BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan dan menganalisis data dan hasil penelitiannya, melalui angket yang disebarkan pada 98 orang karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung untuk menjawab penelitian yang berjudul "Efektivitas Penggunaan Intranet di PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya".

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data melalui angket yang berisikan beberapa pertanyaan dan pernyataan yang disebarkan kepada responden, penyebaran angket dilakukan dengan mendatangi langsung Kantor PT. Dirgantara Indonesia Bandung dan menyebarkan angket pada karyawannya. Kemudian Penulis langsung menarik kembali angket yang sudah berhasil diisi oleh karyawan.

Peneliti menyebarkan angket dalam waktu 2 minggu, yaitu dimulai dari tanggal 20 Juni sampai dengan 3 Juli 2011. Dalam waktu 2 minggu tersebut peneliti melakukan *Simple Random Sampling* untuk mendapatkan responden. Setelah itu, peneliti menyebarkan angket secara acak kepada karyawan.

Selanjutnya, penulis akan memaparkan hasil pengolahan data tersebut dalam bentuk tabel-tabel yang diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap masalah yang diteliti dan agar lebih mudah untuk dipahami, maka penulis membagi menjadi beberapa bagian :

1. Deskripsi Analisis Hasil Identitas Responden
2. Deskripsi Analisis Hasil Penelitian
3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.1 Deskripsi Analisa Hasil Identitas Responden

Analisis deskriptif data responden ini terdiri dari empat pertanyaan yang meliputi jenis kelamin, usia, dan latar belakang pendidikan. Berikut data dan tabel dari responden yang sudah mengisi angket.

4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden pada penelitian ini sengaja diambil untuk mengetahui rata-rata jenis kelamin dari responden yang terpilih dalam penelitian ini. Untuk mengetahui lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden
n=98

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase
1.	Laki-laki	64	65%
2.	Wanita	34	35%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki ternyata lebih banyak dibanding dengan responden yang berjenis kelamin wanita, yakni sebanyak 64 responden atau 65% dari jumlah wanita yang hanya 34 responden atau 35 %. Dari data data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung berjenis kelamin laki-laki. Hal tersebut dapat dimengerti karena PT. Dirgantara Indonesia Bandung merupakan perusahaan industri yang bergerak dalam bidang pesawat terbang nusantara sehingga para karyawannya dituntut untuk dapat bekerja dikantor maupun dilapangan dan harus mengerti tentang perangkat atau mesin-mesin pesawat terbang.

4.1.2 Usia Responden

Usia responden pada penelitian ini sengaja diambil untuk mengetahui rata-rata usia dari responden yang terpilih dalam penelitian ini. Untuk mengetahui lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.2
Usia Responden
n=98

NO	Usia responden	Frekuensi (F)	Persentase
1.	Dibawah 25 tahun	21	21%
2.	26-34 tahun	21	21%
3	35-43 tahun	20	21%
4.	Diatas 40 tahun	36	37%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Angket Penelitian

Dari tabel di atas dapat dilihat perbandingan usia responden. Responden yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 21 responden atau 21%, responden yang berusia 26 sampai 34 tahun sebanyak 21 responden atau 21 %, responden yang berusia 35 sampai 43 tahun sebanyak 20 responden atau 21, sedangkan responden yang berusia lebih dari 43 tahun sebanyak 36 responden atau 37%.

Berdasarkan jumlah usia tersebut maka dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah responden dengan umur di atas 43 tahun.

4.1.3 Pendidikan Responden

Pendidikan responden pada penelitian ini sengaja diambil untuk mengetahui rata-rata pendidikan dari responden yang terpilih dalam penelitian ini. Untuk mengetahui lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.3
Pendidikan Responden
n=98

NO	Pendidikan responden	Frekuensi (F)	Persentase
1.	SD	-	-
2.	SLTP/Sederajat	-	-
3.	SLTA/Sederajat	24	24%
4.	Perguruan Tinggi	74	76%
5.	Lainnya	-	-
	Jumlah	98	100 %

Sumber: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat, bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini paling banyak adalah para tamatan perguruan

tinggi yakni 74 responden atau 76 %, dan selebihnya responden dengan latar belakang tamatan SMA/sederajat.

Latar belakang pendidikan kerap mempengaruhi sikap, karena "Sikap yang terbentuk bukan hanya sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan pro atau kontra terhadap sesuatu menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindarkan". (Sherrif & Sherif. *An Outline of Social Psychology*. 1956. dikutip Rahkmat, dalam Fachrial 2011 : 70).

4.2 Deskripsi Analisa Hasil Penelitian

Pada analisa data penelitian ini, penulis mencoba menganalisa tanggapan responden yang sangat bervariasi mengenai penggunaan intranet di PT. Dirgantara Indonesia Bandung. Analisa deskriptif data penelitian ini terbagi menjadi 5 sub bagian pertanyaan yang meliputi proses penggunaan intranet, tujuan penggunaan intranet "portal", intensitas penggunaan intranet "portal", isi pesan intranet "portal",dan hambatan dari intranet "portal". Berikut data dan tabel dari responden yang sudah mengisi angket.

