# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pentingnya komunikasi tidak dapat dipungkiri oleh manusia sebagai alat interaksi dengan individu lainnya, untuk memenuhi kebutuhan informasi, baik dari dalam ataupun luar lingkungannya. Komunikasi adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Begitu juga di dalam sebuah organisasi atau instansi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar guna mencapai tujuan organisasinya, sebaliknya jika komunikasi dalam organisasi tidak berjalan dengan baik maka organisasi tersebut akan berantakan.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin "*Communicare*" berarti memiliki bersama atau "berlaku di mana-mana". Sedangkan dalam pengertian secara definisi, menurut Simpson dan weiner mendefinisikan :

> "Komunikasi Sebagai Penanaman *(Imparting)*, Penyampaian (*Cenveying)*, Atau Penukaran (*Ex-Change*) Ide-Ide, Pengetahuan Maupun Informasi Baik Melalui Pembicaraan, Tulisan, Maupun Tanda-Tanda". (Goldhaber, Dalam Zamroni Mohammad, Filsafat Komunikasi, 2009:5)

Dari pengertian tersebut, maka disadari bahwa komunikasi penting dalam kehidupan sebagai penyampaian ataupun penukaran ide-ide, pengetahuan bahkan informasi, komunikasi juga penting dalam sebuah organisasi, karena dapat dikatakan organisasi tanpa komunikasi ibarat sebuah motor yang di dalamnya terdapat rangkaian alat-alat ototmotif, yang terpaksa tidak berfungsi karena tidak adanya aliran fungsi antara satu bagian dengan bagian yang lainnya. Connection

komunikasi merupakan sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi (Redi Panuju dalam Masmuh Abdullah, Komunikasi Organisasi, 2008 : 7).

Seperti yang dikatakan James Robbins dan Barbara Jones dalam buku pengantar mereka yang berjudul "*Effective Comunication For Today's Manager*" (1982 : terj.vii. dalam Muhammad Zamroni.filsafat Komuikasi), menyatakan :

> "Semua organisasi, tidak perduli bagaimana bentuk dan tujuannya, ditopang, disatukan, dan melaksankan fungsinya melalui proses komunikasi. Komunikasi adalah saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan mempertinggi motivasi serta pranata dan sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Tanpa komunikasi takkan ada interaksi antarpersonal, tak ada kelompok, tak ada pemerintahan bahkan tak ada suatu masyarakat seperti dewasa ini. Tanpa komunikasi, kekacauanlah yang merajalela"

Komunikasi organisasi dalam perusahaan digunakan guna untuk interaksi antara karyawan dengan karyawan, karyawan dengan atasan dan sebaliknya. Dalam pengertiannya komunikasi organisasi menurut Joseph A. Devito adalah :

> "Komunikasi organisasi merupakan pengiriman atau penerimaan berbagai pesan di organisasi, di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi, seperti : memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada anggotanya secara individual"

Sedangkan menurut Deddy Mulyana (Komunikasi Organisasi dalam perspektif teori dan Praktek, 2008 ), komunikasi organisasi yaitu :

> "Komunikasi Organisasi *(Organization Communication)* terjadi dalam suat jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi sering kali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar-pribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik.

> Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gosip"

Begitu penting komunikasi bagi kehidupan manusia, sehingga ada yang menyatakan bahwa tanpa komunikasi kehidupan manusia tidak akan bermakna, atau bahkan manusia tidak akan bertahan hidup. Demikian juga dalam sebuah organisasi/instansi/perusahaan, komunikasi menjadi bagian terpenting dan bahkan sering dibahas meskipun meskipun dalam kenyataannya jarang sekali dipahami secara tuntas.

Astrid S. Susanto (1983:37) dalam Filsafat Komunikasi, Moh. Zamroni, menyatakan bahwa proses komunikasi banyak disebut-sebut sebagai asal-muasal dari hampir semua permasalahan dalam organisasi atau badan usaha serta manajemen, tetapi pada umumnya kurang dipahami. Sebaliknya cukup disadari bahwa komunikasi yang efektif merupakan dasar utama untuk mencapai tujuan organisasi, walaupun komunikasi tetap merupakan masalah besar bagi organisasi.

