PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI INTRANET TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PT.PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN

THE INFLUENCE OF INTRANET COMMUNICATION MEDIA TOWARD NEEDS FULFILMENT OF EMPLOYEE INFORMATIONS PT.PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN

,

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

,

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan 355 responden yang merupakan karyawan pengguna media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, dengan metode yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Variabel yang diteliti adalah penggunaan media komunikasi intranet sebagai variabel independen serta pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan penggunaan media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan termasuk pada kategori baik dengan persentase sebesar sebesar 76,63%, pemenuhan kebutuhan informasi karyawan melalui media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten berada pada posisi baik dengan presentase sebesar 78,88%, Penggunaan media komunikasi Intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan sebesar 42% sedangkan sisanya yaitu sebesar 58% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *uses and gratifications*, intranet, informasi, deskriptif

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of the intranet communication media use to fulfill the information needs of employees of PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. The method used is descriptive method with 355 respondents who are employees that use intranet PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten . The sampling technique used in this study is a probability sampling , with the method used is simple random sampling . The data analysis technique used is a simple regression analysis . The variables studied were media use the intranet as an independent variable and the fulfillment of information needs as the dependent variable .

Based on the results of data processing, it can be concluded intranet media usage of PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten are in good categories with a percentage of 76.63%, the fulfilment information needs of employees through intranet media PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten are in a good position with a percentage of 78.88%, use of media komunikasi Intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten has an influence on the fulfillment of information needs of employees by 42% while the remaining 58% are influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: uses and gratifications, intranet, information, , descriptive

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, internet memegang peranan penting sebagai media penyalur informasi. Pentingnya peranan komunikasi dalam proses distribusi informasi terjadi pada saat teknologi mengubah pola komunikasi yang awalnya terbatas oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi yang tanpa batas. Salah satu media online yang digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi saat ini adalah intranet. Dengan media komuniasi intranet memberikan alternatif bagi karyawan dalam memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Di dalam *web* Intranet, masing-masing karyawan akan mendapatkan sebuah *personal account* untuk *log-in* ke dalam situs tersebut, sehingga semua karyawan dapat terhubung menjadi satu di dalamnya dan dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan dan jabatan mereka. Tujuan dibentuknya web Intranet adalah untuk memudahkan seluruh karyawan berkomunikasi dan untuk menyebarkan informasi dan kebijakan perusahaan terbaru secara cepat dan .

Dengan menggunakan intranet akan sangat bermanfaat dalam mengintegrasikan semua unit kerja dalam perusahaan sehingga karyawan dapat berhubungan dengan siapapun, dan dimanapun dalam .Salah satu kekuatan yang paling menghalangi suksesnya kinerja perusahaan adalah kurangnya komunikasi yang efektif.Tidak ada perusahaan yang dapat bertahan tanpa adanya .Namun dalam praktiknya ada karyawan yang belum memanfaatkan portal web tersebut sesuai dengan tujuan awal dibuat intranet ini, sehingga akhirnya menyebabkan kasus miskomunikasi seperti ketidaktahuan karyawan akan peraturan perusahaan, kurang mengertinya kebijakan baru yang disampaikan direksi, juga terlewatnya tanggal-tanggal penting untuk event .

Fenomena seperti ini tidak hanya menjadi tantangan bagi perusahaan secara keseluruhan, tetapi juga bagi Bidang Komunikasi PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai mediator antara karyawan dengan Manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsi serta memenuhi tujuan komunikasi dalam organisasi melalui media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Dengan banyaknya unit area pelayanan dan jaringan yang dipegang oleh PT.PLN DJBB informasi yang diberikan harus tersebar secara merata ke setiap unit sehingga kebijakan dan perkembangan perusahaan dapat tersampaikan.

Berdasarkan latar belakang yang terpapar diatas, penulis mengangkat penelitian yang bejudul **"Pengaruh Media Komunikasi Intranet Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan (Studi Kasus pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten)."**

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tanggapan dari karyawan mengenai media IntanetPT.PLN DJBB.
2. Mengetahui bagaimana tanggapan dari karyawan tentang pemenuhan kebutuhan informasi melalui intranet pada PT.PLN DJBB.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan PT.PLN DJBB.

2. Dasar Teori

2.1 Penggunaan Media

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara .

Intensitas penggunaan media ini diukur dengan frekuensi dan durasi penggunaan oleh penggunanya.Frekuensi dapat diartikan dengan kekerapan atau kejarangan kerapnya frekuensi yang dimaksud adalah seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periodeWaktu tertentu dan durasi berkaitan dengan waktu, yakni jumlah menit dalam setiap penggunaan media. Durasi penggunaan dimana akan menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu .

Isi pesan dalam penelitian ini dimaksudkan dengan isi berita atau informasi dalam media komunikasi intranet.Isi pesan itu sendiri berkaitan dengan bahan dan materi yang disampaikan pada khalayak.Maka peneliti menurunkan variabel isi pesan menjadi beberapaindikator yaitu kejelasan pesan, kelengkapan pesan, dan aktualitas pesan.

Lalu, hubungan yang terjadi antara individu yang mengkonsumsi media denganisi media.Terjalinnya hubungan yang positif terhadap media dilihat dari kepuasan pengguna media. Jika pengguna media yang digunakannya sesuai dengan kebutuhannya maka pengguna akan senantiasa menggunakan waktunya untuk mengkonsumsi .

2.2 Kebutuhan Informasi

Adapun kebutuhan informasi adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang 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 mengausai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.
2. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan estetis, 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-buku bacaan ringan dengan tujuan untuk mencari hiburan.
3. Kebutuhan integrasi personal adalah kebutuhan yang 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 adalah kebutuhan yang 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.
5. Kebutuhan berkhayal adalah Kebutuhan yang dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan .

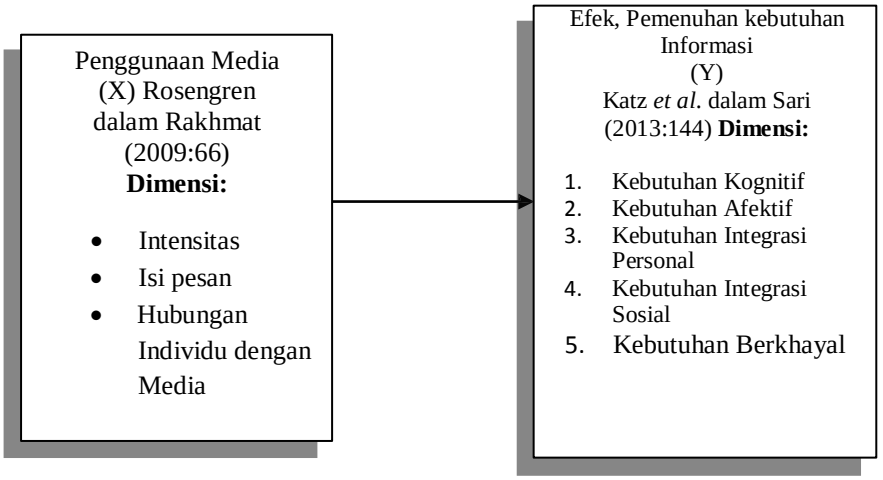
2.3 Kerangka Pemikiran

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten.Berkaitan dengan masalah diatas maka yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah model *uses and gratifications* (model penggunaan dan pemenuhan kebutuhan) yang dikenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz.Teori ini menjelaskan bahwa penggunaan media memainkan peran peran aktif untuk memilih dan menggunakan media.Penggunaan media berusaha mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya.Teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan .

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara .

Inti teori *Uses and Gratification* adalah pengguna pada dasarnya menggunakan media massa bedasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif-motif pengguna. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhankhalayak akan terpenuhi. Adapun kebutuhan informasi adalalah kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi social dan kebutuhan .

Berdasarkan penjabaran di atas, kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Kerangka Penelitian

2.4 Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Obyek penelitian dapat beupa makhluk hidup, benda, system dan prosedur, fenomena, dan .Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh karyawan di kantor PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang berjumlah 3085 orang. Penulis hanya fokus mengambil karyawan dari kantor pusat sebagai populasi karena PLN DJBB merupakan Unit PLN terbesar di Indonesia.

2.5 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi.Pada umumnya, kita tidak bisa mengadakan penelitian kepada seluruh anggota dari suatu populasi karena terlalu banyak.Apa yang bisa kita lakukan adalah mengambil beberapa representative dari suatu populasi dan kemudian diteliti. Representatif dari populasi ini yang dimaksud dengan .Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Diperoleh jumlah sampel minimum dari rumus Slovin sebanyak 335 karyawan.

3. Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan 355 responden yang diteliti pada penelitian ini mayoritas responden memiliki kelamin pria dengan jumlah 227 orang responden. Rentang usia karyawan PT.PLN DJBB terbesar yaitu 46-55 tahun sebanyak 138 responden, berdasarkan pendidikan terakhir terbesar yaitu S1 sebanyak 231 responden, dan karakteristik berdasarkan masa kerja terbesar yaitu 13-15 tahun sebanyak 205 responden.

3.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan membandingkan skor perolehan pada jawaban kuesioner dengan skor ideal. Persentase skor ideal adalah 5 (nilai likert tertinggi) x 355 (Responden)= 1775(100%). Rata-rata persentase tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel penggunaan media komunikasi intranet adalah sebesar 76,63% yang berada pada kategori “baik”. Tanggapan responden terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi adalah sebesar 78,88% yang berada pada kategori “baik” pada garis kontinum.

3.3 Hasil Uji R

Untuk melihat besarnya hubungan serta pengaruh Penggunaan Media komunikasi Intranet (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y), dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan *Software* statistic IBM SPSS 22 dengan melihat pada angka *R Square* pada table 4.6 Dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji R

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648[a]	.420	.418	.29445

a. Predictors: (Constant), Penggunaan_X

b. Dependent Variable: Pemenuhan_Y

Berdasarkan table 4.6 di atas diketahui bahwa hasil dari R *square* yang merupakan koefisien determinasi atau dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi varians variabel terikatnya mempunyai nilai sebesar 0,420. Nilai tersebut menunjukan bahwa pada model regresi sederhana ini menjelaskan bahwa persentase sumbangan pengaruh penggunaan media komunikasi intranet (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) karyawan pada PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten adalah sebesar 42 %. Sedangkan sisanya yaitu 58 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.4 Hasil Regresi Linier Sederhana

Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier sederhana menggunakan *Software* statistic IBM SPSS 22. Untuk menentukan permaan regresi, dapat dilihat pada table 4.5 Berikut ini:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana (*Coifficient*)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.213	.120		10.128	.000
	Penggunaan_X	.594	.037	.648	15.973	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan_Y

Dari hasil perhitungan regresi linier sederhana pada table 4.5,dapat dilihat bahwa variable Penggunaan Media komunikasi Intranet teah memenuhi standar signifikansi yaitu lebih kecil dari pada 0,05. Oleh karena itu hasil persamaan regresi pada penelitian ini didapatkan sebagai berikut:

$$Y=1.213+0,594X$$

Persamaan di atas dapat diinterpretasikan bahwa apabila variabel Penggunaan Media komunikasi Intranet (X) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) meningkat sebanyak 0,594 satuan. Karena nilai koefisien b=0,594 (positif) maka model regresi bernilai positif atau searah, artinya jika nilai variabel Penggunaaan Media komunikasi Intranet (X) semakin tinggi maka nilai variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) juga semakin tinggi. Selain itu apabila Penggunaan Media komunikasi Intranet bernilai 0, maka variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi akan bernilai 1.213.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, mengenai pengaruh media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap penggunaan media komunikasi intranet pada PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, mencapai nilai 76,63%, hal tersebut menunjukan bahwa penggunaan media komunikasi intranet pada PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

termasuk dalam kategoi **baik**. Artinya media komunikasi intranet sebagai sumber informasi karyawan telah memberikan kejelasan informasi,kelengkapan informasi, aktualisasi informasi serta menyediakan informasi yang dibutuhkan dengan baik dalam memenuhi kebutuhan karyawan.

2. Pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten mencapai nilai 78,88% yang termasuk dalam kategori **baik**. Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan informasi karyawan dapat terpenuhi dengan baik dengan menggunakan media komunikasi intranet.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa penggunaan media komunikasi intranet memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten sebesar 42% yang didapatkan dari perhitungan koefisien determinasi, sedangkan sisanya yaitu sebesar 58% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penggunaan media komunikasi intranet juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuha informasi karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Hal ini dapat dilihat berdasarkan analisis data menggunakan analisis regresi sederhana yang menunjukan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Penggunaan Media komunikasi Intranet terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karena 0,000 < 0,05 di mana 0,05 merupakan taraf signifikan.