4.2.1 Proses

Tabel 4.4 sampai Tabel 4.5 menjelaskan tentang proses penggunaan intranet "portal" PT. DI oleh karyawannya, ada pun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah mengenai proses penggunaan intranet dalam

pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Penyampaian pesan secara efisien
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat Efisien	31	32%
Efisien	24	24%
Cukup Efisien	27	28%
Kurang Efisien	16	16%
Sangat Kurang Efisien	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.4 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : penyampaian dengan sangat 32% (31), efisien 24% (24), Cukup efisien 28% (27), dan Kurang efisien 16%(16), sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas karyawan menganggap “Portal” PT. DI sangat efisien dalam penyampaian informasinya , karena kebutuhan akan informasi dan juga komunikasi antar karyawan, sedangkan responden yang menjawab kurang efisien, memiliki alasan karena mereka lebih sibuk di luar ruangan, mereka lebih sering bekerja di lapangan atau di luar ruangan kerja mereka.

Proses penyampaian pesan atau informasi dengan menggunakan media ini termasuk kedalam proses komunikasi secara sekunder, dimana komunikasi secara sekunder adalah komunikasi yang disampaikan melalui media kepada komunikan dalam hal ini komunikannya adalah karyawan.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan

Tabel 4.5
***Feedback* pada intranet "portal" PT. DI**
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat baik	51	52%
Baik	34	35%
Cukup baik	13	13%
Kurang baik	-	-
Sangat tidak baik	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.5 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : Feedback yang sangat baik 52% (51), feedback yang baik 34% (35), dan Cukup baik 13% (13). Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel di atas karyawan menganggap intranet "portal" memberikan feedback atau respons yang sangat baik dalam memberikan informasinya.

Komunikasi yang terjalin baik secara langsung ataupun menggunakan, agar menjadi interaksi yang efektif lebih baik terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* t ersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

4.2.2 Tujuan

Tabel 4.6 sampai Tabel 4.8 menjelaskan tentang tujuan penggunaan intranet "portal" PT. DI, ada pun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah mengenai tujuan penggunaan intranet dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung.

Tabel 4.6
Menyampaikan informasi dengan baik
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat baik	21	21%
Baik	42	43%
Cukup baik	35	36%

Kurang baik	-	-
Sangat kurang baik	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : responden yang menjawab bahwa intranet "Portal" menyampaikan informsinya dengan sangat baik, sebesar 21% atau 21 orang responden, baik 43%, cukup baik 36%. Maka, dari jawaban yang didapat, sebesar 42 orang karyawan menyatakan media internal "Portal" dapat memnyampaikan informasi dengan baik, atau dapat diterima dengan baik oleh karyawan, seperti dalam teori kekayaan informasi bahwa informasi yang disampaikan harus jelas dan tidak simpang siur.

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.

Tabel 4.7
Menyampaikan kebijakan-kebijakan perusahaan dengan jelas
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat jelas	17	17%
Jelas	31	32%
Cukup jelas	32	33%
Kurang jelas	18	18%
Sangat tidak jelas	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.7 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : cukup jelas 33%, jelas 32%, kurang jelas 18%, dan sangat jelas sebesar 17 %. Kesimpulannya, bahwa "Portal" PT. DI Bandung, cukup jelas dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan perusahaan sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang sudah ada.

Pesan-pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi. Lain halnya dengan pesan tugas, pesan pemeliharaan atau kebijakan-kebijakan perusahaan berhubungan dengan pencapaian dari *output*. Contohnya prosedur, perintah, ketentuan, aturan, dan control yang diperlukan untuk mempermudah gerakan organisasi untuk mencapai *output system*.

Tabel 4.8
Kesesuaian instruksi dalam intranet dengan kebijakan perusahaan
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat sesuai	-	-
Sesuai	54	55%
Cukup sesuai	25	26%
Kurang sesuai	19	19%
Sangat tidak sesuai	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.8 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : sesuai 55%, cukup sesuai 26%, kurang sesuai 19%. Maka kesimpulannya adalah, instruksi yang ada dalam media intranet ini sesuai dengan instruksi yang ada dalam perusahaan.

Instruksi-instruksi yang diberikan adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksaan tugas-tugas oleh karyawan. Pesan ini mencakup pemberian informasi kepada karyawan untuk melakukan tugas secara efisien. Dengan kata lain pesan tugas dapat dikatakan pesan yang berhubungan dengan output system yang diinginkan oleh perusahaan.

4.2.3 Intensitas

Tabel 4.9 sampai Tabel 4.12 menjelaskan tentang intensitas intranet dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung, ada pun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah mengenai frekuensi waktu penggunaan, kecepatan mengakses, waktu yang diperlukan dalam mengakses.

Tabel 4.9
Seberapa sering mengakses "Portal" PT. DI
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat sering	-	-
Sering	31	32%
Cukup sering	24	24%
Tidak sering	27	28%
Sangat tidak sering	16	16%
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.9 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung adalah antara lain : seringnya mengakses 32% (31), cukup sering 24% (24), tidak sering 28% (27), dan sangat tidak sering 16%(16), sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan

tabel di atas karyawan sering mengakses “Portal” PT. DI, karena kebutuhan akan informasi dan juga komunikasi antar karyawan, sedangkan responden yang menjawab tidak sering dan sangat tidak sering, memiliki alasan karena mereka lebih sibuk di luar ruangan, mereka lebih sering bekerja di lapangan atau di luar ruangan kerja mereka.

