BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. INTI mulai dikenal sebagai pabrik perakitan pesawat telepon radio transmisi di awal tahun 1970-an, kami membangun kemampuan sebagai produsen sentral telepon digital (STDI-INTI) di awal tahun 1980-an. Dengan STDI dan STDI-K, INTI berhasil melakukan digitalisasi seluruh system telekomunikasi di Indonesia

PT. INTI membangun keunggulan di bidang kontruksi, rekayasa, penelitian dan pengembangan serta menjadi yang terdepan dalam membangun jaringan Telekomunikasi baik jaringan tetap maupun bergerak. Memasang 60 persen jaringan system domestic atau lebih dari 5 juta satuan sambungan tetap, serta 2500 BTS *(Based Transceiver Station)* dan MSC *(Mobile Service switching Center)* sebanyak 4 juta satuan sambungan bergerak di Indonesia.

Mulai tahun 2000, PT. INTI membangun kemampuan di bidang teknologi informasi dan menjadi produsen perangkat multimedia baik untuk konsumen industri maupun ritel.

Saat ini, PT. INTI memfokuskan diri pada enam bidang layanan solusi yaitu : *System integrator;* Jasa *maintenance / managed service;* pengembangan PT. INTI *genuine product;* jasa seat *management* l *content development;* dan Telco *manufacturing*. Untuk bidang manufaktur ini secara

simultan PT. INTI akan membangun kembali fasilitas yang dimilikinya dan sekaligus memperkuat fasilitas yang dioperasikan anak perusahaannya, yaitu IPMS. Tahun 1974 PT. INTI berawal dari Laboratorium Penelitian dan Pengembangan Industri Bidang Pos dan Telekomunikasi (LPPI-POSTEL). Tahun 1984-1994 Masa Keemasan PT. INTI – Sukses melakukan digitalisasi telepon di seluruh Indonesia. Tahun 1994-2000 Melakukan transformasi bisnis manufaktur ke bisnis engineering (ISTI – Infocom Services and Technology Integration). Tahun 2000-2004. Mendirikan anak perusahaan dan usaha patungan yang berkaitan dengan *core business*-nya antara lain: bidang CPE, mekanik dan plastic dan bidang *swiching*, akses, dan transmisi. Tahun 2004-2008 Memantapkan langkah memasuki bisnis solusi *engineering*. Tahun 2008-Sekarang. Menghidupkan kembali lini manufaktur guna menopang keberkelanjutan perusahaan. Melahirkan produk-produk genuine seperti: Smart PBX, GPA, IPUMC, FFWS, i-PERISALAH, KWH Meter, IMO mobile phone, dan MSAN.

Berkantor pusat di Bandung, dengan jumlah karyawan 658 orang (Maret Tahun 2013), PT.INTI bergerak di bidang telekomunikasi selama beberapa decade sebagai pemasok utama pembangunan jaringan telepon nasional yang diselenggarakan oleh Telkom dan Indosat.

Melihat kecenderungan perkembangan teknologi telekomunikasi dan informatika yang menuju kovergensi. Saat ini PT.INTI telah melakukan perubahan mendasar ruang lingkup bisnis PT.INTI manufaktur menjadi penyedia jasa *engeneering solution*, khususnya sistem Infokom dan Integrasi

Teknologi, atau yang lebih dikenal dengan istilah ISTI (*Infokom System & Technology Intregation*).

Berbekal pengalaman dan kompetensi di bidang telekomunikasi lebih dari 30 tahun (didirikan pada tahun 1974), PT.INTI telah menggoreskan kebijakan-kebijakan organisasi yang mendukung perubahan orientasi bisnis dan budaya kerja perusahaan yang berkemampuan untuk bersaing di pasar.

3.1.2 Visi & Misi Perusahaan

3.1.2.1 Visi Perusahaan

"Menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan untuk mentransformasikan "MIMPI" menjadi "REALITA"

3.1.2.2 Misi Perusahaan

Focus bisnis tertuju pada peningkatan jasa *engineering* yang sesuai dengan spesifikasi dan permintaan konsumen; Memaksimalkan *value* (nilai) perusahaan serta mengupayakan *growth* (pertumbuhan) yang berkesinambungan; Berperan sebagai *prime mover* (penggerak utama) bangkitnya industry dalam negeri.

3.1.3 Logo dan Arti Lambang PT.INTI

Gambar 3.1

Logo PT.INTI terdiri dari serangkaian huruf visual yang dapat dibaca *(Logotype). Logotype* diolah sedemikian rupa dengan memperhatikan nilai

keseimbangan, simplicity, perbedaan yang khas (differentiation), mudah dibaca dan menyatu dalam konsep yang bercirikan keluwesan, dinamika dan modern.

Stilasi huruf N pada PT.INTI merupakan pengembangan dari ide kurval perubahan, bentuk kurva biru muda yang bermuara pada Lingkungan biru tua melambangkan konsep perubahan berkelanjutan *(Change For Sustainable Connectivity)*. Sesuai dengan visi PT.INTI untuk menjadi pilihan pertama bagi para pelanggan untuk mentrasformasikan "mimpi" menjadi "realita". Kurva baru menjual pengembangan PT.INTI yang lebih baik.

Logo menggunakan warna biru muda dan warna biru tua, mengambil inspirasi dari warna langit dan samudera yang dalam. Mencerminkan sifat dasar PT.INTI yang tenang namun past, penuh kepercayaan, mendalam, berkebudayaan, berilmu dan bertekhnologi tinggi.

Secara keseluruhan logo mencerminkan karakter yang luwes, dinamis, moderen dan inovatif. Kesederhanaan tampilan *(simplicity)* memberi kesan keramahan, transparasi dan kemudahan sesuai dengan perkembangan bidang informasi dan komunikasi yang senantiasa menuntut nilai tambah *(value)*, kreatifitas dan inovasi.

