email broadcasting* yang cukup tinggi di dalam proses komunikasi internal dan sangat ketergantungannya karyawan Patra Niaga terhadap media *broadcast* ini untuk memperoleh informasi.

*Corporate Secretary* adalah divisi komunikasi Patra Niaga yang memfokuskan diri pada merencanakan dan menetapkan kebijakan, sistem

dan prosedur dalam bidang komunikasi, teknologi informasi, melakukan komunikasi internal & eksternal untuk kepentingan perusahaan. Dalam kegiatannya, *Corporate Secretary* memfasilitasi *email broadcasting* ini sebagai salah satu media komunikasi *online* utama yang cepat dalam penyampaian informasi dan *paperless* . *Corporate Secretary* dan bagian IT memfasilitasi seluruh pegawai untuk dibuatkan akun email internal (akun email Patra Niaga) dan dengan adanya *email broadcasting* ini seluruh karyawan dapat menerima info dengan cepat dan *up to date.*

*Email* sangat melekat pada setiap kegiatan karyawan Patra Niaga dalam berkomunikasi *online*, informasi yang ada di perusahaan tersebut disampaikan menggunakan *email*, sehingga dengan sendirinya *email* ini sangat berguna bagi karyawan. Karena setiap informasi *online* yang diperuntukkan untuk karyawan, menuntut mereka wajib menggunakan *email* sebagai bentuk tercatat dalam komunikasi tersebut.

Keberadaan *email* secara tidak langsung menggantikan penggunaan media lain yang telah ada sebelumnya, hal ini terjadi karena informasi yang diberikan dengan melalui *email* broadcasting ini dapat langsung dan cepat tersampaikan.

Dari latar belakang peneltian diatas, maka rumusan masalah adalah "**Bagaimana Peranan *EMAIL Broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta"?**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Seperti apa Isi pesan dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
2. Bagaimana Proses kerja dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
3. Bagaimana Efisiensi dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
4. Bagaimana Frekuensi dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
5. Seperti apa hambatan yang didapat dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
6. Bagaimana peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendeskripsikan tentang peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar peneliti ini mencapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu rumusan tujuan terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Isi pesan dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga.
2. Untuk mengetahui Proses kerja dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga.
3. Untuk mengetahui Efisiensi dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga.
4. Untuk mengetahui Frekuensi dari penggunaan email broadcasting sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga
5. Untuk mengetahui hambatan yang didapat dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga.
6. Untuk mengetahui peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai bidang Public Relations. Penelitian ini juga lebih membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi penulis terhadap penerapan teori-teori komunikasi dalam memecahkan masalah yang ada pada objek penelitian yang berhubungan dengan dunia ilmu komunikasi dan public relations khususnya yang berkaitan tentang pengkajian *email broadcasting* sehingga dapat menunjang kemajuan dalam dunia kerja, seperti memperoleh kecepatan dalam memperoleh informasi.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

#### 1.4.2.1 Kegunaan bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam mengetahui peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

#### 1.4.2.2 Kegunaan bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta dalam memperoleh informasi serta mampu memberikan konstribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu

komunikasi khususnya ilmu humas di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) program studi ilmu komunikasi dan sebagai masukan informasi yang lebih jelas bagi peneliti selanjutnya yang ada hubungannya dengan masalah ini.

#### 1.4.2.3 Kegunaan bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan berupa ketepatan dan kecepatan penyampaian informasi kepada karyawan PT. Patra Niaga Jakarta bagaimana peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

### 1.5.1 Kerangka Teoritis

Peranan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah : "Tindakan yang dilakukan oleh seseorang disuatu peristiwa ".(Depdikbud,1996:751)

Peranan adalah berfungsinya sesuatu atau seseorang dalam suatu peristiwa secara menonjol diantara yang lainnya sehingga memberikan dampak yang berarti terhadap peristiwa tersebut. Dari pengertian tersebut dijelaskan bahwa seseorang atau sesuatu dapat dikatakan berperan dengan baik jika tindakan atau keterlibatan seseorang atau sesuatu itu dominan atau menonjol diantara lainnya sehingga memberikan dampak yang besar terhadap sesuatu peristiwa.