Dengan seringnya mengakses “Portal”, karyawan dapat meningkatkan produktivitasnya melalui satu titik akses yang lancar ke semua sumber informasi yang mereka butuhkan untuk menjalankan tugas-tugasnya. Untuk itu perusahaan PT. Dirgantara Indonesia Bandung, memilih media internal berupa intranet yang dinamakan “Portal”, karena media ini adalah alat komunikasi yang efektif untuk menjadikan lingkungan di dalam perusahaan yang produktif.

Tabel 4.10
Apakah “Portal” sering meng*Update* data informasi
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat sering	-	-
Sering	18	18%
Cukup sering	27	28%
Tidak sering	38	39%
Sangat tidak sering	5	5%
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.10 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : sering 18%, cukup sering 28%, tidak sering 39%, dan 5% untuk sangat tidak sering,

sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden "Portal" tidak sering melakukan *Update* data informasi, alasan tersebut dikarenakan kurangnya kerjasama dari divisi untuk memberikan informasi seputar kegiatan masing-masing yang dilakukan. Sehingga "Portal" PT. DI tidak sering melakukan pembaruan data.

Menurut Kenneth C Laudon, intranet membantu organisasi untuk menciptakan lingkungan informasi yang responsif dan kaya. Prinsip dari penggunaan intranet adalah meciptakan tempat penyimpanan untuk informasi yang informasi yang bisa diperbaharui sesering mungkin. [1]

Sehingga sesuai dengan pendapat ahli tersebut untuk dapat terciptanya lingkungan yang kaya akan informasi dan responsif di dalam suatu perusahaan contohnya di PT. Dirgantara Indonesia Bandung, maka sebaiknya media internal yang disediakan untuk dapat selalu meng*update* data informasi.

Tabel 4.11
Apakah butuh waktu lama untuk mengakses "Portal" PT. DI
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat lama	-	-
Lama	31	30%
Cukup lama	32	33%
Tidak lama	36	37%
Sangat tidak lama	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

[1] http://id.shvoong.com/exact-sciences/physics/2116454-pengertian-intensitas/#ixzz1RuhNXuKn. Hari selasa, 12 Juli 2011, pukul 23:23

Berdasarkan Tabel 4.11 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : lama 30 % (31), cukup lama 33% (32), tidak lama 37% (36), dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden, mereka tidak lama mengakses informasi lewat "Portal" PT. DI.

Alasan karyawan untuk tidak berlama-lama mengakses "Portal" adalah karena mereka mempunyai pekerjaan yang lebih banyak untuk diselesaikan diluar ruangan dibandingkan berdiam diri di depan komputer untuk mengakses internet. Selain itu, keterbatasan mengaskes "Portal" PT. DI adalah karena karyawan lebih banyak menghabiskan waktunya dengan berdiskusi dalam suatu ruangan dengan karyawan lainya untuk membicarakan produksi-produksi pesawat atau perangkat lainnya yang diproduksi oleh PT. DI Bandung.

Tabel 4.12
Berapa lama meluangkan waktu untuk mengakses "Portal" PT. DI
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat lama	-	-
Lama	22	22%
Cukup lama	24	24%
Tidak lama	36	37%
Sangat tidak lama	16	17%
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.12 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : lama 22%, cukup lama 24%, tidak lama 37%, sangat tidak lama 17%, disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden, mereka tidak lama mengakses

informasi lewat “Portal” PT. DI hanya sekitar 15 menit sampai dengan 30 menit saja.

Hal ini dikarenakan karyawan lebih banyak beraktifitas di luar ruangan daripada menghabiskan waktu berjam-jam dalam ruangan dan duduk di depan komputer untuk mengakses intranet “Portal”. Jadi, apabila informasi yang diinginkan telah di dapatkan, karyawan pun kembali kepada aktifitasnya di luar ruangan dan mengaskes “Portal” pun hanya sebentar saja.

Namun, sebagai pengguna intranet “Portal”, karyawan tetap membutuhkan media ini utnuk mencari-cari kebutuhan mereka berupa informasi.

4.2.4 Isi Pesan

Tabel 4.13 sampai tabel 4.17 menjelaskan tentang isi pesan dari media intranet “Portal”. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah mengenai isi pesan dari “Portal” yang mudah dimengerti oleh karyawan, kelengkapan isi dari “Portal” PT. DI, informasi yang faktual, dan informasi yang aktual di dalam “Portal” PT. DI Bandung.

Tabel 4.13
“Portal” PT. DI mudah untuk dimengerti
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat mudah	17	17%
Mudah	31	32%
Cukup mudah	32	33%
Tidak mudah	18	18%
Sangat Tidak Mudah	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.13 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : "Portal" PT. Dirgantara Indonesia Bandung sangat mudah untuk dimengerti 17%, mudah dimengerti 32%, cukup mudah untuk dimengerti 18%, sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden "Portal" PT. DI Bandung cukup mudah dimengerti oleh karyawan, baik cara mengakses nya maupun fitur-fitur yang ada di dalamnya.