Efektivitas adalah berarti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar sementara, kata sifat dari efektif adalah efektivitas karena seperti pendapat Onong Uchjana efefendy, yang mendefinisikan Efektivitas sebagai berikut :

> "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan". (Effendy, dalam Detya, Asmila)

Penggunaan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah proses, cara, cara mempergunakan sesuatu, pemakaian (1998 : 286). Penggunaan adalah wujud

tindakan atau pengalaman yang dialami media. Penggunaan intranet adalah penggunaan terhadap media, yang menurut Rosengren, adalah :

> "Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan" (Rosengren, 1974 : 277)

Komunikasi digunakan oleh manusia salah satunya untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Informasi berasal dari bahasa perancis kuno yaitu *informacion* (Tahun1387) yang diambil dari bahasa latin *informationem* yang berarti "garis besar, konsep, ide". Informasi juga merupakan kata benda dari *informare* yang berarti aktifitas dalam "pengetahuan yang dikomunikasikan". Informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman, dan instruksi."[1]

Di dalam perusahaan dibutuhkan media sebagai alat bantu berkomunikasi dengan semua karyawan dari berbagai divisi untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Berbagai pilihan yang disajikan oleh media untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Salah satunya adalah media massa, antara lain surat kabar, internet, tabloid, radio, majalah, televisi. Modernisasi yang menjadikan perusahaan-perusahaan untuk bersaing mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan fasilitas-fasilitas teknologi komunikasi.

Dalam perkembangan yang sedemikian rupa, maka sebuah organisasi dituntut untuk bisa menyesuaikan dengan arus perubahan yang ada atau mampu mengikuti irama perkembangan globalisasi. Jika tidak, maka organisasi hanyalah wadah penampungan orang-orang yang melakukan aktifitas tanpa memiliki

[1] http://id.wikipedia.org/wiki/informasi.Hari rabu, 13 juli 2011, pukul 23:55.

rencana dan tidak memiliki *Spirit Kompetitif*, sehingga pada akhirnya menjadi organisasi atau perusahaan yang statis.

Ciri penting dari pengorganisasian adalah komunikasi. Karena komunikasi merupakan proses transaksional antara pihak satu dengan pihak lainnya utnuk mencapai tujuan tertentu. Mempelajari organisasi adalah mempelajari tentang prilaku pengorganisasian, dan inti perilaku tersebut adalah komunikasi. Organisai berbicara agar menjadi tahu, pembicaraan merupakan intelegensi dan kemampuan penyesuaian organisasi.

Perkembangan teknologi pun kian bergulir seiring dengan perjalanan waktu, teknologi komunikasi pun mengalami perkembangan yang sangat cepat. Sebagai salah satu efek dari perkembangan itu adalah runtuhnya batasan-batasan komunikasi di dalam sebuah era yang bernamakan globalisasi. Sejak penemuan mesin cetak ditambah pula dengan penemuan berbagai macam alat telekomunikasi seperti telegraf, telepon, telex, kamera, film, gromofon, radio, televisi dan komputer.

Hingga perkembangan teknologi komunikasi pun sampai pada puncaknya, walaupun ada keyakinan bahwa perkembangannya tidak pernah berakhir, ketika dunia telah mengenal Internet yang merupakan fenomena yang terjadi pada perkembangan teknologi komunikasi. Karakteristik media internet yang memiliki *audience* tidak terbatas, layanan akses 24 jam, mampu menyampaikan pesan baik secara audio maupun secara visual, kemampuan untuk memberikan *Direct Feedback* serta biaya produksi yang jauh lebih murah dibanding dengan media lainnya, membuatnya menjadi *trend* pilihan utama di berbagai kalangan terutama

pada perusahaan-perusahaan yang membutuhkan media tepat guna untuk berkomunikasi.

