

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena pada dasarnya manusia tidak dapat lepas dari aktivitas komunikasi hal ini dikarenakan manusia sebagai makhluk sosial yang saling berhubungan, saling bergantung dan saling terikat satu sama lain dengan orang-orang yang berada dilingkungannya. Satu-satunya alat yang dapat dipakai untuk dapat berhubungan dengan orang lain adalah dengan komunikasi itu sendiri baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi menjadi kunci penting dalam mewujudkan tercapainya kesamaan pendapat dan tujuan yang sama diantara manusia yang satu dengan yang lainnya, serta menjadi kunci utama demi terwujudnya kemajuan dan keberhasilan suatu organisasi.

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian.¹ Tanpa adanya komunikasi maka tidak akan ada proses interaksi yang terjadi antara manusia satu dengan yang lainnya. Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun melalui media.

Proses komunikasi dapat berlangsung pada diri seseorang dan organisasi atau perusahaan. Komunikasi yang berlangsung didalam organisasi dikenal juga dengan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi dalam buku “komunikasi organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan” adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi.² Bagi sebuah organisasi atau perusahaan, baik itu perusahaan lokal maupun asing, swasta maupun milik pemerintah, yang berbasis profit

¹ Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2004), hal 9

² R.Wayne Pace & Don F Faules, *komunikasi organisasi strategi meningkatkan kinerja perusahaan* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2006) hal 33

maupun non-profit, serta dalam skala besar, menengah maupun kecil, seorang Humas memiliki peranan sangat penting sebagai jembatan komunikasi antara level top manajemen dengan seluruh karyawan yang berada didalamnya serta bagi publik atau masyarakat luas Humas tidak hanya berfungsi menciptakan dan mempertahankan citra atau *image* perusahaan dimata khalayak atau masyarakat luas saja, tapi juga harus dapat membentuk image positif dimata seluruh karyawan perusahaan.

Oleh karena itu Humas membutuhkan media internal sebagai alat pendukung untuk terciptanya komunikasi atau penyampaian pesan yang efektif dari level top manajemen kepada bawahannya serta sebaliknya. Media media yang digunakan Humas terdiri dari dua bentuk yaitu media internal dan media eksternal. Media internal dalam satu organisasi atau perusahaan dapat berbentuk majalah, tabloid, buletin, *newsletter*, *website perusahaan*, intranet perusahaan, *company profile*, *financial report*, dan masih banyak lagi jenis lainnya. Sedangkan Media Eksternal yang dibuat oleh Humas adalah media massa baik yang berbentuk media cetak ataupun elektronik.

Media internal memiliki fungsi sebagai alat publikasi organisasi kepada banyak publik, khususnya karyawan sebagai publik internal utama perusahaan sehingga komunikasi internalpun dapat tercipta dengan baik dan efektif didalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwasannya Humas didalam perusahaan memiliki tujuan utama yaitu membina dan menciptakan saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya dalam hal ini publik adalah internal dan eksternal. Publik internal perusahaan diantaranya adalah karyawan dan pimpinan perusahaan sedangkan publik eksternal perusahaan adalah masyarakat, konsumen, dan media massa.

Media komunikasi perusahaan berbeda dengan media umumnya yang bisa dipakai oleh perusahaan untuk menjangkau khalayak komersial, namun dengan menciptakan dan memanfaatkan media komunikasi sendiri sebagai tujuan non-komersial. Informasi yang dibutuhkan karyawan tentu sangat beragam namun secara umum dapat dikelompokan menjadi tiga bagian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penting 1) informasi yang bersifat memberikan penerangan, 2) informasi yang bersifat mendidik, 3) serta informasi yang memberikan hiburan³. Karena itu pimpinan dalam organisasi sering memandang karyawan mereka sebagai “publik nomor satu” atau “aset komunikasi paling penting”. Ahli hubungan internal merancang dan mengimplementasikan program komunikasi internal dengan tujuan agar karyawan tetap mendapat informasi baru dan tetap termotivasi serta menciptakan kultur organisasi.

PT Semen Padang sebagai sebuah perusahaan semen terbesar di Sumatera juga menyadari pentingnya fungsi media internal sebagai alat publikasi organisasi kepada karyawan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi perusahaan. Karyawan sebagai warga PT Semen Padang membutuhkan informasi mengenai kegiatan atau aktivitas perusahaan, kebijakan-kebijakan baru dari atasan atau perusahaan, serta informasi-informasi menarik lainnya untuk mengetahui perkembangan informasi terbaru yang terjadi didalam perusahaan serta mendapat wawasan dan pengetahuan mengenai tips-tips, trik-trik dan informasi menarik lainnya yang berguna untuk meningkatkan kerja produktivitas mereka dalam bekerja.

Media internal yang dimiliki oleh PT Semen Padang juga beragam, mulai dari Intranet, tabloid warta, *e-paper*, *walpaper* dan *screen sever*, papan pengumuman, spanduk/*billboard/pamflet/banner*, upacara bendera, *sms get away*, *e-mail*. Media komunikasi ini, tentunya diharapkan dapat membantu seluruh karyawan, baik yang berada di kantor pusat maupun kantor cabang, baik yang dari golongan buruh pabrik, staf, maupun level manajemen keatas untuk bisa mendapatkan banyak informasi yang mengenai seluruh kegiatan perusahaan, mulai dari kegiatan ataupun aktivitas internal maupun eksternal perusahaan. Selain berguna sebagai sumber informasi media internal ini juga berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan karyawan, juga berfungsi untuk membentuk *image* positif PT Semen Padang dimata mereka.