Kemudahan ini sangat mendukung karyawan untuk dapat selalu menggunakan media internal ini untuk mencari suatu informasi seputar perusahaannya, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Begitupun berita-berita lainnya yang menyangkut perusahaan.

Menurut pendapat Pavlik (2004, p.248), pengguna komputer dan internet dapat memilih jenis berita apa yang mereka ingin lihat dalam sebuah sumber informasi. [2]

Tabel 4.14
"Portal" PT. DI lengkap
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat lengkap	-	-
Lengkap	21	21%
Cukup lengkap	40	41%
Tidak lengkap	37	38%
Sangat tidak lengkap	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

[2] http://tentang-teori-komunikasi.blogspot.com/feeds/posts/default?orderby=updated. Petra. Hari Rabu, 13 Juli 2011, pukul 3:53

Berdasarkan Tabel 4.14 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : “Portal” PT. DI Bandung isinya lengkap 21%, cukup lengkap 41%, tidak lengkap 38%, sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden “Portal” PT. DI menyajikan informasi yang cukup lengkap, dan dapat mencukupi kebutuhan karyawan tentang informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.15
“Portal” memberikan informasi yang faktual
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat faktual	-	-
Faktual	26	27%
Cukup faktual	43	43%
Tidak faktual	29	30%
Sangat tidak faktual	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.15 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : “Portal” PT.DI memberikan informasi yang faktual 27%, cukup faktual 43%, tidak faktual 30%, sehingga dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas bahwa “Portal” PT. DI cukup memberikan informasi yang faktual, namun ada juga yang menganggap bahwa “Portal” PT. DI tidak memberikan informasi data yang faktual, ini dikarenakan “Portal” PT. DI tidak sering memperbaharui data informasi seputar perusahaan.

Intranet sudah terpilih menjadi media mampu menyajikan data secara faktual. Menurut definisinya, Fakta (bahasa Latin: *Factus*) dalam istilah keilmuan adalah suatu hasil observasi yang obyektif dan dapat verifikasi. Fakta sering dianggap lawan dari teori, yang merupakan penjelasan logis (sering kali matematis) atau interpretasi fakta[3]

Tabel 4.16
"Portal" memberikan informasi yang aktual
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat aktual	-	-
Aktual	24	24%
Cukup aktual	43	44%
Tidak aktual	31	32%
Sangat tidak aktual	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.16 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : "Portal" memberikan informasi yang aktual 24%, cukup aktual 44%, dan tidak aktual 32%, dari data tersebut dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden "Portal" cukup aktual dalam memberikan informasinya.

Aktual adalah :

1) berdasarkan kenyataan; benar-benar terjadi,

[3] http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080310012122AAgrj2q.Hari Kamis, 14 juli 2011, Pukul 2:16.

2) baru terjadi, sedang sangat digemari, sedang menjadi pembicaraan , dapat diwujudkan dengan pengisahan yang meyakinkan [4]

Dari pengertiannya, maka informasi yang aktual adalah informasi yang benar-benar ada, terjadi, nyata. Karyawan menginginkan informasi sesuia dengan kejadian yang sebenarnya, dan sedang terjadi. Karyawan yang menganggap informasi yang disajikan dalam"Portal" tidak aktual karena, "Portal" tidak sering mengUpdate "Portal" sehingga berita-berita yang sudah lalu masih ada, yang kemudian menimbulkan kesalahpahaman dari karyawan yang menganggap berita yang telah lalu itu, baru terjadi sekarang.

Tabel 4.17
"Portal" mampu memberikan informasi sesuai kebutuhan karyawan
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat Mampu	24	24%
Mampu	43	44%
Cukup mampu	31	32%
Tidak mampu	-	-
Sangat tidak mampu	-	-
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.17 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : sangat mampu 24 responden orang (245%), mampu 43 orang responden (44%), cukup mampu 31 orang responden (32%), dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa

[4] http://www.google.co.id/search?q=Informasi+Aktual+adalah&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a. Hari Kamis, 14 Juli 2011, pukul 2:23.

43 orang responden atau karyawan, berpendapat media internal PT. DI Bandung, “Portal” mampu memberikan informasi yang sesuai bagi karyawannya.

Dengan kemampuan dapat memenuhi kebutuhan informasi karyawannya, maka “Portal” menyediakan fitur-fitur yang mudah diakses oleh karyawan PT. Dirgantara Indonesia, hal ini agar karyawan tetap membutuhkan “Portal” untuk mencari informasi.

Sesuai dengan pendapat ahli, seseorang bekerja pada sebuah perusahaan biasanya didasarkan pada keyakinan bahwa dengan bekerja seseorang dapat memuaskan berbagai kebutuhannya, tidak hanya dalam materiil, akan tetapi juga kebutuhan yang bersifat sosial, prestise, kebutuhan psikologis dan intelektual. (Sondang dalam Masmuh Abdullah, Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktik, 2008 : 222).

Maka, kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan yang sangat mendasar bagi karyawan yang bekerja di suatu perusahaan. Tujuannya agar karyawan dapat mengetahui berita apa saja tentang perusahaannya, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan.