> "Internet adalah semacam jagad raya yang terus menerus berkembang, memiliki geografis, cuaca dan budaya sendiri". dalam bola dunia *cyber* ini, berbagai orang dari penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka, dan informasinya tersedia selama 24 jam sehari dari ribuan tempat. Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya untuk berkomunikasi setiap hari dan mencari informasi. Media online sebagai media baru yang memiliki unsur interaktif dimana pengguna internet dapat langsung menuju informasi yang dibutuhkan" (LaQuey, 1997 : 2)

Tidak dapat dipungkiri bahwa penerapan teknologi informasi pada sebuah Instansi atau Lembaga Pemerintahan akan meningkatkan efektifitas kerja. Sebagai produk dari percepatan teknologi komunikasi, telah hadir suatu fasilitas baru yang disebut dengan Intranet. Jaringan internet yang dipergunakan untuk di dalam perusahaan guna untuk memberikan informasi antara karyawan dengan karyawan, atasan dengan karyawan, antara divisi dan perusahaan dengan karyawan. Dengan menggunakan system jaringan yang baik, system *E-Mail* yang rapih, dan *Web Page* yang mudah untuk dibangun, perusahaan dapat menggunakan fasilitas intranet tanpa batas ruang dan waktu untuk komunikasi antar karyawan khususnya.

> "Kemajuan teknologi informasi seolah olah membuat semua orang dapat mengetahui apa saja yang mereka ingin ketahui dengan segera. Sementara itu, seiring dengan lajunya gerak pembangunan terutama dalam 3 rangka otonomi daerah , sangat dibutuhkan sekali teknologi informasi yang dapat menunjang efektifitas, produktivitas, dan efisien kerja". (Budiyanto,2003:3).

Teori kekayaan informasi dalam sebuah organisasi *(Information Richness Theory atau IRT*) diperkenalkan oleh Daft dan Lengel (1986) untuk menjawab pertanyaan sentral, "mengapa sebuah organisasi perlu mengolah informasi".

> "Organisasi selalu menghadapi dua persoalan besar yang berkaitan dengan informasi, yaitu ketidak-pastian *(Uncertainty)* dan ketidak-jelasan *(Equivocality)"*[2]

Teori tersebut mengatakan bahwa di dalam organisasi informasi harus dakaji secara baik agar tidak terjadi ketidakpastian dan ketidakjelasan, maka informasi yang didapatkan oleh karyawan sesuai dengan kebutuhannya.

Media internet/intranet ini masuk ke dalam media konvergensi, media konvergensi adalah penggabungan atau menyatunya saluran-saluran keluar (*Outlet*) komunikasi massa, seperti media cetak, radio, televisi, Internet, bersama dengan teknologi-teknologi portabel dan interaktifnya, melalui berbagai platform presentasi digital. Dalam perumusan yang lebih sederhana, konvergensi media adalah bergabungnya atau terkombinasinya berbagai jenis media, yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda (misalnya, komputer, televisi, radio, dan suratkabar), ke dalam sebuah media tunggal.

Perkembangan teknologi semacam ini membawa PT. Dirgantara Indonesia Bandung untuk ikut serta memanfaatkan fasilitas yang ada, intranet digunakan PT. Dirgantara Indonesia Bandung untuk menjalin hubungan yang baik, komunikasi 2 arah sehingga tercipta pengertian bersama di antara perusahaan dengan karyawan

---

[2]http://tentang-teori-informasi-komunikasi.blogspot.com/feeds/posts/default?orderby=updated.

dan karyawan dengan karyawan. Keberadaan intranet PT. DI Bandung atau yang disebut dengan *Portal*, adalah sebagai media internal PT. DI Bandung yang dibuat pada tahun 2009 yang lalu, Portal diposisikan sebagai pelengkap media internal PT.DI Bandung.

**Gambar 1.1**

**Halaman Utama Portal (Intranet) PT. DI Bandung**




*Sumber : Arsip Peneliti 2011*

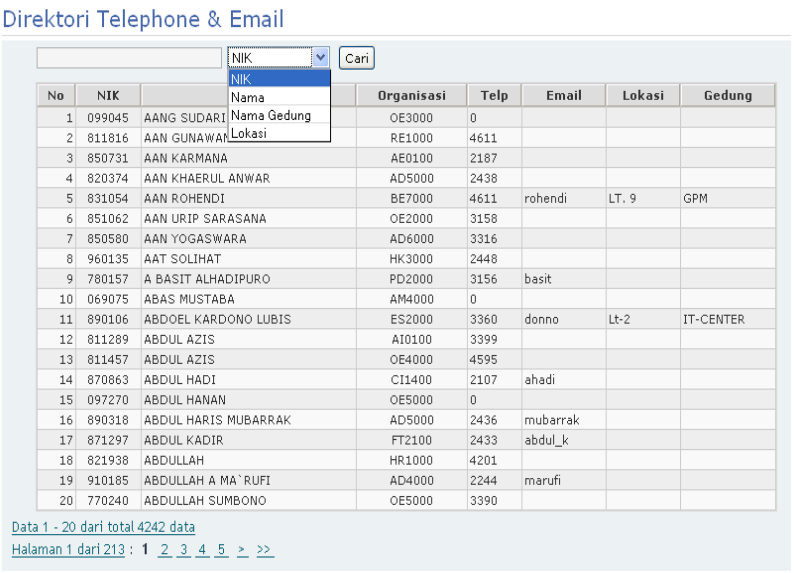
Adapun fitur-fitur yang disediakan dalam aplikasi intranet portal PT. DI Bandung adalah :