4.2 Saran

4.2.1 Bagi Penelitian Lain

Saran bagi penelitian selanjunya ditujukan agar kualitas penelitian yang lebih baik kedepannya. Adapun beberapa hal yang peril diperhatikan ntuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi peneliti lain disarankan agar menggali lebih dalam mengenai uses and gratification serta variabel-variabel yang terkandung didalamnya, sehingga peneliti lain dapat melakukan penelitian menggunakan teori uses and gratification dengan komponen variabel penelitian yang lebih luas. Seperti model Prof Takeuchi yang merupakan modifikasi model Uses and Gratifications dimana pola kebutuhan adalah faktor utama yang membuat khalayak memilih media. Unsur-unsur pola kebutuhan dari model tersebut adalah *Personal Characteristics,Social Conditions, Needs, dan Gratifications Pattern* yaitu guna membandingkan hasil yang telah diteliti dengan hasil yang akan diteliti oleh peneliti lain.
2. Selain itu peneliti lain dapat meneliti media informasi lain selain intranet yang ada pada perusahaan sebagai objek penelitian seperti portal web, twitter, facebook dan media digital lainnya yang memberikan informasi tentang perusahaan.
3. Dalam penelitian selanjutnya dapat diambil populasi secara keseluruhan, apabila kondisi suatu perusahan memiliki cabang-cabang perusahaan. Hal ini agar diketahui pemerataan informasi terhadap seluruh karyawan

4.2.2 Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil penelitian,variabel penggunaan media komunikasi intranet masuk ke dalam kategori baik. Namun respon terkecil berada pada pernyataan indikator durasi penggunaan intranet pada item 3 yaitu Saya menggunakan intranet ≥ 80 menit per hari dengan persentase 71,38%. Dapat diartikan sebagian karyawan masih jarang menggunakan intranet dengan durasi ≥ 80 menit per hari. Oleh karena itu, media komunikasi intranet sebagai media informasi digital yang digunakan oleh seluruh karyawan perlu diperhatikan, dengan cara menambah ragam informasi baik internal dan eksternal perusahaan,memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan, memberikan informasi yang detail dengan referensi yang jelas, melakukan *update* informasi secara rutin, mendesain tampilan intranet dengan menarik agar pengguna intranet tidak bosan sehingga karyawan memberikan perhatian lebih untuk membuka media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten
2. Pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten melalui media komunikasi intranet termasuk kategori baik, dengan demikian akan lebih baik apabila mempertahankan serta meningkatkan kualitas media komunikasi intranet sebagai sumber informasi karyawan dengan cara, melakukan pemeliharaan jaringan intranet agar lancar saat diakses, meningkatkan kecepatan dalam merespon saran,keluhan serta masukan dari karyawan melalui melalui intranet sehingga menjadikan intranet sebagai media komunikasi internal yang interaktif dalam perusahaan.

Daftar Pustaka

[1] Yayuk, *Humas Analyst*, Mei 2015

[2] Pace, R danWayne.Faules, Don F. (2006).*Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. RemajaRosdaKarya.

[3] Robbins, Stephen P,dan Judge,Timothy A.(2008). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior).* Jakarta: Salemba Empat.

[4] *Eployee Helpdesk* PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten, Mei 2015

[5] Rakhmat, Jalaluddin.(2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

[6] Fauziyyah,HaniIsyabanidanWulanTrigartanti.(2015). *Penggunaan Media Internal Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi*.Universitas Islam Bandung. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/668. 396.

[7] Fauziyyah,Hani Isyabani danWulanTrigartanti.(2015). *Penggunaan Media Internal Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi*.Universitas Islam Bandung. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/668. 397.

[8] Sari,Arianti Permata.(2013). *Layanan pusat deposit bahan pustaka dalam memenuhi kebutuhan informasi: studi deskriptif tentang kebutuhan informasi melalui kepuasan pengguna dan kualitas pelayanan pada layanan pusat deposit bahan pustaka di Perpustakaan Nasional RI*. Universitas Airlangga.

[9] Nurudin.(2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

[10] Kountur,Ronny.(2007).*Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsidan Tesis*.Jakarta: PPM.