3.1.4 Sejarah Bagian / Divisi HUMAS

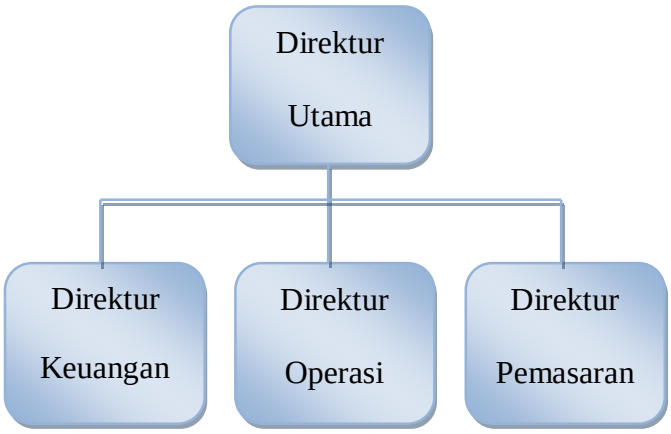
Pada Tahun 1974 Humas sudah ada sejak berdirinya PT Industri Telekomunikasi Indonesia (PERSERO) Tbk. Pada Tahun 2005 Humas bergabung dengan Administrasi Perusahaan. Pada Tahun 2006 Humas sudah tidak lagi bergabung dengan Administrasi Perusahaan melainkan sudah

berdiri sendiri. Pada Tahun 2012 Nama Humas berganti menjadi *Public Relations* atau biasa disingkat *Purel* nama ini berganti karena adanya engineering company, nama *Public Relations* digagas oleh mantan Direktur Corporate Service Tikno Sutisna yang saat ini menjabat sebagai Direktur Utama PT.INTI.

3.1.5 Struktur Perusahaan

Gambar 3.2

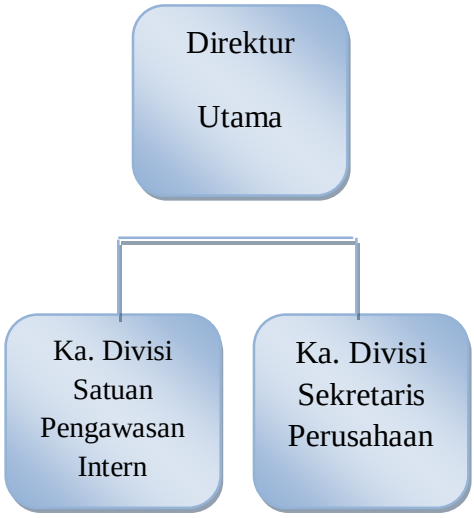
Struktur Organisasi Direktur Utama Membawahi Beberapa Direksi



Sumber : PT. Industri Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero)

Gambar 3.3

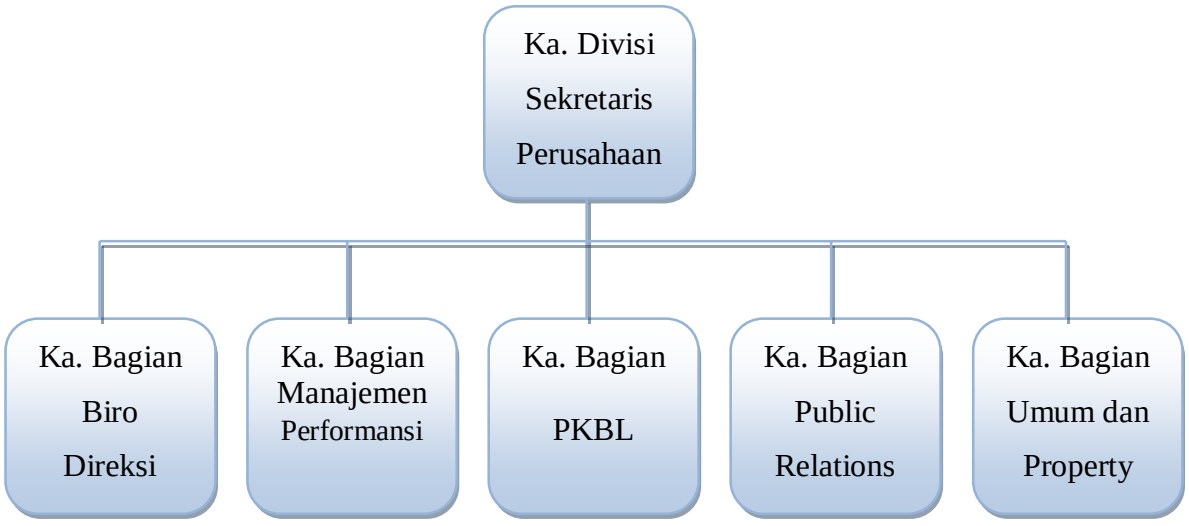
Struktur Organisasi Direktur Utama Membawahi Beberapa Ka. Divisi



Sumber : PT. Industri Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero)

Gambar 3.4

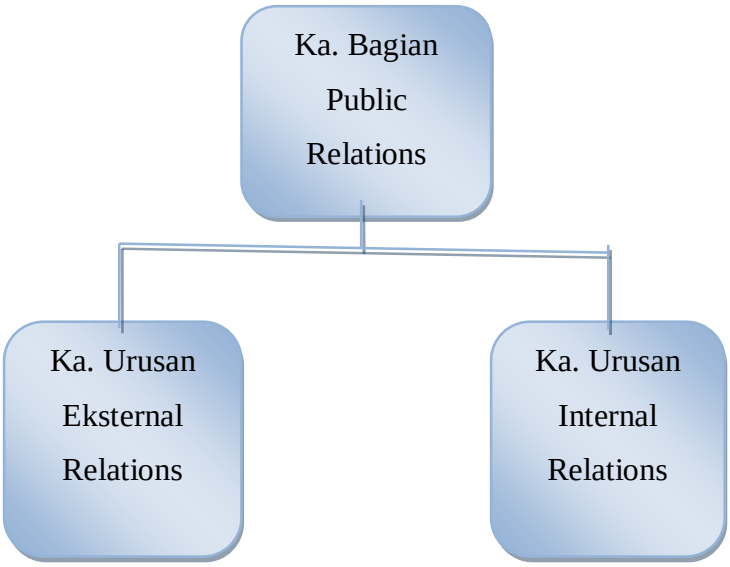
Struktur Organisasi dari Ka. Divisi Sekretaris Perusahaan



Sumber : PT. Industri Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero)

Gambar 3.5

Struktur Organisasi Bagian / Divisi Humas



Sumber : PT. Industri Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero)

3.1.6 JOB DESKRIPTIONS

a. Direktur Utama

Direktur utama mempunyai wewenang untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengkordinasikan pelaksanaan kegiatan direksi dalam pengelolaan perusahaan baik yang bersifat strategis maupun oprasional sesuai dengan fungsi direksi agar misi perusahaan dapat dicapai sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar dan keputusan-keputusan rapat umum pemegang saham.

b. Direktur Keuangan

Direktur Keuangan ini memiliki tugas dalam membantu direktur utama dalam mengatur administrasi dan keuangan, serta

pengelolaan keuangan dengan sistem akuntansi perusahaan berdasarkan kebijakan strategi perusahaan.

c. Direktur Pemasaran

Direktur pemasaran mempunyai wewenang untuk merencanakan pemasaran produk-produk yang dimiliki oleh PT. INTI (Persero). Yang kemudian dipromosikan kepada konsumen atau perusahaan-perusahaan yang telah bekerja sama dengan PT. INTI (Persero).

d. Direktur Operasi dan Teknik

Direktur oprasi dan teknik ini memiliki tugas untuk membuat strategi dan pengawasan yang mempunyai wewenang untuk membantu direktur dalam pengadaan penilaian atas pelaksanaan menejemen serta pengendaliannya pada setiap unit organisasi serta memberikan saran-saran perbaikan.