1. Beranda
2. Direktori telepon dan email

3. Dukungan TI ( Teknologi Informasi)
4. Nomor Telepon Penting
5. Webmail
6. Kalender Kegiatan
7. Aplikasi
8. Forum dan Berita

**Gambar 1.2**

**Fitur-Fitur dalam Portal PT. DI Bandung**




| No | NIK | | Organisasi | Telp | Email | Lokasi | Gedung |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 099045 | AANG SUDARI | OE3000 | 0 | | | |
| 2 | 811816 | AAN GUNAWAN | RE1000 | 4611 | | | |
| 3 | 850731 | AAN KARMANA | AE0100 | 2187 | | | |
| 4 | 820374 | AAN KHAERUL ANWAR | AD5000 | 2438 | | | |
| 5 | 831054 | AAN ROHENDI | BE7000 | 4611 | rohendi | LT. 9 | GPM |
| 6 | 851062 | AAN URIP SARASANA | OE2000 | 3158 | | | |
| 7 | 850580 | AAN YOGASWARA | AD6000 | 3316 | | | |
| 8 | 960135 | AAT SOLIHAT | HK3000 | 2448 | | | |
| 9 | 780157 | A BASIT ALHADIPURO | PD2000 | 3156 | basit | | |
| 10 | 069075 | ABAS MUSTABA | AM4000 | 0 | | | |
| 11 | 890106 | ABDOEL KARDONO LUBIS | ES2000 | 3360 | donno | Lt-2 | IT-CENTER |
| 12 | 811289 | ABDUL AZIS | AI0100 | 3399 | | | |
| 13 | 811457 | ABDUL AZIS | OE4000 | 4595 | | | |
| 14 | 870863 | ABDUL HADI | CI1400 | 2107 | ahadi | | |
| 15 | 097270 | ABDUL HANAN | OE5000 | 0 | | | |
| 16 | 890318 | ABDUL HARIS MUBARRAK | AD5000 | 2436 | mubarrak | | |
| 17 | 871297 | ABDUL KADIR | FT2100 | 2433 | abdul_k | | |
| 18 | 821938 | ABDULLAH | HR1000 | 4201 | | | |
| 19 | 910185 | ABDULLAH A MA`RUFI | AD4000 | 2244 | marufi | | |
| 20 | 770240 | ABDULLAH SUMBONO | OE5000 | 3390 | | | |

**Gambar 1.3**




*Sumber : Arsip Peneliti 2011*

Fungsi Portal sebagai intranet bagi PT. DI adalah, untuk :

1. Komunikasi antar unit kerja yang lebih cepat
2. Pusat penyebaran informasi
3. Media komunikasi antara manajemen dan karyawan
4. Gerbang atau pintu masuk ke semua aplikasi atau sistem informasi yang ada diperusahaan.

*(Sumber : Erwin Setya Dharma, Manager Management Information PT. DI Bandung)*

Komunikasi menggunakan komputer dan media internet memudahkan dan memperlancar penanggulangan hambatan-hambatan karena batasan ruang dan waktu. Teknologi komunikasi membuat pegawai dapat berhubungan dengan

siapapun dan dimanapun dalam organisasinya. Pesan-pesan komunikasi bermedia komputer dapat menembus hierarki tradisional dan hambatan-hambatan departemennya dengan mudah.

Dengan adanya intranet diharapkan karyawan dapat memperoleh informasi yang jelas, benar dan lengkap sesuai kebutuhannya, dan juga mengenai kondisi perusahaan, berita perusahaan baik dari luar maupun dari dalam. Sehingga tidak terjadi kesimpang siuran informasi dari pimpinan kepada bawahan ataupun sebaliknya, serta semakin meningkatnya sikap positif karyawan terhadap perusahaan yang akan menentukan produktifitas kerja perusahaan.