4.2.1. Hambatan

Tabel 4.18 samapi dengan tabel 4.20 menjelaskan tentang hambatan dalam penggunaan intranet "Portal" PT. Dirgantara Indonesia Bandung.

Tabel 4.18
Kesulitan dalam mengakses "Portal" PT. DI
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat sulit	-	-
Sulit	19	19%
Cukup sulit	19	19%
Tidak sulit	54	55%
Sangat tidak sulit	6	6%
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.18 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : "Portal" sulit untuk diakses 19%, cukup sulit 19%, tidak sulit 55%, sangat tidak sulit 6%, dari data tersebut dapat disimpulakan bahwa berdasarkan tabel di atas menurut responden "Portal" tidak sulit untuk diakses, terutama bagi mereka yang memahami tentang intranet yang disediakan oleh perusahaan ini.

Kemudahan yang disediakan dalam mengakses intranet ini adalah agar karyawan aktif dan responsif untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan media ini dengan antar karyawan dari divisi ke divisi lain. Dengan adanya "Portal" ini, diharapkan karyawan melakukan interaksi dengan baik. Karena ada beberapa karyawan yang mengalami kesulitan dalam mengakses "Portal", karena mereka tidak tahu prosedur yang digunakan untuk mengaksesnya. Bahkan ada

juga karyawan yang tidak mengetahui keberadaan intranet ini, alasannya karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan dari divisi pembuat intranet "Portal" itu sendiri.

Tabel 4.19
Kesadaran karyawan tentang kemampuan intranet "Portal"
n = 98

Jawaban Responden	Frekwensi (F)	Persentasi (%)
Sangat mampu	-	-
Mampu	54	55%
Cukup mampu	19	19%
Tidak mampu	19	19%
Sangat tidak mampu	6	6%
Jumlah	98	100%

sumber : Angket Penelitian Juni 2011

Berdasarkan Tabel 4.19 di ketahui bahwa hasil angket yang disebarkan kepada karyawan PT. Dirgantar Indonesia Bandung adalah antara lain : kesadaran karyawan akan keberadaan intranet yaitu, tahu akan adanya intranet sebesar 55% atau 54 orang responden, cukup tahu sebesar 19%, tidak tahu 19%, dan sangat tidak mengetahui adanya intranet "Portal" sebesar 6 orang responden atau 6%.

Dari jawaban di atas, diketahui sebagian besar karyawan meengetahui danmenyadari keberadaan intranet "Portal" ini untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Adapun responden yang menjawab tidak tahu bahkan sangat tidak tahu akan keberadaan media intranet "Portal" ini karena kurangnya sosialisasi dari administrator kepada karyawan tentang kehadiran media internal di PT. Dirgantara Indonesia Bandung. Namun, alasan lain karena, kurangnya pemahaman karyawan akan penggunaan intranet ini. Sehingga penggunaan media

intranet ini kurang maksimal oleh karyawan PT. DI Bandung, dan ini akan menjadi hambatan berkembangnya media intranet, karena karyawan menganggap tidak penting dan tidak mau tahu, sehingga pada akhirnya media ini tidak terpakai.

4.3 Intepretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang Penggunaan Intranet di PT. Dirgantara Indonesia Bandung. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 98 responden.

Dari 98 responden yang ada, berdasarkan data responden sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, dengan usia diatas 40 tahun, berlatar belakang pendidikan perguruan tinggi. Dalam hasil penelitian, penulis ingin mengetahui penggunaan intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung yang ada, dengan mencari tahu bagaimana pengetahuan, kesadaran, pengertian dan pemahaman karyawan terhadap intranet portal PT. Dirgantara Indonesia Bandung.

PT. Dirgantara Indonesia Bandung menyadari, dalam membangun komunikasi yang efektif dan efisien pada setiap karyawannya, maka PT. Dirgantara Indonesia Bandung memilih untuk beralih ke media yang lebih canggih dan mudah dijangkau juga tidak membuang banyak waktu untuk mengumpulkan seluruh karyawan dalam satu ruangan.

Efektivitas karyawan dalam menggunakan media intranet ini, menjadikan komunikasi antar karyawan menjadi lebih efisien dan interaksional. 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 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)

Maka dibutuhkan media internal yang bertujuan sebagai alat bantu berkomunikasi dengan semua karyawan dari berbagai divisi. Media internal seperti intranet, yang menurut definisinya adalah jaringan organisasi internal, yang bisa memberikan akses data di lintas perusahaan. Sistem jaringan yang hanya dapat digunakan untuk keperluan internal dan hanya bisa diakses oleh anggota organisasi. Biasanya hanya bisa digunakan untuk saling mengirimkan dan menerima informasi dan laporan antar karyawan.

Dengan demikian intranet adalah sebuah sistem jaringan komunikasi yang hanya bisa diakses dalam internal perusahaan. Jaringan ini bersifat seperti internet, yang memungkinkan kita untuk melakukan komunikasi interaktif, dan akses data perusahaan.