*Email Broadcasting* merupakan salah satu media komunikasi *online* yang dilakukan di Patra Niaga dalam menjalankan komunikasi informasi internal perusahaannya. Kegiatan membina dan mengembangkan komunikasi internal dalam organisasi dengan cara :

- Komunikasi horizontal antar karyawan
- Komunikasi vertical antar manajer dengan karyawan melalui kegiatan dan media :
    a. Employee Gathering
    b. Rakor(Rapat Koordinasi)atau kegiatan *meeting*
    c. Pemanfaatan intranet yang ada

Steinfield dan fulk (1986) menyatakan bahwa surat elektronik (*email*) harus dimasukan ke dalam kontinum kesempurnaan antara telepon dan dokumen tertulis. Surat elektronik (*email*) memberikan umpan balik yang cepat tetapi tidak memiliki isyarat-isyarat non verbal antar persona lainnya seperti nada suara dan pengaruh tampilan masih belum jelas dimana surat elektronik harus ditempatkan pada kontinum sempurna sampai buruk.

Manusia adalah makhluk yang kompleks. Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk melangsungkan kehidupannya. Mulai dari kebutuhan ragawi sampai kebutuhan yang bersifat rohani.

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Rasa ingin tahu seseorang timbul karena ia ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya.

Krech, Crutchfield, dan Ballachey (Yusup, 1995: 15)

”lebih jauh menjelaskan karena adanya kebutuhan untuk memecahkan masalah-masalah sosial, seseorang termotivasi untuk mencari pengetahuan, bagaimana caranya agar dapat memecahkan masalah tersebut. Salah satu cara adalah mencari tambahan pengetahuan melalui membaca berbagai media bahan bacaan yang sebagian besar tersedia di perpustakaan-perpustakaan”.

Menurut Krikelas (1983), kebutuhan informasi adalah pengakuan tentang adanya ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk mencari informasi. Dalam kehidupan yang sempurna kebutuhan informasi (*information needs*) sama dengan keinginan informasi (*information wants*), namun pada umumnya ada kendala seperti ketiadaan waktu, kemampuan, biaya, faktor fisik atau faktor individu lainnya yang menyebabkan tidak semua kebutuhan informasi menjadi keinginan informasi. Jika seseorang sudah yakin bahwa sesuatu informasi benar-benar diinginkan, maka keinginan informasi akan berubah menjadi permintaan informasi(information demands).

”Fungsi informasi bisa berkembang sesuai dengan bidang garapan yang disentuhnya. Namun, setidaknya yang utama adalah sebagai data dan fakta yang membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjelas hal-hal yang sebelumnya meragukan, sebagai prediksi untuk peristiwa-peristiwa yang mungkin akan terjadi pada masa yang akan datang. Nyatanya, informasi itu banyak fungsinya. Tidak terbatas pada salah satu bidang atau

aspek saja, melainkan menyeluruh, hanya bobot dan manfaatnya yang berbeda karena disesuaikan dengan kondisi yang membutuhkannya". (Yusup, 1995: 13).

Taylor (Arsland dalam Rosita, 2006: 29) menjelaskan empat tingkat kebutuhan informasi yaitu: *visceral*, yaitu informasi aktual yang dibutuhkan tetapi tidak dapat diungkapkan; *conscious*, merupakan kebutuhan-kebutuhan yang dapat dijelaskan atau digambarkan; *formalized*, pernyataan resmi atas suatu kebutuhan; dan *compromised*, yaitu pertanyaan yang diajukan pada sistem informasi.

Empat jenis kebutuhan terhadap informasi (Guha dalam Syaffril, 2004: 18-19):

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.

4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

- **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan Informasi**

Katz, Gurevitch, dan Haas (Tan dalam Yusup, 1995: 4) juga menemukan dalam penelitiannya bahwa orang yang tingkat pendidikannya tinggi lebih banyak mempunyai kebutuhan dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah. Ini berarti bahwa orang yang mempunyai pendidikan relatif tinggi, seperti guru, dosen, dan peneliti, misalnya, lebih banyak mempunyai kebutuhan akan sesuatu yang bisa memuaskannya, dan lebih banyak mempunyai tujuan yang berkaitan dengan permasalahan kehidupannya daripada orang-orang pada umumnya.