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : **"Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Intranet Di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya"**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Sejaunmana **Proses** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya?
2. Sejauhmana **Tujuan** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya?

3. Sejauhmana **Intensitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya?
4. Sejauhmana **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Isi Pesan** bagi karyawannya?
5. Sejauhmana **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Hambatan** bagi karyawannya?
6. Sejauhmana **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam menggunakan fasilitas intranet sebagai media penghubung komunikasi antar karyawan, khususnya kepada PT. Dirgantara Indonesia Bandung.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk Mengetahui **Proses** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya
2 Untuk Mengetahui **Tujuan** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya

3 Untuk Mengetahui **Intensitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya

4 Untuk Mengetahui **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Isi Pesan** bagi karyawannya

5 Untuk Mengetahui **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Hambatan** Bagi Karyawannya

6 Untuk Mengetahui **Efektivitas** Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap **Pemenuhan Kebutuhan Informasi** Bagi Karyawannya

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan hasil ini secara teoritis dapat memberikan masukan kepada perusahaan yang menggunakan fasilitas intranet sebagai media komunikasi antar karyawannya dan dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai intranet sebagai media online khususnya dimasa yang akan datang.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti : hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sendiri.

b. Bagi Universitas : Khususnya pada Program Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan konstribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan, dan sebagai literatur terutama dalam penelitian yang sama yaitu, Efektivitas Penggunaan Intranet

Di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya. Intranet sebagai media internal dalam sebuah perusahaan.

c. Bagi Perusahaan : Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penggunaan media intranet sebagai sarana untuk memberikan informasi yang dibutuhkan kepada seluruh karyawan, khususnya bagi perusahaan PT. DI Bandung.

## 1..5 Kerangka Pemikiran

### 1.5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini mengambil judul " Efektivitas Penggunaan Intranet di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawannya". Intranet " Portal" PT. DI Bandung termasuk ke dalam salah satu media internal, yang berfungsi sebagai jembatan aplikasi untuk memberikan informasi untuk karyawan PT. DI, dan direncanakan akan dikembangkan sebagai forum internal.

Dalam penelitian ini, Efektivitas menurut Onong Uchjana Effendy :

> "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan".

Sedangkan, efektivitas penggunaan intranet adalah penggunaan terhadap media, yang menurut Rosengren, adalah :

> "Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan" (Rosengren, 1974 : 277).

Dalam hal ini, informasi yang disampaikan harus baik dan benar agar mendapat suatu pengertian yang sama dari karyawan, dan tidak terjadi kesimpangsiuran informasi, ketidakpastian serta ketidakjelasan akan informasi yang disampaikan. Agar informasi yang didapat sesuai dengan kebutuhan karyawan.

Kebutuhan informasi diperoleh dari pengertian bahwa intranet bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pegawai akan informasi yang ada di perusahaannya. Untuk memenuhi kebutuhan informasi pegawai maka harus ada komunikasi internal. Komunikasi internal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam sebuah organisasi (Muhammad, 1995 : 97).

### 1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Melalui penelitian yang dilakukan ini, peneliti ingin melihat bagaimana Efektivitas Penggunaan Intranet Di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawannya. Dengan mengaplikasikan teori yang diambil, maka informasi yang disampaikan oleh PT. Dirgantara Indonesia Bandung melalui media Intranet yang diberikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan targetnya (Karyawan). Komunikasi digunakan oleh manusia salah satunya untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

Informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman, dan instruksi. Komunikasi yang terjalin secara efektif akan mencapai tujuan yang telah direncanakan. Dengan itu, komunikasi menggunakan media internal oleh PT. Dirgantara Indonesia Bandung diharapkan dapat mencapai

tujuannya. Untuk mencapai komunikasi yang interaktif, frekuensi waktu yang digunakan untuk menggunakan media internal dalam mencapai suatu pemenuhan kebutuhan informasi pun diperhitungkan.