Dalam penelitian ini, karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung, menggunakan media internal untuk pemenuhan kebutuhan informasi mereka, maka dalam hal ini, peneliti juga menjadikan teori sistem informasi sebagai aplikasi, yaitu :

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)"*

Dalam teori ini, dijelaskan bahwa media yang dapat memenuhi kebutuhan adalah media yang kaya akan informasi dan berita-berita yang menjadi kebutuhan. Media yang mampu memenuhi kebutuhan informasi adala media yang memberikan informasi secara jelas, pasti, aktual dan faktual.

4.3.1 Intepretasi dan Pembahasan Tentang *Proses* Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya

Proses penyampaian pesan atau informasi dengan menggunakan media ini termasuk kedalam proses komunikasi secara sekunder, dimana komunikasi secara sekunder adalah komunikasi yang disampaikan melalui media kepada komunikan dalam hal ini komunikannya adalah karyawan. Sebesar 31% responden menyatakan bahwa, "Portal" PT. Dirgantara Indonesia efisien dalam menyampaikan informasinya, pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk

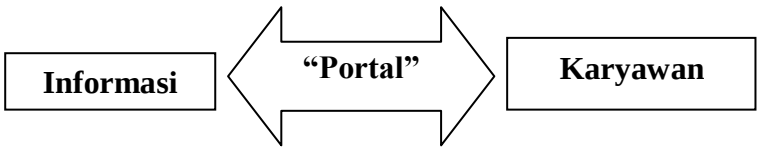
memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan.

Namun, ada 16% responden atau karyawan menganggap bahwa "portal" PT. Dirgantara Indonesia masih kurang efisien dalam menyampaikan berita atau informasinya, hal ini dikarenakan beberapa orang karyawan menganggap lebih efisien mencari berita atau informasi secara langsung dibandingkan dengan mengakses "Portal". Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan .

Feedback yang sangat baik sebesar 52%, dengan kata lain, "portal" menyampaikan informasi secara tepat sasaran dan menjalin interaksi yang interaktif dengan *Feedback* yang sangat baik. Komunikasi yang terjalin baik secara langsung ataupun menggunakan, agar menjadi interaksi yang efektif lebih baik terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* t ersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

Gambar 4.4
Pola Komunikasi Yang dibentuk Oleh "Portal" Intranet PT. DI Bandung



Sumber : Peneliti 2011

Gambar di atas menunjukan bahwa informasi diberikan oleh intranet "Portal" PT. DI Bandung kepada karyawannya guna memenuhi apa yang dibutuhkan karyawan PT. DI akan informasi sesuai yang diinginkan.

Media internal yang dipilih oleh PT. DI ini adalah media berbasis internet yang dapat dengan mudah diakses sebagian besar platform komputer, mudah digunakan, informasinya lebih kaya dan responsif, juga dapat mengurangi biaya distribusi informasi.

4.3.2 Intepretasi dan Pembahasan Tentang *Tujuan* Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya

Tujuan karyawan menggunakan media adalah untuk mencari apa yang menjadi kebutuhan mereka, yakni kebutuhan informasi. Di PT. Dirgantara Indonesia Bandung, karyawan dapat memenuhi kebutuhannya itu dengan mengakses intranet "Portal" yang telah disediakan sebagai media internal perusahaan.

Dalam penyampaian informasinya, sebesar 42% karyawan, menyatakan media ini menyampaikan informasi dengan baik, bahkan 21% karyawan menyatakan media ini sangat baik dalam menyampaikan informasinya. 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. Dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan nya, 32% karyawan atau responden, menganggap media "portal" menyampaikannya dengan cukup jelas, namun, 17% karyawan menyatakan kebijakan-kebijakan yang disampaikan media ini sangat jelas bagi mereka, hal ini menyangkut pencapaian *output* perusahaan, maka media "portal" diusahakan sebagai media yang mampu memberikan informasi yang jelas bagi karyawannya. Tujuan yang lain adalah, menyampaikan instruksi dari atasan kepada bawahan, sebesar 54% responden menganggap, media "Portal" menyampaikan instruksi-instruksi tersebut sesuai dengan tugas-tugas yang diberikan atasan kepada karyawannya. Kekurang sesuaian instruksi yang diberikan media ini pun, 19% orang karyawan menyatakan demikian, ini dikarenakan kurangnya pembaharuan yang dilakukan pihak administrator terhadap informasi akan instruksi yang baru, maka media ini dinyatakan kurang sesuai oleh beberapa orang karyawan.

Sama halnya seperti tujuan dalam komunikasi, menurut Ruslan, :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.

2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (2003: 11)

Begitu juga di dalam penggunaan intranet ini, bertujuan untuk, :

1. Menyampaikan informasi kepada karyawan
2. Menyampaikan kebijakan-kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan
3. Memberikan instruksi dari atasan kepada bawahan
4. Menjadikan media ini, sebagai media interaktif untuk komunikasi karyawan.

Maka, 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.