³ Effendy, Onong Ucjhana. *Hubungan Masyarakat Suatu Study Komunikologis*. (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1992), hal. 122.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh sebab itu dari beberapa media internal yang dimiliki oleh Humas PT Semen Padang penulis tertarik membahas mengenai efektifitas penggunaan media internal intranet (*smile*) dikarenakan Intranet sebagai media elektronik untuk penyebaran informasi kepada karyawan selain itu perkembangan teknologi dan informasi telah banyak digunakan oleh perusahaan, dan intranet digunakan untuk menyebarkan segala informasi baik informasi dari PT Semen Padang itu sendiri maupun informasi mengenai perusahaan yang berhubungan dengan perusahaan Semen Indonesia Group selain itu intranet sebagai salah satu media internal perusahaan yang sudah memiliki berbagai macam keunggulan dan mudah diakses dimana saja dan kapan saja, namun apakah Intranet sebagai salah satu media penyampaian informasi dari manajemen kepada karyawan sudah efektif sebagai media pemenuhan informasi bagi karyawan PT Semen Padang.

Berdasarkan data diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang keefektifan media komunikasi internal intranet (*smile*) sebagai pemenuhan kebutuhan informasi karyawan, maka penulis menulis dan menuangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul “Efektivitas penggunaan media internal portal intranet (*smile*) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Kantor Pusat PT Semen Padang”

B. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pemahaman konstektual dalam judul ini, penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang terkait yaitu:

1. **Efektifitas**, diartikan sebagai dampak atau semua jenis perubahan yang terjadi dalam diri seseorang setelah menerima suatu pesan dari suatu sumber. Perubahan tersebut meliputi perubahan sikap, perubahan pengetahuan, dan perubahan prilakunya.⁴
2. **Media Internal**, Media komunikasi internal adalah media yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada pendengar atau pembaca (*audiency*) baik cetak maupun elektronik.⁵

⁴ Andre Harjana, *Audit Komunikasi. Teori dan Praktek*, (Jakarta, PT Grafindo, 2000), hal

⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Konsepi dan aplikasi (cetakan ke-7)*, (Jakarta PT Raja Grafindo Persada, 2006),hal 201-202

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **Portal Intranet**, Intranet adalah jaringan komputer dalam perusahaan yang menggunakan komunikasi data standar seperti dalam internet. Artinya, kita dapat menggunakan semua fasilitas internet untuk kebutuhan dalam perusahaan. Secara umum teknologi yang digunakan antara internet dan intranet adalah sama. Namun, terdapat perbedaan di antara keduanya dari perspektif jangkauan dan lingkup penggunaannya. Jangkauan dan lingkup intranet adalah publik internal dalam se-buah perusahaan, sedangkan internet mencakup masyarakat/khalayak luas tanpa batasan ruang dan waktu ⁶.
4. **Kebutuhan Informasi**, segala bentuk informasi yang dibutuhkan oleh karyawan mengenai kebijakan, produk baru, dan aktifitas perusahaan.
5. **Karyawan**, Karyawan meliputi semua orang yang bekerja atau menunjang suatu organisasi yakni mulai dari puncak pimpinan (pihak manajemen) sampai kepada pelaksana operasional mereka bisa terpusat disuatu gedung atau pula terpecah di beberapa daerah atau tempat dengan variasi jabatan disertai dengan variasi pendapatan, status, sosial, etnis dan unsur lainnya. ⁷

C. Rmusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a) Intranet sebagai salah satu media internal perusahaan yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja tentu akan lebih memudahkan karyawan dalam menerima informasi yang diberikan, akan tetapi dalam hal ini dari sekian banyak media internal perusahaan apakah media internal portal intranet cukup eksis dan dikenal oleh karyawan PT Semen Padang.
- b) Dengan adanya media portal intranet ini apakah media tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi karyawan.

⁶ Tung, Khoe Yao. (2001). *Teknologi Jaringan Intranet*. Yogyakarta: Andi

⁷ Josep A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta, 1997), hal 94

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diperoleh oleh penulis, peneliti membatasi pokok permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang Efektifitas Penggunaan Media Internal Portal Intranet (smile) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Semen Padang.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang diatas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana efektifitas penggunaan media internal intranet (smile) sebagai pemenuhan informasi kepada karyawan PT Semen Padang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui evektivitas media internal portal intranet (smile) sebagai media pemenuhan kebutuhan karyawan PT Semen Padang.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Secara teoritis

- Sebagai langkah awal bagi peneliti untuk dapat mengembangkan teori-teori yang didapat penulis selama mengikuti perkuliahan yang sesuai dengan konsentrasi di fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
- Untuk mendapatkan data yang nyata mengenai efektifitas media internal perusahaan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT Semen Padang.

2. Secara Praktis

- Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sebagai bahan pertimbangan bagi Humas PT Semen Padang Dalam

menggunakan media internal yang efektif dalam menyebarkan informasi kepada karyawan.

- b. Bagi peneliti diharapkan dapat memberikan pengalaman dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan maupun studi secara mandiri.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pembaca dalam memahami dan menelusuri dari tulisan ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dalam beberapa bab dan sub-sub bab yang merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini terdiri dari latar belakang penulisan dalam pemilihan judul, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang dilakukan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan kajian teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, kajian terdahulu, operasional variabel dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini meliputi objek ruang lingkup penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas instrumen, populasi dan sampel, teknik analisis data, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bagian ini terdiri dari sejarah berdirinya Lembaga

BAB V : HASIL PENELITIAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Berisikan kesimpulan, kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan yang akan datang



DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.