Semakin sedikit ketidakjelasan pesan yang dimasukkan ke dalam sistem, semakin mudah menggunakan aturan yang sudah ditentukan. Semakin banyak ketidakjelasan pesan yang dimaksudkan ke dalam sistem, semakin besar digunakannya siklus komunikasi (Interaksi Ganda) untuk menangani ketridakpastian ini. Semakin banyak ketidakpastian yang dihadapi suatu organisasi, semakin besar kebutuhan untuk menggunakan siklus-siklus komunikasi.

Sedangkan untuk pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan, maka harus terjadi komunikasi internal, yaitu dengan menggunakan intranet “Portal” . Karyawan mencari kebutuhan informasi bagi dirinya, untuk pengetahuan tentang perusahaannya, baik dari dalam lingkungan perusahaan, maupun dari luar lingkungan perusahaannnya.

### 1.6 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, menggunakan dua variabel yaitu Efektivitas Penggunaan Intranet Di PT. Dirgantara Indonesia Bandung (Variabel X), dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y), dengan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian deskriptif, maka opersional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Operasionalisasi Variabel**
**Tabel 1.1 : Variabel Independen**

| Variabel Independen (X) | Indikator | Alat ukur |
|---|---|---|
| Efektivitas Penggunaan Intranet di PT. Dirgantara Indonesia Bandung | 1. Proses | a. Alur pengiriman Pesan Informasi Intranet PT. DI kepada karyawan<br>b. Feedback atau respon karyawan tentang intranet PT. DI Bandung |
| | 2. Tujuan | a. Penyampaian Informasi atau berita tentang perusahaan<br>b. Penyampaian kebijakan kepada karyawan PT. DI<br>c. Instruksi/perintah kerja kepada karyawan |
| | 3. Intensitas | a. Frekuensi penggunaan intranet<br>b. Kecepatan mengakses<br>c. Waktu dalam mengakses |

**Tabel 1.2 : Variabel Dependen**

| Variabel Dependen (Y) | Indikator | Alat Ukur |
|---|---|---|
| Pemenuhan Kebutuhan Informasi | 1. Isi pesan | a. Kejelasan pesan<br>b. Kelengkapan Informasi<br>c. Faktualisasi Informasi<br>d. Aktualisasi Informasi<br>e. Kesesuaian pesan dengan kebutuhan karyawan |
| | 2. Hambatan | a. Kesulitan mengakses<br>b. Kurangnya kesadaran karyawan tentang keberadaan Intranet |

| | | |
|---|---|---|
| | | “Portal” |

**1.6 Teknik Analisa Data**

Setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitina ini, maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Penyelesaian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasana data

2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokan data dan pilah-pilah sesuai dengan kejelasannya.

3. Data dimasukan kedalam *cooding book* (buku koding) dan *cooding sheet* (lembaran koding).

4. Mentabulasikan data yaitu menyajikan data dalam sebuah tabel (tabel induk kemudian kedalam tabel tunggal) sesuai tujuan analisis data.

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kualitatif ke dalam kuantitatif.

Dengan cara pemberian skor atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden pada pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti. Pemberian skor dimaksudkan untuk memindahkan data kualitatif yaitu yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

## 1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai metode yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakmat dalam Meriyani, 2002 : 22).

Metode penelitian kuantitatif memiliki cakupan yang sangat luas. Secara umum, metode penelitian kuantitatif dibedakan atas dua dikotomi besar, yakni eksperimental dan noneksperimental. Eksperimental dapat dipilah lagi menjadi eksperimen kuasi, subjek tunggal dan lain-lain. Sedangkan noneksperimental berupa deskriptif, komparatif, korelasional, *survey*, *ex post facto, histories.*

Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental.

## 1.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Observasi, Menurut Karl Weick (dikutif dari Seltiz, Wrightsman, dan Cook 1976:253) mendefinisikan observasi yaitu

   > "pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris".

2. Angket adalah teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang diisi oleh para responden sendiri (Manasse Malo, 2003:6.12). dalam teknik ini, responden mempunyai peranan yang sangat penting dalam memperoleh data yang dibutuhkan.
3. Studi kepustakaan, Menurut J. Supranto seperti yang dikutip Ruslan dalam bukunya *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, bahwa :

   > "Studi kepustakaan adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan (Ruslan, 2004:31). Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti".

