EFEKTIVITAS MAJALAH DINDING "INFO KARYAWAN" OLEH HUMAS PT DIRGANTARA INDONESIA BANDUNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWANNYA

(Studi Survey Deskriptif Efektivitas Majalah Dinding "Info Karyawan" Oleh Humas Pt Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawannya)

SKRIPSI

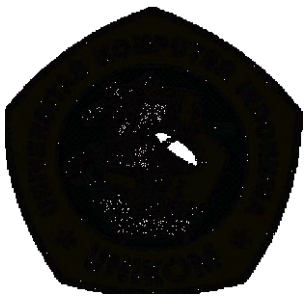
Diajukan Untuk Menempuh Ujian Gelar (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh :

Yoni Bayu Putri

NIM : 41810066



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2014

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF WALL MAGAZINE "EMPLOYEE INFORMATION" BY PT. DIRGANTARA INDONESIA BANDUNG PR TO FULFILL INFORMATION NEED OF THEIR EMPLOYERS

YONI BAYU PUTRI

STUDENT ID: 41810066

Supervised by
SANGRA JULIANO P, M.IKom

This research is intended to *reveal the effectiveness of "employee information" on wall magazine in PT. Dirgantara Indonesia bandung Public Realtion Division in fulfilling the employees' needs of information. Indicator credibility, messages content, and the intensity are used to measure the* ***effectiveness of wall magazine*** *(x variable). This research also used the indicator of cognitive, affective, personal integration, social integration, and imaginary needs to measure the* ***needs of information*** *fulfillment (Y).*

Quantitative approach *is used in this research, which is a survey method with descriptive analytical technic, interview, questionnaire as data collection, internet searching and literature study. The population of this research was the employee of PT. Dirgantara Indonesia Bandung. Proportionate random sampling with ninety nine samples was used in this research. Analysis technic was conducted by using SPSS 20 to measure the statistical.*

The results *show that the variables mentioned above influenced the needs of information. The influence of credibility (43.16%), the influence of message content (44.62%), the influence of intensity (28.19%). Meanwhile, the variable y is influenced by the effectiveness. the cognitive need (19.78%), the affective needs (73.1%), personal integration (34.22%), social integration (48.44%), imaginary needs (42.9%). Thus, the effectiveness influenced the employee's needs of information as (62.57%).*

Conclusion *: the effectiveness of wall magazine as information fulfillment is valid, good, unidirectional and significant.*

Suggestion *: it will be better for public relation of PT.Dirgantara Indonesia for holding the writing training in order to improve the ability in delivering information to empleyees.*

Keyword *: the effectiveness of wall magazine, employee's needs of information.*

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan baik verbal maupun non verbal, yang dikirim dari satu orang ke orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pandapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui nonverbal. Sehingga dalam sebuah perusahaan dibutuhkan bagian yang bertugas untuk mengolah informasi yang akan disampaikan kepada publiknya baik public internal maupun publik eksternal.

Tujuan Humas adalah untuk membina komunikasi yang timbal balik sehingga terbina hubungan yang harmonis dengan publik intenal dan publik eksternal. Media Humas dibagi menjadi dua yaitu media internal dan media external. Media internal adalah publikasi menggunakan media secara khusus di buat oleh organisasi untuk kalangan lingkungan dalam (internal). Media ini biasanya memiliki format sebagai majalah, majalah dinding (mading), bulletin, tabloid, news letter dan lainnya. Media eksternal biasa nya berupa billboard, pameran, iklan, pamphlet, sales promotion, open house dan lainnya.

Dari uraian diatas maka dapat kita lihat bahwa setiap perusahaan akan selalu me nyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh setiap karyawannnya seperti yang dilakuk an oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia yang menyampaikan informasi kepada karya wannya melalui media mading "info karyawan" yang membantu memberikan berita-be rita kepada karyawan PT Dirgantara Indonesia dan agar tidak adanya kesimpangsiuran berita.

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu :

"Sejauhmana Efektivitas mading "info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya?

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana **Kredibilitas** Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung melalui majalah dinding **"**info karyawan" Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya?
2. Sejauhmana **isi pesan** majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya?
3. Sejauhmana **intensitas** majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Karyawannya?
4. Sejauhmana efektivitas majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan kognitif** bagi karyawannya?
5. Sejauhmana efektivitas majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan afektif** bagi karyawannya?
6. Sejauhmana efektivitas majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan integrasi personal** bagi karyawannya?
7. Sejauhmana efektivitas majalah dinding**"** info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan integrasi sosial** bagi karyawannya?
8. Sejauhmana efektivitas majalah dinding **"**info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan berkhayal** bagi karyawannya?
9. Sejauhmana **efektivitas** majalah dinding "info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap Pemenuhan **kebutuhan** informasi bagi karyawannya?

1.3 Metode Penelitian

Metodologi (pendekatan) yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan metode yang digunakan adalah metode *survey* dengan dengan teknik analisi s deskriptif. Metode penelitian *survey* dengan teknik analisis deskriptif yaitu suatu met ode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedan g berlaku pada saat ini atau masa kini dilapangan yang dijadikan objek penelitian, kem udian data atau informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

1.3.1 Teknik Pengumpulan Data

- **Studi Pustaka**

  Menurut J.Supranto studi pustaka *(library research)* adalah "Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia diperpustakaan". (Supranto dalam Ruslan, 2003 : 31)

  Pada penelitian ini teknik pengumpulan data melalui studi pustaka selain menggunakan buku-buku, peneliti juga melakukan *internet searching* guna mendapatkan jurnal-jurnal ilmiah, teori-teori, penelitian-penelitan terdahulu, serta pendapat-pendapat yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti..

- **Studi Lapangan**

  Studi lapangan umumnya digunakan sebagai sarana penelitian lebih lanjut dan mendalam. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data melalui studi lapangan dilakukan dengan teknik:

  a. Angket (*kuesioner*)

  Angket merupakan daftar pertanyaan untuk mengumpulkan data dari populasi yang akan ditujukan pada responden. Adapun pengertian lain dari angket adalah sebagai berikut :

  "Angket atau kuisioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila

responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftrapertanyaan" (Krisyantono, 2006:93).

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode *survey* melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden. (Ruslan, 2003 : 23)

Pada penelitian ini, wawancara yang dilakukan peneliti berguna sebagai data pendahuluan dan data pendukung pada pembahasan hasil penelitian. Wawancara ini sebagai membantu peneliti untuk mengetahui secara langsung, bagaimana efektivitas mading info karyawan terhadap kebutuhan informasi karyawan PT. Dirgantara Indonesia.

b. Internet Searching

Penggunaan internet sebagai salah satu sumber dalam teknik pengumpulan data dikarenakan dalam internet terdapat banyak informasi yang berkaitan dengan penelitian. Beragam informasi ini tentunya sangat berguna bagi penelitian, serta dilengkapi sengan beragam literatur yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dari berbagai belahan dunia. *Aksesibilitas* yang *fleksibel* dan aplikasi yang mudah juga menjadi *point* penting untuk menjadikan pencarian data dalam intenet sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

1.4 Hasil Penelitian

Penelitian ini mempunyai 2 (dua) variable yakni variable bebas (X) : Evektifitas yang diturunkan menjadi kredibilitas (X1), isi pesan (X2), intensitas (X3). Variable terikat (Y) : kebutuhan informasi yang diturunkan menjadi lima sub variable yaitu : kebutuhan kognitif (Y1), kebutuhan afektif (Y2), kebutuhan integrasi personal (Y3), kebutuhan integrasi sosial (Y4), kebutuhan berkahayal (Y5).

Rekapitulasi Korelasi Rank Spearman

Hubungan	Koefesiensi Korelasi Rank Spearman	r^2	Kekuatan Hubungan	t Hitung	t Tabel	Kesimpulan
X_1 - Y	0,657	43,16%	Kuat	8,58	1,66	H_0 ditolak
X_2 - Y	0,371	44,62%	Kuat	19,816	1,66	H_0 ditolak
X_3 - Y	0,531	28,19%	Sedang	6,17	1,66	H_0 ditolak
X - Y_1	0,407	19,78%	Sedang	7,6758	1,66	H_0 ditolak
X - Y_2	0,834	73,1%	Sangat Kuat	31,30	1,66	H_0 ditolak
X - Y_3	0,571	34,22%	Sedang	8,54	1,66	H_0 ditolak
X - Y_4	0,677	48,44%	Kuat	13,295	1,66	H_0 ditolak
X - Y_5	0,632	42,9%	Kuat	11,298	1,66	H_0 ditolak
X - Y	0,765	62,57%	Kuat	20,812	1,66	H_0 ditolak

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi dan besarya hubungan antara variabel dan subvariabel X dengan variabel dan variabel dan subvariabel Y memiliki hubungan yang sedang, kuat dan hubungan yang sangat kuat

Jika dilihat dari tabel menunjukan bahwa Humas PT. Dirgantara Indonesia memiliki kredibilitas yang tinggi dan dipercaya oleh karyawan dalam mengolah majalah dinding “info karyawan” kesan yang terbentuk oleh karyawan bahwa Humas memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada karyawan. Indikatornya adalah cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman atau terlatih.

Karyawan menaruh kepercayaan yang tinggi kepada Humas PT. Dirgantara Indonesia ini tercermin dari banyaknya karyawan yang menjawab bahwa Humas PT. Dirgantara Indonesia jujur dalam menyampaikan informasi kepada karyawan, karena indikator dari sebuah kepercayaan adalah jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis. Bahkan Aristoteles menyebutnya sebagai *Good moral Character.*

Sebaliknya Humas yang memiliki kredibilitas rendah akan membuat anggotanya bekerja hanya termotivasi oleh uang dan materi semata, serta merasa tidak betah menjadi anggota organisasi tersebut.

Meskipun informasi yang disampaikan oleh Humas melalui majalah dinding ”info karyawan” isi pesannya kurang detail dan menggunakan bahasa yang kurang bisa

dimengerti oleh karyawan, namun karyawan lebih melihat kepada siapa yang menulis berita tersebut dan tidak terlalu memperdulikan apa yang disampaikan selama mereka mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Dengan adanya media internal seperti ini karyawan tidak perlu sudah payah untuk mendapatkan informasi baik tentang perusahaan, kegiatan yang dilakukan karyawan, maupun kebijakan-kebijakan baru yang dilakukan oleh perusahaan karena melalui majalah dinding "info karyawan" Humas menyampaikan informasi tersebut..

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa intensitas membaca majalah dinding "info karyawan" terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawannya mempunyai hubungan yang sedang.

Intensitas berkaitan dengan jumlah waktu yang dihabiskan oleh karyawan dalam membaca majalah dinding "info karyawan" intensitas menggunakan yang tinggi juga disebabkan oleh latar belakang pendidikan yang relatif tinggi, biasanya diikuti dengan tingkat pengetahuan yang tinggi pula pengguna media berusaha mencari tahu informasi-informasi terbaru dalam usaha menambah wawasan dan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Kebutuhan yang berkaitan dengan media akan berkaitan dengan tingkat pendidikan dan usia seseorang. Orang-orang yang memiliki usia lebih muda biasanya memiliki kepentingan yang lebih tinggi dalam penggunaan media untuk memenuhi yang berkaitan dengan pengalaman estetis dan emotional.

Frekuensi membaca sebuah majalah dinding yang menghasilkan sebuah informasi akan menentukan seberapa sering komunikan akan melihat atau membaca suatu pesan pada majalah dinding "info karyawan". Durasi menggunakan media menghitungkan berapa lama karyawan membaca majalah dinding "info karyawan".

Dengan seringnya membaca majalah dinding "info karyawan", karyawan dapat meningkatkan produktivitasnya melalui satu titik akses yang lancar ke semua sumber informasi yang mereka butuhkan untuk menjalankan tugas-tugasnya.

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa kebutuhan kognitif karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap efektivitas majalah dinding "info karyawan" mempunyai hubungan yang sedang. Namun sudah cukup memenuhi

kebutuhan kognitif para karyawan Hal ini dikarenakan sebagian besar karyawan PT. Dirgantara Indonesia menganggap mendapatkan pengetahuan dan wawasan dengan membaca majalah dinding "info karyawan", karyawan dapat mengetahui pertumbuhan perusahaan, informasi terbaru dan kebijakan-kebijakan terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Penggunaan media juga tidak terlepas dari sejauhmana seseorang memahami suatu pesan yang diterimanya. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi Pemahaman juga berkaitan dengan nilai informasi yang disajikan dalam majalah dinding "info karyawan", apabila nilai informasi terpenuhi, maka informasi akan lebih mudah dipahami

karakteristik dari nilai informasi adalah ketelitian, ketepatan waktu, kelengkapan, ringkas, dan kesesuaian. Pendapat yang dikemukakan oleh Amsyah memang sudah jelas bahwa dalam menyampaikan informasi harus terdapat ketelitian karena ketelitian dari seluruh informasi yang yang dihasilkan dari suatu pengolahan data tertentu, sebelum menyampaikan informasi melalui majalah dinding "info karyawan" Humas meneliti mana saja berita yang pantas dan cocok untuk disampaikan kepada karyawan.

Ketepatan waktu dalam menyampaikan informasi juga sangat dibutuhkan dalam menyampaikan informasi karena akurasi saja tidaklah cukup, sebuah informasi yang akurat apabila diketahui terlambat maka informasi tersebut tidaklah akan berguna lagi, bahkan mungkin karyawan akan mengetahuinya informasi tersebut melalui media lainnya.

Unsur selanjutnya adalah kelengkapan maksudnya adalah informasi harus lengkap agar tidak menimbulkan hambatan sewaktu-waktu seperti mencantumkan nama karyawan yang terlibat pada suatu acara yang beritanya masuk pada majalah dinding "info karyawan" ini dapat memberikan kejelasan bagi pembaca.

Ringkas yakni informasi yang disampaikan tidak perlu terlalu banyak, meskipun informasi yang disampaikan melalui majalah dinding "info karyawan" sedikit namun

dapat tepat sasaran, sehingga informasi tersebut dapat langgsung sampai kepada yang membutuhkan.

Kesesuaian, sudah seharusnya informasi yang disampaikan melalui sebuah media relevan dengan keperluan dan tujuan yang akan dicapai seperti yang dilakukan oleh Humas PT.Dirgantara Indonesia dalam mencapai tujuan yang ingin dicapainya Humas menggunakan sebuah media internal yaitu majalah dinding "info karyawan" agar dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi karyawannya.

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa kebutuhan afektif karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap efektivitas majalah dinding "info karyawan" mempunyai hubungan yang sangat kuat.

Hal ini berarti kebutuhan afektif karyawan PT. Dirgantara Indonesia dapat terpenuhi melalui majalah dinding "info karyawan". Kebutuhan afektif karyawan berkaitan dengan hal emosional yaitu perasaan senang dan bangga terhadap PT. Dirgantara Indonesia.

Karena kebutuhan ini berkaitan dengan penguatan estetis hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional. Perasaan bangga dan terharu yang dirasakan oleh karyawan PT. Dirgantara Indonesia menjadi faktor utama yang membuat adanya ikatan emotional antara karyawan PT. Dirgantara Indonesia dengan karyawannya.

Saat membaca berita mengenai kegiatan CSR karyawan memiliki perasaan bangga dan terharu karena organisasi yang menaungi mereka selalu perduli dengan nasib sesama hal ini dapat melatih rasa empati pada karyawan PT. Dirgantara Indonesia.

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa kebutuhan integrasi personal karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap efektivitas majalah dinding "info karyawan" mempunyai hubungan yang sedang.

Majalah dinding "info karyawan" merupakan media yang selalu menyampaikan kegiatan yang selalu dilakukan oleh perusahaan, dalam kegiatan itu sudah pasti ada campur tangan karyawan atau SDM. Dapat dikatakan berhasil atau tidaknya suatu kegiatan perusahaan tergantung pada kinerja karyawannya.

Kepercayaan seorang karyawan terhadap perusahaan sudah menjadi suatu hal yang diharuskan untuk membentuk citra perushaan, karena sebelum membentuk citra positif kepada eksternal alangkah baiknya suatu perusahaan membentuk citra positif kepada publik internalnya.

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa kebutuhan integrasi sosial karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap efektivitas majalah dinding "info karyawan" mempunyai hubungan yang kuat.

Kebutuhan inetgrasi sosial karyawan berkaitan dengan penguatan hubungan dengan orang lain dan peneguhan kontak sosial dengan orang lain kebutuhan integrasi sosial. kebutuhan integrasi sosial dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman dan orang lain didunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

Isi informasi dalam majalah dinding "info karyawan" tidak jauh dari perusahaan dan dunia kedirgantaraan. Sehingga informasinya menjadi bahan diskusi sesama karyawan PT. Dirgantara Indonesia. Untuk mewujudkan target pasar perusahaan, karyawan bekerja secara tim, rutinitas yang biasa dilakukan adalah berdiskusi dan menyusun agenda kerja. Sebab sukses tidaknya kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap maju tidaknya sebuah perusahaan.

Media berfungsi sebagai sumber informasi, dam media juga membawa muatan isi yang memiliki nilai penting sebagai bahan diskusi. Selain itu juga informasi yang disampaikan melalui malajah dinding "info karyawan" dapat mempererat hubungan antar departemen.

Dengan membaca majalah dinding karyawan dapat mengetahui informasi terlebih bagi karyawan yang tidak sempat bersosialisasi dikarenakan kesibukan pekerjaan, terlebih PT. Dirgantara Indonesia memiliki karyawan sekitar 5000an karyawan yang tidak mungkin mengenal seluruhnya.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa informasi pada majalah dinding "info karyawan" dapat menjadi bahan diskusi karyawan PT.Dirgantara Indonesia dan dapat memenuhi kebutuhan integrasi sosial bagi karyawannya

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa kebutuhan berkhayal karyawan PT. Dirgantara Indonesia Bandung terhadap efektivitas majalah dinding "info karyawan" mempunyai hubungan yang kuat

Kebutuhan berkhayal karyawan berkaitan dengan kebutuhan karyawan untuk mecari hiburan atau pengalihan. Setiap manusia selalu memiliki kebutuhan untuk melepaskan ketegangan terlebih rutinitas yang tinggi dapat membuat seseorang menjadi stress.

Berdasarkan Tabel diatas, kita dapat mengetahui bahwa Efektivitas majalah dinding "info karyawan" dengan pemenuhan kebutuhan informasi mempunyai hubungan yang kuat.

Efektivitas majalah dinding "info karyawan" oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung ternyata begitu sedang, kuat dan sangat kuat yang para responden rasakan dengan informasi yang disampaikan oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia.

Faktor yang mempengaruhi karyawan untuk membaca majalah dinding "info karyawan" karena kebutuhan karyawan akan informasi. Penggunaan majalah dinding "info karyawan" memang ditujukan untuk menggantikan fungsi dari majalah internal yang saat ini sudah tidak dipergunakan kembali.

Oleh karena itu Humas PT. Dirgantara Indonesia berusaha untuk mengolah dan memperbaharui informasi pada majalah dinding "info karyawan" secara berkala yaitu sebanyak seminggu dua kali dengan tujuan majalah dinding "info karyawan" dapat memenuhi kebutuhan informasi seluruh karyawan baik kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

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 mampu dijangkau juga tidak membuang banyak waktu untuk mengumpulkan seluruh karyawan dalam satu ruangan.

Maka dibutuhkan media internal yang bertujuan sebagai alat bantu berkomunikasi dengan semua karyawan dari berbagai departemen dan divisi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik suatu kesimpulan bahwa karyawan dianggap aktif untuk mencari informasi melalui majalah dinding “info karyawan” berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan oleh karyawan.

Khalayak yang aktif dalam penelitian ini dapat diukur dari segi kredibilitas, isi pesan dan intensitas sehingga mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pemenuhan kebutuhan informasi diturunkan menjadi lima bagian yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

1.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di bahas pada BAB sebelumnya maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh antara kredibilitas majalah dinding “info karyawan” terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Ada pengaruh antara isi pesan majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
3. Ada pengaruh antara intensitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
4. Ada pengaruh antara efektivitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan kognitif.
5. Ada pengaruh antara efektivitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan afektif.
6. Ada pengaruh antara efektivitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan integrasi personal.
7. Ada pengaruh antara efektivitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan integrasi sosial.
8. Ada pengaruh antara efektivitas majalah dinding “info karyawan terhadap pemenuhan kebutuhan berkhayal.

9. Efektivitas majalah dinding “info karyawan” oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia Bandung efektif sebagai media Pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.

Amsyah, Zulkifli. 2000. *Manajemen Sistem Informasi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arikunto,Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asep Syamsul M.Romly. 2005. *Kamus Jurnalistik*. Bandung : Sembiosa Rekatama Media.

Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Bungin, H. M. Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Edisi Revisi. PT Raja Grafindo Persada.

Devito, Joseph, A.1997. *Human Communication*. New York: Harper Collinc Colege Publisher.

Effendi, OnongUchjana. 2011. *Human Relations & Public Relations*. Bandung. PT Mandar Maju.

Hasibuan, Malayu S. P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara .

Jefkins,Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Iriantara, Yosal dan Yani Surachman. 2006. *Public Relation Writing Pendekatan teoritis dan Praktis*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Kartono, Kartini. 1990. *Psikologi Umum*. Bandung:.CV Mandar Maju.

Kasali, Renaldi. 2008. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya*.

Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mar'at, 1984. Sikap Manusia : *Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi Dalam Pespektif Teori dan Praktek*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah.

Mulyana, Deddy .2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

Morisan, 2013. *Teori Komunikasi individu hingga massa*. Jakarta : Kencana Prenada Group.

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi* (*dilengkapi contoh analisis statistik*). Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.