4.3.3 Intepretasi dan Pembahasan Tentang *Intensitas* Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya

Untuk mencapai komunikasi yang interaktif, frekuensi waktu yang digunakan untuk menggunakan media internal dalam mencapai suatu pemenuhan kebutuhan informasi pun diperhitungkan. Dalam hal ini, maka 32% karyawan PT. Dirgantara Indonesia sering mengakses “Portal” untuk mendapatkan informasi apa yang mereka butuhkan. Adapun 16% karyawan, sangat tidak sering

menggunakan “portal” sebagai media pemenuh kebutuhan informasi mereka, itu dikarenakan mereka lebih sering beraktivitas diluar ruangan, sehingga mereka jarang bahkan tidak mengakses “Portal”. Kebutuhan yang seperti itu, tidak diimbangi dengan keberadaan “portal” yang jarang meng*update* isi berita-berita atau informasi yang disajikan, karena sebesar 38% karyawannya menyatakan bahwa “Portal” tidak sering meng*update* informasinya, bahkan 5% karyawan lainnya menyebutkan bahwa “portal” sangat tidak sering meng*update* isi beritanya. Itu dikarenakan kesibukan dari masing-masing administrator untuk memperbaharui data, dan kurangnya kerjasama dari antar divisi untuk memberikan informasinya.

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)

Menurut Rosenberg, intensitas suatu pesan meliputi frekuensi dan waktu lamanya suatu pesan (proposal) disampaikan kepada komunikan (Infante, et. Al, 1993 : 198). Sedangkan frekuensi adalah kekerapan terjadinya sesuatu dalam kurun waktu tertentu (Effendy, 1998 : 147).

Intensitas terkait dengan dengan seberapa giat seseorang atau karyawan berusaha untuk mencari kebutuhan informasinya, akan tetapi intensitas tinggi tersebut tidak menghasilkan prestasi kerja yang memuaskan kecuali upaya tersebut dikaitkan dengan arah yang menguntungkan organisasi. Sebaliknya

elemen yang terakhir, ketekunan, merupakan ukuran mengenai berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya.

Intranet sebagai media komunikasi internal dari sebuah perusahaan, tentunya harus berisis tentang informasi-informasi yang dibutuhkan oleh manajemen, terutama untuk para karyawannya. Dengan kata lain, intranet yang dipilih sebagai media komunikasi itu harus memiliki nilai informasi. Adapun 5 karakteristik dari informasi, yakni :

1. Tepat waktu : ini adalah karakteristik informasi yang paling penting, bukan hanya bernilai baru atau lama tapi sangat bergantung pada keperluan pengguna informasi yang bersangkutan.
2. Ringkas : informasi yang bernilai cenderung bersifat sebagai kesimpulan, dan akan lebih jelas dan akan bernilai tinggi apabila disertakan dengan bagan, gambar, grafik, table dan bentuk lainnya.
3. Relevan : informasi hendaknya sesuai dengan keperluan pekerjaan atau dengan manajemen, dengan tujuan yang akan dicapai.
4. Lengkap : kelengkapan informasi akan berpengaruh pada kelancaran organisasi yang memperhatikan efektivitas dan efisiensi.
5. Ketelitian : sebagai perbandingan dari informasi yang benar dengan jumlah seluruh informasi yang dihasilkan pada suatu proses pengolahan tertentu (Amsyah, 1997 : 317).

4.3.4 Intepretasi dan Pembahasan Tentang *Isi Pesan* Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya

Kemudahan yang diberikan oleh "Portal" dirasakan oleh 33% karyawan sebagai pengakses "Portal" bahwa, media ini cukup mudah untuk dimengerti. Sedangkan isi media berkaitan erat dengan kelengkapan, sebesar 41% karyawan menganggap media ini sudah cukup lengkap dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, dan kejelasan isi pesan yang disajikan secara faktual pun, sebesar 43% responden menganggap media ini cukup memberikan onformasi dan berita-berita yang faktual, selain itu 44% karyawan menganggap "Portal" mampu menyediakan informasi yang cukup aktual, sehingga 44% karyawan menyatakan bahwa media intranet ini mampu memenuhi kebutuhan informasi sesuai yang diinginkan oleh karyawan. Hubungan individu dengan media menunjukan keterikatan individu dalam mencari informasi-informasi tertentu dengan media tertentu.

Isi pesan atau isi informasi dalam komunikasi internal yang bersangkutan dengan organisasi tersebut menurut Arnie Muhammad, dapat diklasifikasikan menjadi empat fungsi, yaitu :

1. Pesan tugas

   Adalah pesan-pesan yang berkenaan dngan pelaksaan tugas-tugas oleh anggota organisasi. Pesan ini mencakup pemberian informasi kepada karywan untuk melakukan tugas secara efisien. Dengan kata lain pesan tugas dapat dikatakan pesan yang berhubungan dengan output system

yang diinginkan oleh perusahaan. Contohnya aktifitas pelatihan terhadap karyawan, orientasi bagi karyawan baru.

2. Pesan pemeliharaan

   Adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi. Lain halnya denga pesan tugas, pesan pemeliharaan berhubungan dengan pencapaian dari output. Contohnya prosedur, perintah, ketentuan, aturan, dan control yang diperlukan untuk mempermudah gerakan organisasi untuk mencapai output system.

3. Pesan kemanusiaan

   Pesan ini langsung diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka, kepuasan dan pemenuhan kebutuhan mereka. Pesan ini berkenaan dengan interpersonal, konsep diri, perasaan dan moral. Contohnya, penghargaan terhadap hasil yang dicapai oleh karyawan, penyelesaian konflik antar individu atau kelompok, aktifitas informal dan bimbingan.