4. *Internet Searching*, internet sebagai salah satu hasil dari kemajuan dunia teknologi, kini sudah menjadi pusat data dan informasi yang penting dalam rangka melakukan riset, khusu bidang komunikasi. Salah satu fungsi utama internet adalah WWW (*World Wide Web*). ( Mario Robia, Skripsi, 2010 dalam Umar, 2002 : 91)

## 1.9 Populasi dan Sampel

### 1.9.1 Populasi

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 4.255 orang karyawan. Yaitu jumlah keseluruhan karyawan yang bekerja di PT. Dirgantara Indoenesia Bandung.

### 1.9.2 Sampel

Sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari (Sarwono, 2001:75). Dari populasi yang telah diketahui di atas maka peneliti menentukan jumlah keseluruhan sampel yang akan diambil dengan menggunakan rumus Yamane sebagai berikut :

**Rumus Yamane** : $n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

d : Presisi

*(Renty Viola Fatrin, 2009 : 16)*

**Perhitungan** :

$n = \frac{4.255}{4.255(0,01)+1}$

$n = \frac{4.255}{43.55}$

n = 97.7037887, dibulatkan, n = 98

Dari perhitungan tersebut maka jumlah penarikan populasi yang dijadikan responden atau sampel penelitian yakni berjumlah 98 orang.

Sampling, yaitu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2002 : 192). Maka sample yang digunakan adalah teknik *Simple Random Sampling.*

## 1.10 Uji Validitas

Dalam Uji Validitas, peneliti menggunakan Uji Validitas Instrumen yaitu Pengujian Validitas Konstruksi (*Contruct Validity*). Baik instrumen internal (hasil dari teori) maupun instrumen eksternal (hasil empirikal) dikonsultasikan kepada ahli; sisi akademik yang dianggap ahli minimal pendidikannya S-3 (Doktor). Selanjutnya instrument diujicobakan pada sampel, sehingga hasilnya dapat dievaluasi.

Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian validitas ekternal dengan cara membuat beberapa pertanyaan melalui angket sesuai dengan fakta-fakta yang ada di lapangan. Sebelum memberikan kepada responden yang sebenarnya, peneliti melakukan uji coba pertanyaan angket tersebut kepada 10 orang mahasiswa secara *random* (acak). Setelah melakukan uji coba tersebut peneliti akan mengkoreksi apakah pertanyaan yang diberikan tersebut cocok dengan penelitian ini, apabila cocok akan dipertahankan apabila tidak akan di refisi.

## 1.11 Lokasi dan Waktu

### 1.11.1 Lokasi Peneliatian

Penelitian dilakukan di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Jln. Padjajaran No. 154 Bandung 40174, Indonesia PO BOX 1714 BD.

### 1.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, pada bulan Februari-Agustus 2011. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian Bab 1 dapat dilihat dari perincian pada table 1.2 berikut ini :

**Tabel 1.2**

**Waktu Penelitian**

| No | Bulan / Ket | Feb | Maret | April | Mei | Juni | Juli | Agustus |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Permulaan pengajuan judul | xxx | | | | | | |
| 2 | Persetujuan judul | | xxx | | | | | |
| 3 | Persetujuan pembimbing | | xxx | | | | | |
| 4 | Aktif bimbingan | | xxx | xxx | xxx | xxx | xxx | |
| 5 | Tahap penelitian lapangan/data penelitian | | xxx | xxx | xxx | xxx | xxx | |
| 6 | Tahap analisa data | | xxx | xxx | xxx | xxx | xxx | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **7** | **Penyusunan keseluruhan Skripsi** | | | | | **xxx** | **xxx** | |
| **8** | **Sidang Skripsi** | | | | | | **xxx** | xxx |

## 1.12 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah :

**A. BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, operasionalisasi variabel, model penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sempel, teknik pengolahan data dan analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan

**B. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tinjauan pustaka tentang definisi komunikasi, tujuan komunikasi, fungsi komunikasi, bentuk-bentuk komunikasi, definisi komunikasi massa, cirri-ciri komunikasi Organisasi

**C. BAB III : OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi semua hal yang berkaitan dengan objek penelitian yakni sejarah perusahaan, visi-misi perusahaan, grup perusahaan, moto perusahaan, struktur perusahaan dan job description.

## D. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis deskriptif identitas responden, analisis deskriptif hasil penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

## E. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi.