ABSTRAK

Efektivitas Portal.Telkom.Co.Id oleh Unit *Corporate Communication* PT.Telkom Indonesia
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan
Telkom Regional III Jabar Kota Bandung

Fatma Auliah Safitri

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Komputer Indonesia,Jalan Dipatiukur 112-116,Bandung 403132, Indonesia

E-mail :

Fatma.Auliah.Safitri@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauhmana Efektivitas Portal.Telkom.co.id oleh Unit *Corporate Communication* PT.Telkom Indonesia Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung. Sehingga untuk dapat menjawab masalah diatas, peneliti menganalisa isi informasi, ketepatan waktu, kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan personal, dan kebutuhan sosial.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara, studi pustaka dan *internet searching*. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT.telkom Indonesia. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Propotionate Stratified Random Sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 68 responden. sebelum peneliti menyebarkan angket maka terlebih dulu peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket, diberi skor. Diolah dan dianalisa dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara isi informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, Ada pengaruh antara ketepatan waktu portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung. Ada pengaruh antara efektivitas portal.telkom.co.id oleh *corporate communication* terhadap kebutuhan kognitif. Ada pengaruh antara efektivitas portal.telkom.co.id oleh *corporate communication* terhadap kebutuhan afektif. Ada pengaruh antara efektivitas portal.telkom.co.id oleh *corporate communication* terhadap kebutuhan personal Ada pengaruh antara efektivitas portal.telkom.co.id oleh *corporate communication* terhadap kebutuhan sosial.

Simpulan penelitian ini hasil menunjukan ada pengaruh antara Efektivitas Portal.Telkom.co.id oleh Unit *Corporate Communication* PT.Telkom Indonesia Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan untuk menggunakan pendekatan dan metode lain untuk menganalisis masalah media internal lebih mendalam, untuk perusahaan, peneliti menyarankan *Corporate Communication* meningkatkan peran aktif karyawan dalam pengembangan media agar selalu memenuhi keinginan karyawannya.

Kata Kunci : Efektivitas, Portal.Telkom.co.id, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

ABSTRACT

This research aims to examine how far the effectiveness of Portal.Telkom.co.id by Corporate Communication Unit PT. Telkom Indonesia towards the fulfillment of information needs of Telkom Regional III West Java Bandung's employee. To be able to answer the problem above, researchers analyze the information content, timeliness, cognitive, affective needs, personal needs, and social needs.

***The method of this research** is a quantitative research method by survey. Data collection techniques used is question forms, interviews, literature studies and internet searching. The population in this research are employees of PT. Telkom Indonesia. The sampling technique used is Propotionate Stratified Random Sampling. The samples on this research as many as 68 respondents. Researcher has finished validity and reliability test on this research. Data which obtained from the question formsis given the score. It was processed and analyzed using SPSS version 23.*

***The results** showed there are influences between the content of information towards the fulfillment of the information needs of Telkom Regional III West Java Bandung's employee. They have a strong and direct relationship. There are influences between timeliness of portal.telkom.co.id towards the fulfillment of the information needs of the Telkom Regional III Bandung West Java's employee which have a sufficient and direct relationship. There are influences between the effectiveness of portal.telkom.co.id by corporate communication towards cognitive needs are obtained direct and strong relationships. There are influences between the effectiveness of portal.telkom.co.id by corporate communication to the needs of affective relationships and obtained sufficient and direct relationship. There are influences between the effectiveness of portal.telkom.co.id by corporate communication to the needs of personal relationships and obtained direct and sufficient relationships. There are influences between the effectiveness of portal.telkom.co.id by corporate communication to the needs of social relations and obtained a direct and sufficient relationships.*

***Conclusion** in this research showed there are influences between the effectiveness of the Corporate Communications Unit by Portal.Telkom.co.id PT. Telkom Indonesia towards the fulfillment of information needs of the Telkom Regional III West Java Bandung's employee.*

Based on the research that has been done, the researchers suggest to use approaches and other methods to analyze the problem further, internal media for companies, researchers suggest Corporate Communication to increase their employee's active role in the development of media in order to meet the wishes of employees.

Keywords: effectiveness, portal.telkom.co.id, fulfilling the information needs

.

1.Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Komunikasi hakikatnya adalah pengelolaan informasi dan penyampaian informasi, Sementara itu, diketahui bahwa organisasi adalah sekumpulan orang yang bekerja bersama yang didasarkan kepada kepentingan bersama untuk mencapai tujuan Bersama. Namun demikian, semua itu tidak mungkin tercapai seandainya, tidak didasarkan pada proses pengambilan keputusan yang melibatkan pengelolaan informasi. Selanjutnya, semua pihak mendapatkan informasi tentang keputusan yang diambil melalui penyampaian informasi secara baik, artinya tidak mungkin sebuah organisasi akan bekerja dengan baik tanpa adanya interaksi secara efektif.

.

Perkembangan sistem informasi memberikan beberapa fitur yang dapat menunjang kebutuhan organisasi. Dapat diamati pengoperasian komunikasi dalam penyampaian pesan atau informasi berlaku untuk perusahaan-perusahan terutama perusahaan besar seperti PT Telkom Indonesia badan usaha milik negara yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Perusahaan besar ini telah melayani bangsa dan sukses mendekatkan jarak melalui komunikasi di seluruh wilayah Indonesia sebagai perusahaan telekomunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : **"Sejauhmana Efektivitas portal.telkom.co.id oleh unit *Corporate Communication* PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar kota Bandung?."**.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui sejauhmana efektivitas portal.telkom.co.id oleh unit *Corporate Communication* PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Aspek teoritis, Penelitian ini diharapkan berguna untuk peneliti sebagai aplikasi ilmu dan diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti. Sehingga dapat berguna di masa yang akan datang.

Aspek praktis, Penelitian ini diharapkan berguna dan mampu memberikan kontribusi ilmu dan pengetahuan untuk pengembangan disiplin ilmu bagi seluruh mahasiswa UNIKOM dan sebagai literatur yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama. Penelitian ini bagi perusahaan diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan evaluasi mengenaiefektivitasportal.telkom.co.id oleh unit *Corporate Communication* PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar kota Bandung".

Portal.telkom.co.id merupakan media komunikasi internal yang digunakan PT Telkom Indonesia (TELKOM) untuk menyampaikan informasi kepada karyawan. portal.telkom.co.id menggunakan jaringan *Intranet* (*Intranet* lebih dikhususkan untuk publik internal karena hanya mereka yang dapat mengakses laman tersebut) dan dapat diakses menggunakan *internet*, menggunakan media komunikasi internal yang memanfaatkan intranet sebagai jaringan, sehingga hanya dapat diakses oleh karyawan dengan menggunakan user ID

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Efektivitas

efektivitas adalah pengaruh yang ditimbulkan atau disebabkan oleh adanya suatu kegiatan tertentu untuk mengetahui sejauhmana tingkat

keberhasilan yang dicapai dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Komunikasi dapat dkatakan efektif atau berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator sehingga dapat mengubah sikap komunikan. Artinya kredibilitas komunikator mendukung pada keefektivitasan komunikasi.

Efektivitas adalah kesesuaian informasi dengan kebutuhan pemakai dalam mendukung bisnis, termasuk didalamnya informasi tersebut harus disajikan dalam waktu Penggunaan Web Intranet yang tepat format yang tepat sehingga dapat dipahami, konsisten dengan format sebelumnya, isinya sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan."
(Raymond,Mc.Leod:2008:47).

2.2 Kualitas Kerja

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan, penunjang kegiatan dan pemenuhan kebutuhan. Krech crutchfield, dan Ballachey lebih jauh "menjelaskan bahwa karena adanya kebutuhan untuk memecahkan masalah-masalah sosial, seseorang termotivasi untuk mencari pengetahuan, bagaimana caranya agar dapat memecahkan masalah tersebut salah satu caranya adalah dengan mencari tambahan pengetahuan dengan menggunakan media." Kebutuhan individual dikategorikan sebagai berikut, maka Katz et al (Yusup, 2009:206) mengemukakan berbagai kebutuhan informasi seseorang, yaitu

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Hal ini memang benar bahwa orang menurut pandangan psikologi kognitif mempunyai kecenderungan untuk mengerti dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik, sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan. Orang membeli radio, televisi, menonton film, dan membaca buku bacaan ringan dengan tujuan untuk mencari hiburan.

3.Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan ini sering dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain." (Yusup, 2009:206)

Untuk lebih jelasnya maka peneliti akan memaparkan penjelasan mengenai indikator-indikator pada variabel X dan variabel Y. Berikut adalah penjelasan untuk variable X Isi pesan yang disampaikan

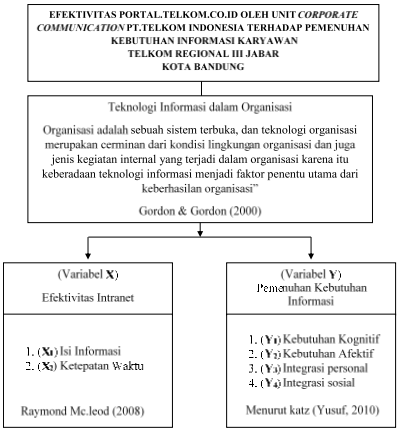
1.(X_1) Isi Informasi

Isi informasi yang dimaksud adalah bagaimana isi informasi yang disampaikan oleh unit *corporate communication* relevan dalam informasi untuk penerima bagi karyawan.