3.1.6.1 Divisi

1. Pembentukan divisi ditunjukan untuk mendukung kelancaran kegiatan bisnis SBU dengan menyusun kebijakan-kebijakan strategi sesuai dengan fungsinya yang menjadi acuan pelaksanaan kegiatan oprasional pada unit kerja lain.
2. Divisi yang dimaksud terdiri dari :
    a. Satuan Pengawasan Intern, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut:

1) Fungsi : Membantu direktur utamadan mengadakan penilaian atas pelaksanaan manajemen dari sistem pengendalian pada setiap unit organisasi serta memberikan saran-saran perbaikannya.
2) Tugas Pokok :
   a) Menyelenggarakan pemeriksaan oprasional dan melaksanakan evaluasi berdasarkan ketentuan atau peraturan yang berlaku atas seluruh kegiatan perusahaan.
   b) Menyelenggarakan pemeriksaan keuangan dan melaksanakan evaluasi atas seluruh pengelolaan keuangan perusahaan berdasarkan pada ketentuan atau peraturan yang berlaku.
   c) Memberikan saran atau rekomendasi kepada direktur utama dalam perbaikan sistem pengendalian manajemen, agar program perusahaan setiap tahun dapat mencapai kinerja yang ditetapkan.

a. Divisi SDM dan Umum, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :
   1) Fungsi : merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan serta mengembangkan sumber daya manusia dan organisasi berdasarkan kebijakan strategi perusahaan dan pengelolaan fasilitas sumber daya manusia dan organisasi berdasarkan

kebijakan strategis perusahaan dan pengelolaan fasilitas kerumah tanggaan kantor pusat.

2) Tugas pokok:

a) Membuat perencanaan kebutuhan SDM baik pada tingkat divisi korporasi maupun SBU bersama dengan unit yang bersangkutan.

b) Merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan rekruitmen serta seleksi untuk pemenuhan akan kebutuhan SDM.

c) Mengevaluasi dan mengembangkan sistem, penempatan karyawan, kompensasi atau penjabaran karir, sistem informasi personalia, dan sejahtera dan kesehatan.

d) menentukan kebutuhan pendidikan dan pelatihan karyawan serta merancang dan mengendalikan pelaksanaan program diklat untuk memenuhinya.

e) Melaksanakan kegiatan administrasi dan pelayanan berhubungan dengan karyawan.

f) Administrasi dari pengelolaan informasi kepegawaian, administrasi penggajian, serta pelayanan kesejahteraan dan penyediaan fasilitas.

g) Memantau dan mengevaluasi organisasi agar

adaptif terhadap kondisi dan pengembangan lingkungan usaha serta sesuai dengan arah dan tujuan perusahaan.

h) Menyelenggarakan kegiatan kerumahtanggaan kantor pusat dan keamanan lingkungan perusahaan.

c. Divisi Quality Assurance & P6, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan keandalan mutu fungsi prodiksi dan jasa yang dihasilkan perusahaan, untuk meningkatkan produktivitas perusahaan berdasarkan kebijakan strategis perusahaan

2) Tugas Pokok :

a) Mengkaji, mengembangkan, merencanakan dan merealisasikan pengendalian dan jaminan mutu diseluruh unit dilingkungan perusahaan sehingga spesifikasi produk, jasa, dan proses yang berkaitan dengan sistem mutu memenuhi persyaratan.

b) Menyusun dan mengevaluasi prosedur sistem oprasi untuk setiap unit kerja.

c) Menyusun dan mengintegrasikan program peningkatan dan pengembangan produktivitas perusahaan melalui pengukuran, perencanaan,

peningkatan dan pengembangan produktivitas prestasi perusahaaan.

d) Menyusun dan mengevaluasi kebijakan umum kesehatan dan keselamatan kerja dan lingkungan hidup (K3LH)

d. Divisi Keuangan, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi : merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pengelolaan keuangan serta sistem akuntansi perusahaan berdasarkan kebijakan strategi perusahaan.
2) Tugas pokok :
    a) Melaksanakan pencarian sumber dana, penerimaan dana, penempatan dana serta penggunaan dana sesuai dengan kebijakan keuangan yang telah digariskan.
    b) Melaksanakan kegiatan-kegiatan pengangguran, penyimpanan kekayaan dan keuangan perusahaan, permodalan, perpajakan serta asuransi.
    c) Mengkonsolidasikan sistem akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.

e. Divisi Penelitian dan Pengembangan, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan penelitian dan pengembangan produk. yang sesuai dengan pengembangan teknologi dan bisnis berdasarkan kebijakan strategi perusahaan.
2) Tugas pokok :
    a) Melakukan usaha-usaha untuk menjabarkan produk telekomunikasi baik produk sentral, terminal, transmisi maupun produk-produk lainnya secara efektif dan efisien.
    b) Melakukan analisis dan studi mendalam tentang sistem telekomunikasi dan perkembangannya dalam menentukan peluang bisnis.
    c) Memimpin pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan dan pembuatan kualifikasi komponen untuk usaha multi sourching.
    d) Memberikan bantuan teknis kepada fungsi produksi dalam membuat produk yang dikembangkan

f. Rekayasa Sistem, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi merencanakan, meleksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan rekayasa sistem yang

sesuai dengan perkembangan teknologi dan bisnis berdasarkan kebijakan strategis perusahaan.

2) Tugas pokok :

a) Melakukan analisis dan studi mendalam tentang rekayasa sistem telekomunikasi dan perkembangannya dalam menentukan peluang bisnis.

b) Memimpin pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan dan pembuatan kualifikasi komponen untuk usaha multi sourching.

c) Memberikan bantuan teknis kepada fungsi produksi dalam membuat produk yang dikembangkan.

g. Divisi Sekertariat Perusahaan, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan sekertariat perusahaan.