Hal ini terjadi karena pada umumnya orang lebih senang berpikir *simpleks* daripada orang-orang yang berpendidkan tinggi yang lebih banyak menggunakan pola berpikir *multipleks.*

Konsep multipleksitas (dalam berpikir) ini diusulkan oleh Krech, Crutchfield, dan Ballachey :

> ”Untuk menjelaskan adanya perbedaan dalam cara orang mengalami perubahan kognisi yang di antaranya dipengaruhi oleh sistem kognisi yang sudah dipunyai oleh orang yang bersangkutan sebelumnya.Semua informasi yang menerpa orang yang berpikiran multipleks akan dikelolanya, dikaitkan dengan informasi lain yang sudah dipunyainya untuk kemudian dicari pola kaitannya guna menghasilkan pengetahuan baru atau informasi baru. ”.(Yusup, 1995:5)

Menurut Sulistiyo Basuki (2004: 396) kebutuhan informasi ditentukan oleh:

1. Kisaran informasi yang tersedia;
2. Penggunaan informasi yang akan digunakan;
3. Latar belakang, motivasi, orientasi profesional, dan karakteristik masing-masing pemakai;
4. Sistem sosial, ekonomi, dan politik tempat pemakai berada; dan
5. Konsekuensi penggunaan informasi.

### 1.5.2 Kerangka Konseptual

- **Informasi dan Kebutuhan Kognitif Seseorang**

Informasi merupakan hal yang bisa memenuhi kebutuhan kognitif seseorang. Dengan informasilah kebutuhan kognitif seseorang bisa terpenuhi. Karena kebutuhan kognitif berkaitan erat dengan kognitif atau pola pikir seseorang.

Karyawan PT. Patra Niaga melalui *email broadcasting* informasi yang didapatkan diharapkan lebih bermanfaat bagi kelangsungan pekerjaan mereka, baik pada saat sekarang maupun masa datang. Informasi dalam hal ini bermakna segala jenis data, fakta, ataupun keterangan yang banyak berhubungan dengan pekerjaan yang bersangkutan adalah sebagai orang yang sedang melakukan proses kehidupannya, (bekerja). Mereka banyak membutuhkan informasi tentang

pekerjaan yang sedang dikerjakan atau yang akan dikerjakan, informasi tentang rapat koordinasi, dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegitan internal perusahaan. Dengan penggunaan *email broadcasting* ini sikap bisa berubah karena adanya terpaan informasi yang terus bertambah. ”Perubahan ini hanya bisa terjadi apabila jumlah informasi yang menerpanya, atau yang dibacanya, cukup banyak dan dalam waktu yang cukup lama”. (Krech, Crutchfield, dan Ballachey dalam Yusup, 1995 : 5)

Konsep perubahan sikap ini serupa dengan konsep belajar yang terjadi pada diri seseorang yang memang berjalan atau berproses dalam waktu yang relatif lama dan menetap karena hasil interaksinya dengan lingkungannya (Bigge dalam Yusup, 1995: 5), termasuk informasi yang banyak menerpanya. Teori belajar ini pun banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana sikap seseorang berubah karena adanya perubahan dalam struktur kognitif, yang antara lain disebabkan adanya terpaan informasi dari berbagai media penyimpan informasi (sumber-sumber informasi) (Yusup, 1995: 5).

Seperti yang telah dijelaskan diatas mengenai kebutuhan manusia yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (Tan dalam Yusup, 1995: 3), menempatkan kebutuhan kognitif pada urutan pertama. Kebutuhan kognitif ini erat kaitannya dengan informasi.

Dengan penggunaan *email broadcasting* ini tentunya kebutuhan informasi dari para karyawan PT. Patra Niaga dapat terpenuhi melihat dari

konsep multipleksitas berpikir mereka yang menganggap semua informasi dari *email* ini sangat bermanfaat bagi mereka.

Empat jenis kebutuhan terhadap informasi (Guha dalam Syaffril, 2004: 18-19):

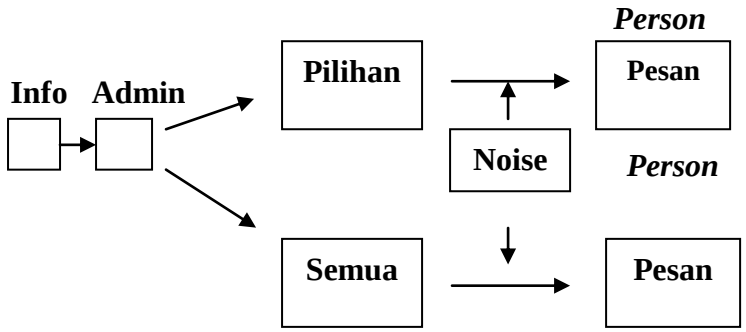
1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Para karyawan umumnya adalah para pengguna yang dapat berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.Jadi karyawan harus terlebih dahulu mengenal mengenai teknologi ini,dalam hal ini adalah *email broadcasting* agar dapat berinteraksi dengan satu lainnya.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna. Informasi yang disampaikan oleh Admin kepada karyawan adalah informasi yang berhubungan dengan perusahaan yang melingkupi seluruh kegiatan dan kebijakan-kebijakan yang ada didalamnya. Agar informasi tersebut cepat sampai dan dapat dijangkau oleh karyawan, oleh karena itu melalui media broadcast inilah seluruh informasinya dapat diterima oleh karyawan.
3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi

mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap. Pada hal ini, admin harus mampu memberikan informasi yang dibutuhkan atau yang perlu diketahui oleh semua karyawan, seperti himbauan-himbauan tentang disiplin kerja, lowongan jabatan, kegiatan internal perusahaan, dll.

4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan. Admin memberikan informasi melalui email broadcasting mengenai lowongan jabatan yang diperuntukkan bagi karyawan yang memiliki spesifikasi yang telah ditentukan, dan juga informasi yang bersifat hiburan seperti motivasi-motivasi yang dapat memaju masing-masing subjek.

Gambar 1.1

Model *Email Broadcasting*




Sumber: Modifikasi *Corporate Planning*.2010

Informasi yang didapatkan oleh admin (admin disini adalah *Corporate Secretary* dan HRD) siap untuk disebarkan. Ada dua alternatif atau pilihan dalam penyebaran informasi melalui *email broadcasting* ini. Adapun bentuk penyebaran informasinya terbagi menjadi dua, yakni secara pilihan berupa undangan, himbauan,kepada karyawan pilihan, seperti kepada Direksi,General Manajer, dan staff-staff terpilih. Sedangkan informasi yang disampaikan kepada semua pihak/seluruh karyawan contohnya berita-berita mengenai cuti bersama, berita duka,dll.

Adapun noise(gangguan atau hambatan) yang ada adalah berupa salah mengirimkan pesan, lupa mengirimkan pesan kepada karyawan yang dituju, server atau jaringan tidak berfungsi (mati), karyawan yang dituju tidak berada di tempat, dan yang terakhir adalah *Quota* dari *email* tersebut tidak mencukupi (terlalu penuh).

## 1.6 Pertanyaan Penelitian

1. Seperti apa Isi pesan dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?
   a. Apa saja informasi yang diberikan melaui *email broadcasting*?
   b. Apakah bahasa yang digunakan melalui *email broadcasting* ini mudah dipahami?

c. Hal-hal apa saja yang dapat menarik perhatian karyawan dalam menerima informasi melalui *email broadcasting* ini?

2. Bagaimana proses kerja dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

   a. Apa saja yang dibutuhkan karyawan dalam mengakses *email broadcasting* ini?

   b. Apa saja faktor pendukung proses kerja dari *email broadcasting* ini?

   c. Bagaimana *setting* atau pengaturan dari *email broadcasting* ini?

3. Bagaimana Efisiensi dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

   a. Apakah penggunaan *email broadcasting* ini dapat menjangkau seluruh karyawan?

   b. Adakah perbedaan yang didapat dari penggunaan *email broadcasting* ini dengan media *broadcast* lain yang ada di Patra Niaga*?*

   c. Apakah akses dari *email broadcasting* ini mudah bagi karyawan di Patra Niaga Jakarta?

   d. Apakah *email broadcasting* ini hanya dapat diakses jika karyawan berada di kantor saja?

   e. Apakah *email broadcasting* ini merupakan sarana & prasarana yang cukup memadai bagi karyawan Patra Niaga Jakarta?

4. Bagaimana Frekuensi dari penggunaan email broadcasting sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

   a. Berapa kali dalam seminggu informasi yang disampaikan melalui *email broadsacting* sebagi media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

*5.* Seperti apa hambatan yang didapat dari penggunaan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

   a. Apa saja hambatan yang sering ditemui dari penggunaan *email broadcasting ini?*

   b. Apa cara yang dilakukan jika pesan atau informasi melalui *email broadcasting* tidak sampai pada karyawan?

6. Bagaimana peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan Patra Niaga?

## 1.7 Subjek Penelitian dan Informan

### 1.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya ("*attribut*e"-nya) akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di *Corporate Secretary* PT. Patra Niaga Jakarta. Karena Patra Niaga merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan *email* sebagai media *broadcast* atau media komunikasi utamanya di kalangan internal.