2. (X_2) Ketepatan Waktu
Ketepatan waktu dimaksud adalah penggunaan portal.telkom.co.id oleh unit *corporate communication* informasi harus disebarkan secara tepat waktu dan cepat untuk dapat memenuhi kebutuhan karyawan.
Berikut penjelasan variabel Y :

1.(Y_1) Kebutuhan Kognitif
Kebutuhan ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Hal ini memang benar bahwa orang menurut pandangan psikologi kognitif mempunyai kecenderungan untuk mengerti dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan. Penambahan pengetahuan serta pemahaman yang dimaksud lebih berorientasi pada intelejensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki karyawan PT Telkom Indonesia setelah membaca informasi yang tersedia oleh perusahaan.
2. (Y_2) Kebutuhan Afektif
Kebutuhan ini berkaitan dengan hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik, sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan. Orang membeli radio, televisi, menonton film, dan membaca buku bacaan ringan dengan tujuan untuk mencari hiburan, Kebutuhan Afektif disini bila diakitkan dengan penelitian berarti kebutuhan karyawan terhadap hal hal yang berkaitan dengan emosional karyawan seperti perasaan simpatik, empati dan senang.
3.(Y_3) Kebutuhan Integrasi Personal
Kebutuhan ini sering dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri, Kebutuhan integrasi personal ialah kebutuhan karyawan PT Telkom Indonesia terhadap kepercayaan isi informasi, kebutuhan ketersediaannya informasi untuk mememenuhi kebutuhan informasi karyawan dalam mewujudkan tujuan organisasi yang telah dibangun.
4.(Y_4) Kebutuhan Integrasi Sosial
Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain. Kebutuhan ini di dasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain. Dalam hal ini kebutuhan berkomunikasi dengan orang lain, Kebutuhan Integrasi sosial didalam PT Telkom Indonesia ialah kebutuhan karyawan dalam berinteraksi, bersosialisasi antar karyawan dan untuk saling bertukar ide atau pendapat melalui PT Telkom Indonesia, Karena hal yang paling penting dalam sebuah organisasi ialah

komunikasi antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.:



Sumber : pemikiran peneliti,2017

2.4 Hipotesis

H_1 : Ada pengaruh **Efektivitas** fungsi portal.telkom.co.id oleh unit *corporate communication* PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar kota Bandung.

H_0 : Tidak ada pengaruh **Efektivitas** fungsi portal.telkom.co.id oleh unit *corporate communication* PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar kota Bandung.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan atau tipe penelian kuantitatif dengan metode survey dengan teknik analisis deskriptif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini atau masa kini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya dianalisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

3.2 Populasi dan sampel

a. Populasi

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Telkom Regional III Jabar kota Bandung dengan sampel 68 karyawan. *(Sumber : Arsip Kepegawaian 2017)*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah ***Stratified Random Sampling*** alasan mengambil teknik pengambilan sampel dimana jumlah populasi mempunyai anggota/unsur yang heterogen dan berstrata secara proporsional. Maka yang menjadi sampel pada penelitian ini ada 68 responden. Presisi yang digunakan adalah 0,10 atau 10% karena jumlah populasi pada penelitian ini lebih dari 100 orang. sehingga tinggat kesalahan yang bisa ditolerir sebesar 10% dan tingkat kepercayaannya sebesar 90%.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Dalam menunjang pemenuhan kebutuhan informasi peneliti dan kelengkapan studi pustaka, peneliti melakukan pencarian informasi dan pengumpulan data yang berasal dari dokumen tertulis berupa buku, hasil skripsi terdahulu, jurnal-jurnal, serta karya tulis lainnya. Studi pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah *internet searching*.

b. Studi Lapangan

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berisikan sekumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden untuk mendapatkan informasi atau keterangan mengenai masalah yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dengan komunikasi dua arah.