4. Pesan pembaruan

   Pasan yang menjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Untuk itu, suatu organisasi membuat perencanaan baru, program baru, proyek baru, program-program baru dan saran-sarran mengenai produksi baru. Rencana ini misalnya disampaikan pada waktu pertemuan gubernur dengan segeneap unsure muspida, kunjungan gubernur ke daerah, dan

ada waktu pertemuan lainnya. Pesan yang disampaikan tersebut masuk ke dalam pesan pembaruan (Muhammad, 1995 : 101).

Isi media merupakan hasil kebijakan sesuia dengan kondisi dan kepentingan, terdiri dari pengategorian informasi berdasarkan substansi, fungsi, jenis realitas, sifat, lokasi kejadian dan format (Ashadi Siregar dan Rondang Pasaribu, 2000). Isi media berkaitan dengan kelengkapan dan kejelasan isi pesan yang disajikan. Sedangkan, hubungan individu dengan media menunjukkan keterkaitan individu dalam mencari informasi-informasi tertentu dengan media tertentu.

Dengan kemudahan mencari dan mendapatkan informasi, begitu juga dengan keberadaan intranet, karyawan tidak perlu susah payah untuk mendapatkan informasi tentang perusahaannya, intranet mampu memberikan informasi yang diinginkan dengan kemampuan yang dapat diakses kapanpun dan dimana saja.

Adapun fungsi dari intranet itu sendiri adalah suatu media penyampaian informasi dalam lingkup internal perusahaan. Pembenaran yang sering popular untuk pemasangan teknologi komunikasi baru adalah asumsi bahwa, sebagai hasil peningkatan yang diperkirakan dalam efesiensi dan produktivitas, suatu organisasi dapat menjadi lebih efisien (Pace dan Faules, 2000 : 241).

Pesan yang disampaikan dalam media ini, harus mampu memberikan berita yang aktual, dimana intranet sudah terpilih menjadi media internal yang bertujuan untuk memberikan informasi atau data secara faktual. Menurut definisinya, : fakta (bahasa latin : *Factus*) dalam istilah keilmuan adalah suatu hasil observasi yang

objektif dan dapat verifikasi. Fakta sering dianggap lawan teori, yang merupakan penjelasan logis (seringkali matematis) atau interpretasi fakta.

4.3.5 Intepretasi dan Pembahasan Tentang *Hambatan* Penggunaan Intranet PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya

Agar tercapai tujuan yang diharapkan, maka hambatan-hambatan yang ada dalam media ini tidak terlalu dirasakan oleh 54% orang karyawan yang menganggap tidak sulit dalam mengakses media "Portal", selain kesulitan dalam mengakses media ini yang dianggap sebagai hambatan, ada yang menjadi hambatan lain yaitu, kesadaran karyawan PT. Dirgantara Indonesia itu sendiri tentang kemampuan intranet "portal" untuk memberikan informasi.

Di dalam menggunakan atau mengakses intranet ini, seperti media-media massa lainnya pasti mengalami dan menemukan hambatan dalam mengaksesnya. Maka, untuk mencegah adanya hambatan tersebut, media intranet PT. DI Bandung menyajikan kemudahan-kemudahan dalam mengakses agar karyawan nyaman menggunakannya.

Tujuan kemudahan yang disediakan dalam mengakses intranet ini adalah agar karyawan aktif dan responsif untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan media ini dengan antar karyawan dari devisi ke devisi lain. Dengan adanya "portal" ini, diharapkan karyawan melakukan interaksi yang baik. Karena adanya beberapa karyawan yang mengalami kesulitan dalam mengakses "portal", karena mereka tidak tahu prosedur yang digunakan untuk mengaksesnya. Bahkan ada

juga karyawan yang tidak mengetahui keberadaan intranet ini, alasannya karena kurangnnya sosialisasi yang dilakukan oleh divisi pembuat “portal” itu sendiri.

Adapun penggunaan media intranet yang kurang maksimal oleh karyawan ini dapat menjadi hambatan. Karena dengan kata lain karyawan mengganggap tidak pentingnya media ini, sehingga pada akhirnya media ini tidak dipakai tidak digunakan sama sekali. Alasan lain yang dapat menjadi hambatan dalam penggunaan media ini adalah :

1. Penggunaan yang kurang maksimal dari karyawan untuk memanfaatkan intranet dalam memenuhi kebutuhan mereka akan informasi-informasi tentang perusahaannya.
2. Belum membudayanya penggunaan intranet sebagai sumber informasi yang bersifat *Daily Update*, hal ini bisa saja disebabkan oleh kurangnya pemahaman para karyawan mengenai teknologi intranet ini.
3. Administrator belum siap dalam menjalankan tugasnya untuk selalu meng-*update* informasi terbaru untuk karyawan, sehingga masih saja ada *folder’s departemen* yang sudah lama tidak diperbaharui. Atau, kurangnya sosialisasi dari administrator kepada karyawan tentang keberadaan intranet. Dengan demikian tidak dapat memberikan kepuasan bagi karyawan dalam pemenuhan kebutuhan informasinya.