Objek penelitian ini adalah peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini 4 orang yakni *Manajer HRD, Staff Corporate Planning, Programmer IT, Internal Audit*.

### 1.7.2 Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Di antara sekian banyak informan tersebut, ada yang disebut narasumber kunci (key informan) seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.

Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Adapun definisi narasumber menurut Bagong Suyatna adalah:

“Peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup” (Suyatna, 2005 : 72)

Dari sini subjek akan dipilih dengan menggunakan teknik sampling, yakni *purposive* sampling, yaitu teknik yang menyeleksi orang – orang yang akan menjadi sample sesuai dengan kriteria–kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah, *Manajer HRD, Staff Corporate Planning* dan *Internal Audit, Programmer* IT yang berjumlah 4 orang. Untuk lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Informan Penelitian

| No | Nama | Jabatan |
|---|---|---|
| 1. | Ika Yuliana | Manajer HRD. |
| 2. | Anthon Adhikusuma | Corporate Planning. |
| 3. | Muhammad Iqbal | Internal Audit |
| 4. | Haryanto | Programmer IT. |

Alasan pemilihan informan diatas karena dirasakan sudah cukup mewakili peranan dari *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan di PT. Patra Niaga Jakarta, karena melalui informan ini dapat diperoleh informasi yang lengkap dimulai dari otoritas yang berikan kepada *Manajer HRD* untuk menyebarkan informasi melalui *email broadcasting* dan mendapat support informasi dari *corporate secretary* untuk merencanakan dan menetapkan kebijakan, sistem dan prosedur dalam bidang komunikasi, teknologi informasi, melakukan komunikasi internal & eksternal untuk kepentingan perusahaan melalui *Corporate Planning* dan *Programmer IT* sebagai bagian yang membuatkan *account email broadcasting, Internal Audit sebagai* sample karyawan penerima *email broadcasting*, untuk dimintai keterangan seputar masalah yang diangkat oleh penulis yaitu peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

## 1.8 **Metode Penelitian**.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitaif dengan metode deskriptif, dimana peneliti hanya menggambarkan suatu karakteristik objek yang diteliti. Krisyantono dalam bukunya Teknik Praktis Riset Komunikasi menjelaskan bahwa :

Jenis riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek

tertentu, Periset sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. (Krisyantono,2008:67).

Penelitian deskriptif merupakan cara untuk mendeskripsikan dan menginterpretasiakan hubungan yang ada, proses yang berlangsung akibat yang sedang terjadi atau fenomena yang sedang berkembang.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi yang sedang actual secara rinci, mengidentifikasikan masalah, membuat perbandingan, dan menentukan apa yang dilakukan oleh orang lain yang dihubungkan dengan teori untuk memecahkan masalah secara rasional.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan dengan tujuan mengumpulkan informasi yang actual secara rinci, membuat perbandingan atau evaluasi serta menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah.

### 1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. **Observasi**

   Menurut Karl Weick (dikutip dari Seltiz, Wrightsman, dan Cook (1976:253) mendefinisikan observasi yaitu:

"Pemilihan,pengubahan, pencatatan,dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenan dengan organism *in situ*,sesuai dengan tujuan-tujuan empiris"

Cara observasi dilakukan peneliti untuk menunjang data yang telah ada. Observasi penting dilakukan agar dalam penelitian tersebut data-data yang diperoleh dari wawancara dan sumber tertulis dapat dianalisis nantinya dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses observasi di lapangan.

**2. Wawancara**

Teknik pengambilan data dengan menggunakan tanya jawab langsung kepada perwakilan dari karyawan di PT. Patra Niaga Jakarta serta para pengurus lainnya yang secara structural dan fungsional dapat dijadikan sumber informasi tentang masalah yang diteliti, dengan tujuan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang opini, persepsi, pengalaman dan perasaan. Kartono menjelaskan bahwa wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih yang berhadapan secara fisik.

**3. Studi Kepustakaan**

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang

terdapat dalam media cetak khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

**4. Penelusuran Data Online**

Penelusuran data online menurut Burhan Bungin adalah :

"Tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis".(Bungin,2008:148)

Dari pendapat Burhan Bungin yang dikutip, peneliti menggunakan sumber yang online sebagai data pendukung untuk kebutuhan informasi penelitian ini, baik dengan menggunakan jasa *"search engine"* seperti google, yahoo,plasa,Wikipedia,dan lain sebagainya, maupun dari situs resmi PT. Patra Niaga itu sendiri dengan situs *www.patraniaga.com* karena didalamnya didalam situs banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian ini. Jadi, sudah selayaknya untuk mendapatkan informasi yang berkaitan, yang bisa didapat dari jaringan *online* untuk umum.

## 1.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis deskriptif dengan melakukan analisis dan pengolahan data. Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar,foto, dan sebagainya.

**1. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum catatan–catatan lapangan dengan memilah hal-hal yang pokok yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, rangkuman catatan-catatan lapangan itu kemudian disusun secara sistematis agar memberikan gambaran yang lebih tajam serta mempermudah pelacakan kembali apabila sewaktu-waktu data diperlukan kembali.

Setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah, langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan rangkuman yang inti, proses dengan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya.

**2. *Display* data**

*Display* data berguna untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, dari hasil reduksi data dan display data itulah selanjutnya

peneliti dapat menarik kesimpulan data memverifikasikan sehingga menjadi kebermaknaan data.

**3. Keabsahan Data**

Menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik trianggulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut, dan teknik trianggulasi yang paling banyak digunakan adalah dengan pemeriksaan melalui sumber yang lainnya.

Menurut Moleong (2007:330), trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik trianggulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Trianggulasi dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan observasi tidak langsung, observasi tidak langsung ini dimaksudkan dalam bentuk pengamatan atas beberapa kelakukan dan kejadian yang kemudian dari hasil pengamatan tersebut diambil benang merah yang menghubungkan diantara keduannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan akan melengkapi dalam memperoleh data primer dan skunder, observasi dan interview digunakan untuk menjaring data primer yang berkaitan penanganan

Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data..Analisis data dilakukan dalam suatu proses, proses berarti pelaksanaannya sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dan dilakukan secara intensif, yakni sesudah meninggalkan lapangan, pekerjaan menganalisis data memerlukan usaha pemusatan perhatian dan pengarahan tenaga fisik dan pikiran dari peneliti, dan selain menganalisis data peneliti juga perlu mendalami kepustakaan guna mengkonfirmasikan atau menjustifikasikan teori baru yang mungkin ditemukan.

## 1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.11.1 Lokasi Penelitian

Pada Penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di PT. PATRA NIAGA JAKARTA, yang berlokasi di Graha Elnusa 15$^{th}$ floor Jl.Tb. Simatupang Kav1B. Jakarta Selatan

### 1.11.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah ± 3 bulan, yakni bulan April 2010 sampai Juli 2010.

Tabel 1.2

Waktu dan Kegiatan Penelitian

| No | Kegiatan | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • ACC Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Bimbingan Perdana | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Penulisan Bab I (Sambil Bimbingan) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Seminar UP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Penulisan Bab II (sambil Bimbingan) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | • Penulisan Bab III (Sambil Bimbingan) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Pengumpulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Perusahaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Penulisan Bab IV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Penulisan Bab V | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Penyusunan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Sidang Kelulusan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

### 1.12 Sistematika Penulisan

**BAB I : Pendahuluan**

Bab ini membahas latar belakang penelitian rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian (kegunaan teoritis dan kegunaan praktis),kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian,metode penelitian, populasi dan sampel, teknik

pengolahan dan analisa data, waktu dan lokasi penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : Tinjauan Pustaka**

Berisi tentang teori yang mendukung penelitian serta kaitannya dengan permasalahan yang diangkat. Menjelaskan tentang pengertian peranan komunikasi persuasi, berisikan tinjauan komunikasi organisasi, kerangka pemikiran. Pernjelasan tentang proses komunikasi persuasi dan tujuannya. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai ihwal organisasi serta komunikasi apa saja yang berada dalam organisasi.

**BAB III : Objek Penelitian**

Berisi mengenai latar belakang perusahaan, sejarah, visi, misi, target sasaran, perkembangan tentang Patra Niaga di bidang Hilir Migas, struktur organisasi,job description, sarana dan prasarana**.**

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berisikan tentang uraian dari hasil penelitian berdasarkan angket data yang terkumpul, yang meliputi analisis deksriptif, identitas responden, dan analisis deskriptif hasil penelitian dan rangkuman**.**

**BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada pada identifikasi masalah dan juga saran-saran pada perusahaan dan penelitian berikutnya**.**