3.4 Operasional Variabel

a. Variabel X (efektivitas)

Variabel independent (X)	Indikator	Alat Ukur
Efektivitas portal.telkom.co.id (Mc.Leod : 1996)	Isi Informasi	1. Aktualitas 2. Akurasi 3. Integratif 4.Informasi mudah dipahami
	Ketepatan Waktu	1. Kecepatan akses 2.Ketepatan penyajian 3. Frekuensi

Sumber : peneliti, 2017

b. Variabel Y (Kualitas Kerja)

Variabel Dependent (Y)	Indikator	Alat Ukur
Kebutuhan Informasi katz (yusuf : 2009)	Kebutuhan Kognitif	1. Memperkuat informasi 2. Memperkuat pemahaman 3. Menambah pengetahuan
	Kebutuhan Afektif	1. Informasi berkaitan dengan pekerjaan 2. Informasi tentang organisasi secara keseluruhan 3. Integrasi organisasi
	Integrasi Personal	1. Kepuasan terhadap isi informasi 2. Kepercayaan terhadap isi informasi 3. Diakui perusahaan
	Integrasi Sosial	1. Kesamaan perasaan 2. Kesamaan keyakinan 3. Kesamaan nilai

Sumber : peneliti, 2017

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel Rekapulasi Analisis

Pengaruh (x.y)	Besarnya hubungan	Besarnya Pengaruh	Kekuatan hubungan	tHitung	tTabel	Kesimpulan
X_1-Y	0,559	31.3%	Kuat	5.477	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X_2-Y	0,419	17.6%	Cukup Kuat	5.547	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X-Y_1	0,579	33,5%	Kuat	5.763	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X-Y_2	0,354	12,5%	Cukup Kuat	2.658	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X-Y_3	0,493	22.4%	Cukup Kuat	4.361	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X-Y_4	0,347	12.1%	Cukup Kuat	3.008	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak
X-Y	0,544	29.6%	kuat	7.422	1.296	H_1 diterima dan H_0 ditolak

Sumber : hasil olahan data peneliti 2017

Selanjutnya peneliti akan membahas dan menguraikan dari hasil penelitian sebagai berikut :

1.Berdasarkan hasil Data yang telah di peroleh hasil rekapitulasi analisis menyatakan, pengaruh isi informasi (X_1) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh isi informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mempunyai regresi sebesar 0,559 dan t_{Hitung} (5.477) $\geq$ t_{Tabel} (1.296), sedangkan besarnya pengaruh frekuensinya 31.3**%** yang artinya mempunyai sisanya yaitu 68.7% dipengaruhi oleh faktor lain, adalah 44,7% dan sebesar 55,3% di pengaruhi oleh faktor lain.

2.hasil Data yang telah di peroleh hasil rekapitulasi analisis menyatakan pengaruh ketepatan waktu (X_2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh ketepatan waktu terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mempunyai regresi sebesar 0,419 dan ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$) (5.747 $\geq$ 1.296), sedangkan besarnya pengaruh sebesar 17,6%, yang artinya sisanya yaitu 82,4% dipengaruhi oleh faktor lain

3.hasil Data yang telah di peroleh hasil rekapitulasi analisis menyatakan pengaruh Efektivitas Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan kognitif karyawan (Y_1), berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan kognitif karyawan mempunyai regresi sebesar 0,579 dan ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$) (5.763$\geq$ 1.296), sedangkan besarnya pengaruh sebesar 33,5%, sisanya yaitu 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.Efektivitas Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan afektif karyawan (Y_2), berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan afektif karyawan mempunyai regresi sebesar 0,354 dan ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$) (2.658$\geq$ 1.296), sedangkan besarnya pengaruh sebesar 12,5%, yang artinya

sisanya 87,5% yaitu dipengaruhi oleh faktor lain.

5.hasil Data yang telah di peroleh hasil rekapitulasi analisis menyatakan Pengaruh Efektivitas Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan personal karyawan (Y_3), berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan personal karyawan mempunyai regresi sebesar 0,493 dan ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$) (4.361≥ 1.296), sedangkan besarnya pengaruh sebesar 22,4%, yang artinya sisanya 79,6% yaitu dipengaruhi oleh faktor lain.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan penelitian di Telkom Regional III Jabar Bandung yang telah diuraikan dan dianalisa pada bab IV, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh antara isi informasi portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT.Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, memiliki pengaruh yang kuat, bersifat searah dan signifikan antara isi Informasi portal.telkom.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.
2. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh antara ketepatan waktu portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT.Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, memiliki pengaruh yang kuat, bersifat searah dan signifikan antara ketepatan waktu dengan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.
3. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh efektivitas portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT. Telkom Indonesia terhadap Kebutuhan kognitif Karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung memiliki memiliki pengaruh yang kuat, bersifat searah dan signifikan antara portal.telkom.co.id dengan kebutuhan kognitif karyawan.
4. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh efektivitas portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT. Telkom Indonesia terhadap kebutuhan afektif karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, memliki pengaruh yang cukup kuat

6.Pengaruh Efektivitas Portal.telkom.co.id (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan (Y), berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh Portal.telkom.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan personal karyawan mempunyai regresi sebesar 0,544 dan ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$) (7.422≥ 1.296), sedangkan besarnya pengaruh sebesar 29.6%, yang artinya sisanya 70,4% yaitu dipengaruhi oleh faktor lain.

5. Kesimpulan dan saran

bersifat searah dan signifikan antara portal.telkom.co.id dengan kebutuhan afektif karyawan.

5. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh efektivitas portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT. Telkom Indonesia terhadap Kebutuhan Personal Karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, memiliki pengaruh yang cukup kuat bersifat searah dan signifikan antara portal.telkom.co.id dengan kebutuhan Personal karyawan.
6. Hasil analisis menunjukan bahwa ada pengaruh efektivitas portal.telkom.co.id oleh Unit Corporate Communication PT. Telkom Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Karyawan Telkom Regional III Jabar Kota Bandung, memiliki pengaruh yang kuat bersifat searah dan signifikan antara portal.telkom.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi sosial karyawan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Bertolak dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini, berikut akan disampaikan beberapa saran yang dianggap penting, baik bagi penelitian komunikasi maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan, alam penggunaan media portal.telkom.co.id :

1. Melihat hasil penelitian ini portal.telkom.co.id memiliki potensi untuk membentuk tingkat pemenuhan kebutuhan informasi terhadap karyawannya, portal.telkom.co.id harus dapat melanjutkan perkembangan yang lebih baik dengan adanya inovasi terbaru dalam media intenal seperti portal dibuat pengembang aplikasi dengan fitur yang meningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) serta menciptakan ekosistem aplikasi yang terpadu sebagai alat media perusahaan yang dapat lebih mempermudah akses untuk karyawan gunakan.
2. Melihat hasil penelitian ini portal.telkom.co.id memiliki potensi untuk membentuk tingkat pemenuhan kebutuhan informasi terhadap karyawannya, kemudian portal.telkom.co.id melanjutkan perkembangan yang baik, mengikuti perkembangan bidang *on-line* lainnya seperti *cyber-PR* yang lebih menarik, maka perlu dikaji lebih mendalam bagaimana fenomena portal.telkom.co.id lebih efektif.
3. Dengan adanya temuan ini, disarankan adanya perbaikan kualitas desain maupun web portal.telkom.co.id yang lebih komunikatif baik dari segi komposisi yang harmonis dan segi bahasa yang tidak terlalu teknis. Melihat terdapat hubungan antara penggunaan intranet sebagai media internal atau *cyber-PR* dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Telkom Indonesia, oleh *corporate communication*, pihak PR Telkom perlu memberi motivasi kepada karyawannya untuk berperan aktif dengan menulis dalam web sehingga informasi tidak satu arah dari perusahaan saja.

Daftar Pustaka

AA. Anwar Prabu Mangkunegara. 2000. *Manajemen Sumber Daya*

Manusia. Bandung: Remaja Rosda Karya

Amstrong, Michael. 1990. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Transito Asri Media.

Azwar Saifudin. 1992. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.

Cresswell, W, J. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka pelajar.

Devito, A, Joseph. 2011, *Komunikasi Antarmanusia, The Internasional Communication Book, edisi kelima*. Tangerang Selatan : KARISMA Publishing Group.

Edwin, Flippo, B,. 2004. *Personal Management*. Edisi keenam. Jakarta : Erlangga

Effendi, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, Bandung* : PT. Remaja Rosdakarya.

Flippo, Edwin. B. Manajemen Personalia. Edisi keenam. Jilid 2, Terjemahan, Jakarta Erlangga.

Hardjana, Andre. 2000. Audit Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung : Grasindo.

Hasibuan, Malayu. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.

Husein Umar, 2000, *"Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi"*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Matituna. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia (cetakan kedua)*. Jakarta. Gramedia

Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksawa.

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cetakan Keduabelas*, Bandung: remaja Rosdakarya

Pace, Wayne, R & Faules, Don. 2010, *Komunikasi Organisasi, Organization Communications, cetakan ke-1*. Bandung : PT. Remaja Rosadakarya

Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif &Kuantitatif edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Soegiyono, 2003, *"Metode Penelitian Bisnis"*, CV. Alfabeta, Bandung.

Siregar, Syofian. 2010. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Suharyanto, Hadna. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Media Wacana.

Sugiyono, (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* Bandung: Alfabeta

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: PT Pustaka LP3S Indonesia.

Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit: CV. Alfabeta.

Umar, husein. 2002. Metode-metode Riset komunikasi Organisasi. Bandung: Bumi Aksara