2) Tugas pokok :

a) Melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kesekretariatan seperti hukum, hubungan masyarakat, administrasi perusahaan secara efektif dan efisien.

b) Melakukan pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan.

h. Divisi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan pembinaan usaha kecil dan koperasi.
2) Tugas pokok :
   a) Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pembinaan seperti penyediaan dana, pelatihan dan promosi usaha.
   b) Melakukan pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan.
3) Dalam menjalankan kegiatan divisi dilengkapi dengan unit organisasi pendukung yang merupakan penjabaran dari fungsi utama yang dipunyai oleh divisi yang bersangkutan, terdiri dari:
   a) Bagian dengan jumlah maksimal 5 (lima) bagian
   b) Urusan dengan jumlah maksimal 4 (empat) urusan
4) Divisi dapat dibantu oleh tenaga fungsional sesuai dengan bidang dan keahlian yang dibutuhkan.

3.1.7 Jumlah Karyawan

Tabel 3.1

No	NAMA DIVISI	JUMLAH
1	Divisi.Sekper	52
2	Divisi.SDM	97
3	Divisi.ACC Celco	15
4	Divisi.ACC PE	15
5	Divisi.ACC Telco	10
6	Divisi.Bang Prod	18
7	Div.Daan dan Log	47
8	Div.Dir Pemasaran	3
9	Div.Dir Operasi	1
10	Div.Dir Utama	22
11	Div.Dir Keuangan	1
12	Div.Hukum dan PAT	10
13	Div.KUG	35
14	Div. Operasi Celco, Produksi dan Purnajual	124
15	Div.OPS Jual	21
16	div. pelolosan dsn penjuslsn ksbel proyek TITO	20
17	div. pembangunan dan migrasi proyek TITO	68
18	div. perencanaan dan dukungan proyek TITO	24
19	div. SE	22

20	div. sistekfo	20
21	div. SPI	11
22	div. TAN	22
23	Total	658

Sumber : Perpustakaan PT.INTI Tbk

3.1.8 Tinjauan Tentang "*Jaring*"

Website yang dimiliki oleh PT. INTI terdiri dari *Website Eksternal* dan *Website Internal* dimana *Website Eksternal* bisa diakses oleh seluruh lapisan Masyarakat yang beralamat di www.inti.co.id yang dipegang langsung oleh *Public Relations Eksternal* PT.INTI dan *Website Internal* yang beralamat di www.jaring.inti.net dimana *Website* ini hanya bisa diakses diwilayah PT. INTI saja. Dan hanya bisa diakses oleh Karyawan PT. INTI saja. Karena didalamnya berisi tentang Berita seputaran PT. INTI.

PT. INTI adalah sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi dan informasi dan menggunakan *Cyber Public Relations Website* yang kemudian diberi nama "*jaring*". "*Jaring*" merupakan sebuah media internal yang berada di perusahaan tersebut. "*Jaring*" sendiri sudah ada sejak tahun 1998, namun penggunaan dari pada media internal ini belum bisa dimaksimalkan sehingga kebanyakan yang ada di dalamnya hanya berupa informasi tentang perusahaan yang hanya menjelaskan profil dari perusahaan,

tujuan perusahaan, serta kemajuan perusahaan perbulannya (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Lambat laun, hal itu lalu kemudian disempurnakan dengan beberapa penambahan link-link dimana bukan hanya profil dari perusahaan semata, melainkan beberapa link tambahan yang mensupport penggunaannya untuk kemudian melakukan pencarian sebuah informasi dan mengetahui infomasi terbaru dari perusahaan tersebut. Hingga akhirnya, terjadilah perombakan besar-besaran terhadap *"jaring"*. Tahun 2004, sudah mulai diberlakukan penggunaan password sebagai jalan untuk menjelajah media ini. (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Penggunaan password ini dimaksudkan agar tidak semua orang bisa mengakses dan menjelajah setiap bagian dari media ini. Dengan berlakunya aturan ini, maka sudah otomatis apabila ada orang yang berkunjung ke PT. INTI (Persero) lantas kemudian tidak bisa mengakses media ini. Hanya direksi dan karyawanlah yang mempunyai akses penuh terhadap penggunaan *password* saja sebagai jalan untuk mengakses media ini. Pada tahun ini kemudia diberlakukannya penggunaan *username* dan *password* yang dimaksudkan untuk lebih memantau seluruh direksi dan karyawan PT. INTI (Persero). Yang melakukan akses melalui media ini. Tahun berganti dan kemajuan teknologi informasi pun semakin pesat, hingga akhirnya pada tahun 2011 akhir, *"jaring"* melakukan penambahan link-link baru, diantaranya yaitu : **Website PT.INTI (Persero), SAP *(System, Application and Product)* Info,**

INTI@BUMN, dan Kliping Koran. (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Adanya media internal ini juga tidak lepas dari pengawasan ketat yang dilakukan sebuah divisi Sistekfo (Sistem Teknologi Informasi) yang ada du PT. INTI (Persero). Dengan pengawasan ketat dari Sistekfo itu, maka setiap pengakses akan merasa lebih nyaman dan aman dalam menjelajah *"jaring"*. Sistekfo berperan penuh dalam memfilter setiap yang mengakses *"jaring"*. Posisi Sistekfo disini adalah sebagai *filter* bagi pengakses yang akan membuka *"jaring"*. (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Divisi Umum *Public Relations* PT. INTI (Persero). Juga selalu menggunakan link yang diberi nama **Kliping Koran.** Penggunaan link ini ditujukan untuk memposting seluruh berita di koran lalu kemudia di klipingkan setelah proses itu selesai, lalu kemudia untuk melakukan sebuah postingan berita yang telah dikliping, Divisi *Public Relations* ini lantas menggunakan link **Kliping Koran** agar berita yang ada di koran terutama yang berkaitan dengan persahaan dapat langsung diketahui oleh para pengakses *"jaring"***.** (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Apabila menilik dari beberapa paragraf diatas, sudah jelas bahwa sasaran utama dari pembuatan media internal ini adalah seluruh direksi dan karyawan yang bekerja di PT. INTI (Persero). Oleh karena itu penggunaan media internal ini adalah selain hanya bisa diakses oleh seluruh direksi dan karyawan PT. INTI (Persero), juga media ini tidak bisa diakses diluar perusahaan. Artinya media ini bersifat sebagai intranet saja. Maksud dari pada

intranet sendiri adalah hanya bisa diakses apabila direksi dan karyawan berada di lingkungan PT.INTI saja. (Sumber : *Public Relations* PT. INTI (Persero).

Berbicara tentang hambatan, banyak sekali hambatan yang dilalui sebelum proses realisasinya media internal ini. Salah satu hambatan utamanya adalah tidak semua orang ingin mengakses dan mengetahui berbagai macam informasi yang ada di *"jaring"* ini. Dengan alasan tersebut, maka dibuatlah sebuah kebijakan yang mengharuskan seluruh direksi dan karyawan PT. INTI (Persero) ini untuk mengakses, mencari serta mengetahui informasi yang ada di *"jaring"*. Dengan adanya kebijakan tersebut, maka hambatan yang ada tadi bisa diatasi. Maka kemudian tercetuslah ide untuk membuat sebuah media internal yang bertujuan agar direksi dan karyawan PT.INTI (Persero) bisa mengetahui dan setidaknya mereka melihat berita terbaru tentang perusahaan yang sedang hangat-hangatnya dibicarakan. (Sumber : *Public Relations* PT.INTI (Persero). Dibawah ini merupakan contoh-contoh Isi berita **Kliping Koran** dalam *Cyber Public Relations Internal "Jaring" :*

Gambar 3.6

Berita *Hot News*

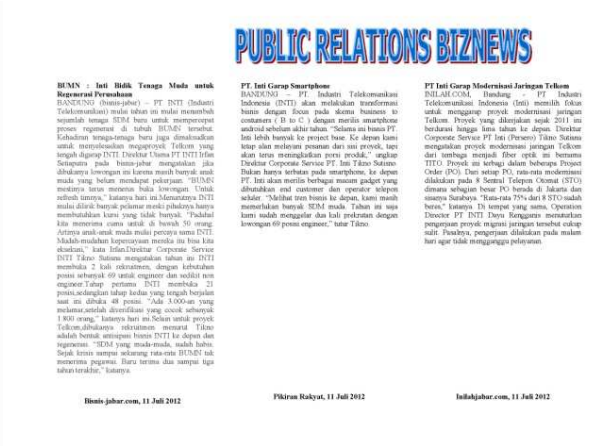


Sumber : Public Relations Internal PT.INTI 2013

Dimana Hot news ini merupakan berita tentang seputaran INTI. Yang bersumber dari media koran maupun media internet dan dibuat Kliping seperti gambar diatas lalu di tempel di kertas khusus yang bertuliskan “Hot news” sebelum di scan dan di *upload* di *“jaring”*.

Gambar 3.7

Public Relations BIZNEWS


PUBLIC RELATIONS BIZNEWS

BUMN : Inti Bidik Tenaga Muda untuk Regenerasi Perusahaan

BANDUNG (bisnis-jabar) -- PT INTI (Industri Telekomunikasi) mulai tahun ini mulai menambah sejumlah tenaga SDM baru untuk mempercepat proses regenerasi di tubuh BUMN tersebut. Kehadiran tenaga-tenaga baru juga dimaksudkan untuk menyelesaikan megaproyek Telkom yang tengah digarap INTI. Direktur Utama PT INTI Irfan Setiapatra pada bisnis-jabar mengatakan jika dibukanya lowongan ini karena masih banyak anak muda yang belum mendapat pekerjaan. "BUMN meskinya terus menerus buka lowongan. Untuk refresh lintmya," katanya hari ini.Menurutnya INTI mulai dilirik banyak pelamar meski pihaknya hanya membutuhkan kursi yang tidak banyak. "Padahal kita menerima cuma untuk di bawah 50 orang. Artinya anak-anak muda mulai percaya sama INTI. Mudah-mudahan kepercayaan mereka itu bisa kita eksekusi," kata Irfan.Direktur Corporate Service INTI Tikno Sutisna mengatakan tahun ini INTI membuka 2 kali rekruitmen, dengan kebutuhan posisi sebanyak 69 untuk engineer dan sedikit non engineer.Tahap pertama INTI membuka 21 posisi,sedangkan tahap kedua yang tengah berjalan saat ini dibuka 48 posisi. "Ada 3.000-an yang melamar,setelah diverifikasi yang cocok sebanyak 1.800 orang," lantanya hari ini.Selain untuk proyek Telkom,dibukanya rekruitmen menurut Tikno adalah bentuk antisipasi bisnis INTI ke depan dan regenerasi. "SDM yang muda-muda, sudah habis. Sejak lemin sampai sekarang rata-rata BUMN tak menerima pegawai. Baru terima dua sampai tiga tahun terakhir," katanya.

Bisnis-jabar.com, 11 Juli 2012

PT. Inti Garap Smartphone

BANDUNG -- PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) akan melakukan transformasi bisnis dengan focus pada skema business to costumers (B to C) dengan merilis smartphone android sebelum akhir tahun. "Selama ini bisnis PT. Inti lebih banyak ke project base. Ke depan kami tetap akan melayani pesanan dari sisi proyek, tapi akan terus meningkatkan porsi produk," ungkap Direktur Corporate Service PT. Inti Tikno Sutisno Dalam hanya terbatas pada smartphone, ke depan PT. Inti akan merilis berbagai macam gadget yang dibutuhkan end customer dan operator telepon seluler. "Melihat tren bisnis ke depan, kami masih memerlukan banyak SDM muda. Tahun ini saja kami sudah menggelar dua kali prekrutan dengan lowongan 69 posisi engineer," tutur Tikno.

Pikiran Rakyat, 11 Juli 2012

PT Inti Garap Modernisasi Jaringan Telkom

INILAH.COM, Bandung - PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Inti) memilih fokus untuk menggarap proyek modernisasi jaringan Telkom. Proyek yang dikerjakan sejak 2011 ini berbasis bisnis lima tahun ke depan. Direktur Corporate Service PT Inti (Persero) Tikno Sutisna mengatakan proyek modernisasi jaringan Telkom dari tembaga menjadi fiber optik ini bernama TITO. Proyek ini terbagi dalam beberapa Project Order (PO). Dari setiap PO, rata-rata modernisasi dilakukan pada 8 Sentral Telepon Otomat (STO) dimana sebagian besar PO berada di Jakarta dan sisanya Surabaya. "Rata-rata 75% dari 8 STO sudah baru," lantanya. Di tempat yang sama, Operation Director PT INTI Dayu Renggaris menuturkan pengerjaan proyek migrasi jaringan tersebut cukup sulit. Pasalnya, pengerjaan dilakukan pada malam hari agar tidak menggangga pelayanan.

Inilahjabar.com, 11 Juli 2012

Sumber : Public Relations Internal PT.INTI 2013

Public Relations BIZNEWS merupakan ringkasan / kumpulan berita setiap harinya. Berita yang masuk setiap harinya dipilah lalu diambil 3 terbaik / yang menarik, dan disimpulkan seperti gambar diatas, sebelum di *upload* ke *“Jaring”*.

Gambar 3.8

Contoh Surat Atasan Kepada Karyawan / Karyawati INTI



Sumber : www.jaring.inti.net, 2013

Surat keputusan / pengumuman dari atasan kebawahan di *share* di *website internal "jaring"*. Jadi bagi para karyawan yang ingin mengetahui berita ter*update* seputaran PT. INTI akan mendapatkan di *website internal "jaring"*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal. Sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan.

Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2012:2).

3.2.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya. Pendekatan kualitatif cenderung mengarah pada penelitian yang bersifat naturalistic atau *naturalistic inquiry* dan etnografi dalam antropologi kognitif (Mulyana, 2003). Menurut Denzin dan Lincoln (Meleong, 2007:5). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki keunikan tersendiri sehingga berbeda dengan penelitian kuantitatif.

Desain Penelitian yang dilakukan peneliti yaitu Metode Deskriptif, dimana peneliti setelah melakukan wawancara lalu mencoba menganalisis melalui analisis deskriptif yang disajikan dalam bentuk kualitatif dari bahan wawancara. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperuas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan

eksperimental. Mereka menyebut metode yang "melulu" deskriptif sebagai penelitian survey (Isaac dan Michael, 1981 : 46) atau penelitian observasional (Wood, 1977 : 29).

Disini mengapa peneliti menggunakan pendekatan / tipe penelitian kualitatif, karena peneliti ingin menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati khususnya mengenai Penggunaan *Website Internal "Jaring"* PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung dalam penyampaian informasi di kalangan karyawannya.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data penelitian ini ada dua yaitu Studi Pustaka dan Studi Lapangan sebagai berikut :

3.2.2.1 Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data dengan membaca buku-buku mengkaji literatur, karya-karya yang memuat informasi ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini. Suatu literatur menjadi dokumen kajian menurut Green (1995) karena memiliki kriteria yang relevan dengan fokus kajian, yang dimaksud relevan adalah sesuatu sifat yang terdapat pada dokumen yang dapat membantu pengarang dalam memecahkan kebutuhan akan informasi. Dokumen dinilai relevan bila dokumen tersebut mempunyai topik yang sama, atau berhubungan dengan subjek yang diteliti. Adapun

selain dari buku-buku teknik pengumpulan Data dalam Studi pustaka bisa dilakukan dengan *Internet Searching* dibawah ini :

1. Internet Searching

Menurut Lani Sidharta (1996) : walaupun secara fisik Internet adalah interkoneksi antar jaringan komputer namun secara umum Internet harus dipandang sebagai sumber daya informasi. Isi Internet adalah informasi, dapat dibayangkan sebagai suatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan Internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di Internet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya.

3.2.2.2 Studi Lapangan

1. Wawancara Mendalam

Wawancara yang mendalam adalah Tanya jawab yang terbuka untuk memperoleh data tentang maksud hati partisipan, bagaimana menggambarkan dunia mereka dan bagaimana mereka menjelaskan atau menyatakan perasaannya tentang kejadian-kejadian penting dalam hidupnya. (Mc Millan dan Schumacher 2001:443).

Dengan demikian wawancara mendalam *(in-depth interview)* adalah suatu proses mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara dialog antara peneliti

sebagai pewawancara dengan informan atau yang memberi informasi dalam konteks observasi partisipasi. Wawancara ini dimaksudkan untuk memverikasikan, mengubah dan memperluas pemikiran yang dikembangkan peneliti sebagai pengumpulan data. Wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah dikualifikasi, digolongkan, dan diklasifikasikan, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada Kepala Urusan *Public Relations Internal* INTI Bandung, serta Karyawan yang terlibat sebagai sumber informasi penelitian. (Satori : 2009 :130)

2. Observasi Partisipatoris

Teknik pengumpulan data selanjutnya yaitu observasi dimana Syaodih N (2006:220). Mengatakan bahwa, observasi *(observation)* atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Dalam Observasi Partisipatoris, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang

dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Dalam suatu perusahaan atau organisasi pemerintah misalnya, peneliti dapat berperan sebagai karyawan, ia dapat mengamati bagaimana perilaku karyawan dalam bekerja, bagaimana semangat kerjanya. Bagaimana hubungan satu karyawan dengan karyawan lain, hubungan karyawan dengan supervisor dan pimpinan, keluhan dalam melaksanakan pekerjaan dan lain-lain (Sugiono, 2012 : 145)

Peneliti melakukan observasi partisipatoris yaitu di Divisi Sekretaris Perusahaan Bagian *Public Relations Internal* PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung, yang beralamat di Gedung Kantor Pusat (GKP) PT. INTI Lt 2. Jl. Moch. Toha No 77 Bandung. Telp (022) 5201501 Fax : 62 22 520099 – 5202444.

Peneliti mengambil *Public Relations Internal* karena peneliti beranggapan bahwa Humas PT.INTI sudah *state of being* atau sudah berlembaga terlihat dari perubahan media *relations* yang digunakan. Dari mulai media konvensional seperti Majalah, Buletin. Hingga *Cyber Public Relations* yang digunakan yaitu *Websit Iinternal "jaring"*.

Perlunya observasi dalam penelitian kualitatif, yaitu :

1. Perilaku responden secara alami sesungguhnya adalah manifestasi kode dan aturan dalam suatu budaya, bukan sekedar rutinitas kultural. Ini cenderung dianggap biasa-biasa saja terutama oleh anggota masyarakatnya sendiri. Mereka baru sadar akan kode dan aturan itu manakala dihadapkan pada peneliti dari luar budayanya sendiri.
2. Tugas peneliti kualitatif adalah mengeksplisitkan aturan dank ode itu sesuai dengan konteks keterjadian tingkah laku dalam persepsi emik para responden.
3. Budaya adalah pengetahuan dan pengalaman kolektif para anggotanya. Untuk berfungsi maksimal dalam suatu budaya, setiap anggota masyarakat harus mempraktikan rutinitas budayanya sesuai dengan aturan-aturan tadi. Misalnya dalam budaya akademik Amerika, rutinitas itu antara lain empat hal, yaitu : presentasi di depan kelas, diskusi kelompok, partisipasi kelas, dan berkonsultasi.

> Dalam konteks penelitian kualitatif, observasi tidak untuk *menguji* kebenaran tetapi untuk mengetahui kebenaran yang berhubungan dengan aspek/kategori sebagai aspek studi yang dikembangkan peneliti. Observasi ialah kunjungan ke tempat kegiatan secara langsung, sehingga semua kegiatan objek, serta kondisi dapat dilihat secara nyata. Semua kegiatan, objek, serta kondisi penunjang yang ada dapat diamati dan dicatat. Setiap orang, dapat melakukan pengamatan dan mengadakan pengamatan sepanjang hidup kita. Namun, untuk keperluan penelitian pengamatan itu harus dilatih agar dapat melihat dan mengumpulkan data yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kegiatan mengobservasi bukan kegiatan yang mudah, karena mengandung hal-hal yang pelik. (Satori, 2009:107)

3. Dokumentasi

Dengan teknik pengumpulan data dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber yang tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni dan karya pikir. Teknik dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan

wawancara. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Hasil observasi atau wawancara akan lebih kredibel / dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen yang terkait dengan fokus penelitian. (Satori, 2009:148)

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Meleong 2007 : 132). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* termasuk satu dari beberapa jenis pengambilan sampel nonprobabilitas, karena peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian. (Mulyana, 2008:187). Pengambilan informan dari penelitian ini berjumlah lima orang. Dua diantaranya merupakan informan kunci yang diambil dari Divisi *Public Relations Internal*.

Peneliti mengambil dua informan kunci pada Divisi *Public Relations Internal* sendiri karena informan yang bersangkutan yang mengetahui seluk beluk *web internal "jaring"* yaitu Ibu Niknik Siti Maryam sebagai Kepala Urusan *Public Relations Internal*, karena beliau setiap harinya bertanggung jawab mengelola *web internal "jaring"* dan Ibu Dwi Dianti Salamah

sebagai Karyawan Divisi *Public Relations Internal* yang membantu mengelola *web internal "jaring"*.

Untuk informan pendukung, peneliti mengambil diantaranya tiga informan pendukung, peneliti mengambil diantaranya yaitu tiga orang Karyawan. Karyawan ini yang sering mengakses *web internal "jaring"* tersebut terdiri dari Karyawan Managemen SDM, Karyawan Hukum dan PAT, dan Karyawan Pemasaran. Untuk keterangan lebih lanjut dan jelas dapat dilihat pada tabel informan kunci dan informan pendukung dibawah ini :

Tabel 3.2

Informan Kunci

No	Nama	Keterangan
1	Niknik Siti Maryam	Kepala Urusan *Public Relations Internal*
2	Dwi Dianti Salamah	Staf *Public Relations Internal*

Sumber : Data Penelitian 2013

Tabel 3.3

Informan Pendukung

No	Nama	Keterangan
1	Kasnanta	Karyawan Managemen SDM

2	Hendrix Lesmana	Karyawan Hukum dan PAT
3	Pandit	Karyawan Pemasaran

Sumber : Data Penelitian 2013

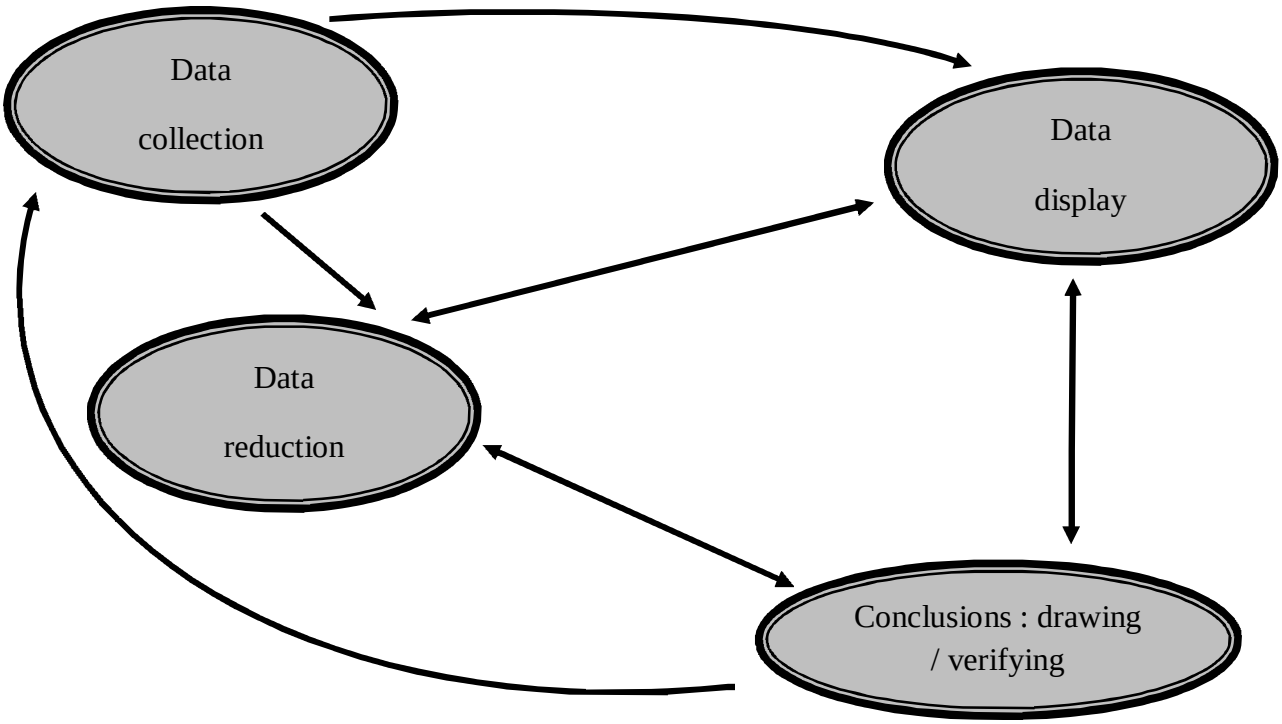
3.2.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Dibawah ini merupakan siklus komponen-komponen analisis kualitatif menurut Miles and Huberman (1984) :

Gambar 3.9

Komponen-komponen Analisis Kualitatif



Sumber : Sugiono (2005:247)

Dari penggambaran diatas bahwa komponen-komponen Analisis Kualitatif ada 4 pengelompokan yaitu :

1. **Pengumpulan data *(Data collection),*** data yang dikelompokan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian. Peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, dari mulai data *kafe gaul*, *jual, beli, tukar, cari*, grafik penilaian yang mengakses jaring, tutorial peng*upload*.an kliping Koran.

2. **Reduksi data *(Data Reduction),*** menurut Miles dan Huberman (1984) data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dianggap asing, tidak dikenal, belum memiliki pola. Justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Setelah melakukan penelitian ke lapangan. Peneliti mendapatkan data yang asing dan tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh para informan, yaitu grafik penilaian yang mengakses jaring.

3. **Penyajian Data *(Data Display),*** setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah data teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain data teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart.* Selain data teks yang bersifat naratif peneliti pun menggunakan model gambar yang sudah diaplikasikan.
4. **Penarikan kesimpulan *(Conclution Drawing / Verification)***

   Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan vertifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan

demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan pada penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Setelah melakukan Pengumpulan data *(Data collection)*, Reduksi data *(Data Reduction)*, Penyajian Data *(Data Display)*, peneliti pun menarik kesimpulan..

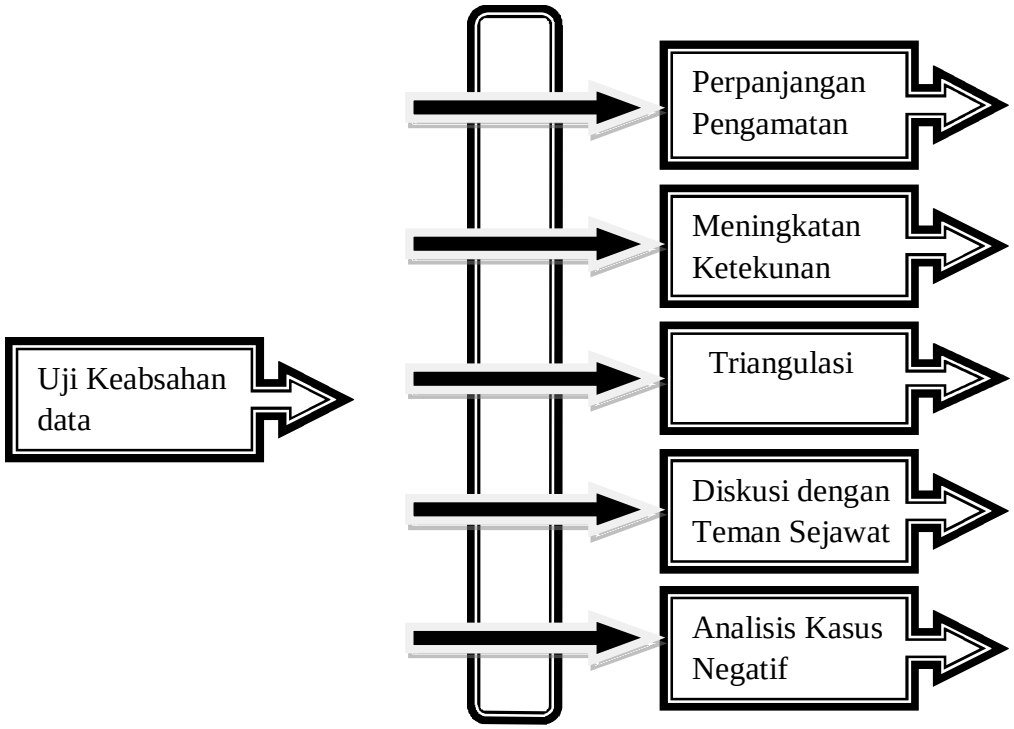
3.2.5 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan absah atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya dilapangan. Menurut Sugiono (2005:270) cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan

dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, dan analisis kasus negative. Seperti yang digambarkan dibawah ini :

Gambar 3.10

Uji Keabsahan data dalam Penelitian Kualitatif



Sumber : Sugiono (2005:270)

A. Perpanjangan Pengamatan *(Prolonged engagement)*

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin terbentuk *rapport*, semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Bila telah

terbentuk raport, maka telah terjadi kewajaran dalam penelitian. Dimana kehadiran peneliti tidak lagi mengganggu perilaku yang dipelajari. (Sugiyono, 2012:270)

B. Meningkatkan Ketekunan *(Persistent observation)*

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak. (Sugiyono, 2012:272)

C. Triangulasi. *(Peer Debriefing)*

Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara megecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiono, 2012:273).

D. Diskusi dengan teman sejawat. *(Peer Debriefing)*

Jika penelitian itu dilakukan oleh tim, peneliti dapat mendiskusikan hasil temuan sementaranya dengan teman sejawat peneliti. Atau dapat dilakukan dalam suatu moment pertemuan sumber data lalu dilakukan diskusi untuk mendapatkan data yang benar-benar teruji. Meleong (2006:334) mengungkapkan bahwa diskusi dengan teman sejawat akan menghasilkan : (1) pandangan kritis terhadap hasil penelitian, (2) temuan teori substantive, (3) membantu mengembangkan langkah berikutnya, (4) pandangan lain sebagai pembanding. (Satori, 2009:172)

E. Analisis Kasus Negatif

Kasus negatif adalah kasus yang tidak sesuai atau berbeda dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu. Mengapa dengan analisis kasus negatif akan dapat meningkatkan kredibilitas data? Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya. Tetapi jika peneliti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan merubah temuannya. Hal ini sangat tergantung seberapa besar kasus negatif yang muncul tersebut. (Sugiono, 2012 : 275)

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Divisi Umum *Public Relations Internal* PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung, yang beralamat di Gedung Kantor Pusat (GKP) PT. INTI Lt 2 Jl. Moch. Toha No 77 Bandung. Tlp (022) 5201501 Fax : 62 22 520099. 5202444.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan Peneliti dimulai pada bulan Februari 2013 sampai bulan Juli 2013, mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga penyelesaian dengan perincian waktu yang dijelaskan pada tabel 3.4 dibawah ini :

Tabel Penelitian

Tabel 3.4

No	Kegiatan	Bulan																							
		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	Pengajuan Judul																								
2	Penulisan Bab 1																								
	Bimbingan																								
3	Penulisan Bab II																								
	Bimbingan																								
4	Pengumpulan Data Lapangan																								
5	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								
6	Seminar UP																								
7	Penulisan BAB IV																								
	Bimbingan																								
8	Penulisan BAB V																								
	Bimbingan																								
9	Penyusunan Keseluruhan Draft																								
10	Sidang Skripsi																								