

Pengaruh Efektivitas Media Internal *E-Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Palembang

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana S1**



OLEH :

BERNADETHA MARIA NOVINTA

NIM. 07031181520016

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

HALAMAN PENGESAHAN

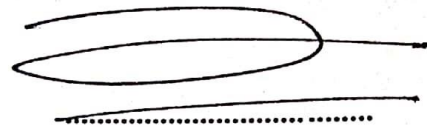
PENGARUH EFEKTIVITAS MEDIA INTERNAL *ELECTRONIC OFFICE*
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PT.
KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVRE III PALEMBANG

SKRIPSI

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 16 Mei 2019

1. Prof. Dr. Alfitri, M.Si

NIP.196601221990031004



2. Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199005142015042001



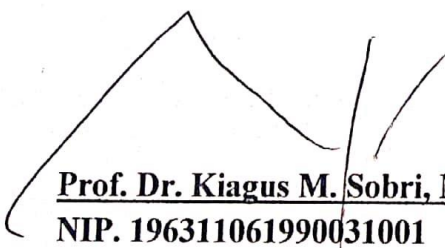
Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan
Ilmu Komunikasi,

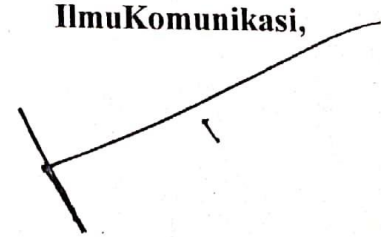
Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si.

NIP. 196311061990031001



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

PENGARUH EFEKTIVITAS MEDIA INTERNAL *ELECTRONIC OFFICE*
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PT.
KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVRE III PALEMBANG

SKRIPSI

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 16 Mei 2019

Pembimbing:

1. Prof. Dr. Alfitri, M.Si

NIP.196601221990031004

2. Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199005142015042001

Penguji :

1. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si

NIP. 197805122002121003

2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si

NIP. 198411052008121003

Mengetahui, *msy*

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bernadetha Maria Novinta
NIM : 07031181520016
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 25 Mei 1997
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Hubungan Masyarakat
Judul Tesis : Pengaruh Efektivitas Media Internal *Electronic Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Bernadetha Maria Novinta
NIM. 07031181520016

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 11 |
| 2.2 Efektivitas Media | 11 |
| 2.3 Beberapa Teori Efektivitas Media..... | 14 |
| 2.4 kebutuhan informasi..... | 18 |
| 2.5 Teori Kebutuhan Informasi | 20 |
| 2.6 E-Office..... | 21 |
| 2.7 Teori <i>Uses and Effect</i> | 23 |
| 2.8 Teori yang Digunaan..... | 24 |
| 2.9 Penelitian Terdahulu | 27 |
| 2.10 Pengaruh Antar Variabel..... | 29 |
| 2.11 Alur Pemikiran | 30 |
| BAB III | |
| METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 35 |
| 3.2 Definisi Konsep..... | 35 |
| 3.3 Definisi Operasional..... | 36 |
| 3.4 Unit Analisis dan Populasi | 39 |
| 3.4.1 Unit Analisis | 39 |
| 3.4.2 Populasi..... | 39 |
| 3.4.3 Sampel..... | 39 |
| 3.5 Jenis Data dan Sumber Data..... | 40 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1 Jenis Data | 40 |
| 3.5.2 Sumber Data..... | 40 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 42 |
| 3.7.1 Instrumen Penelitian..... | 42 |
| 3.7.1.1 Uji Validitas | 42 |
| 3.7.1.2 Uji Realibilitas..... | 43 |
| 3.7.2 Konversi Skala Data Ordinal ke Interval | 44 |
| 3.8 Uji Normalitas | 44 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 45 |
| 3.8.1 Teknik Analisis Deskriptif | 45 |
| 3.8.2 Analisis Eksplanatif | 45 |
| 3.8.3 Pengujian Hipotesis..... | 47 |
| 3.9 Jadwal Penelitian..... | 48 |
| BAB IV | |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 51 |
| 4.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) | 51 |
| 4.2 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang | 55 |
| 4.3 Arti Logo Perusahaan..... | 58 |
| 4.4 Visi dan Misi Perusahaan..... | 58 |
| 4.5 Budaya Perusahaan | 59 |
| 4.6 Slogan Perusahaan | 60 |
| 4.7 Struktur Organisasi | 61 |
| 4.8 Uraian Tugas | 62 |
| BAB V | |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 66 |
| 5.1 Pembahasan Data dengan Teknik Deskriptif Kuantitatif | 66 |
| 5.1.1 Jangkauan Pembaca..... | 66 |
| 5.1.1.1 Seluruh Karyawan Dapat Mengakses <i>E-Office</i> | 68 |
| 5.1.1.2 <i>E-Office</i> Mampu Menjangkau Seluruh Lokasi Karyawan | 68 |
| 5.1.1.3 Semua Jabatan Bisa Mengakses <i>E-Office</i> | 70 |
| 5.1.2 Tanggapan Pembaca..... | 72 |
| 5.1.2.1 Karyawan Aktif Menyampaikan opini / <i>feedback</i> | 73 |
| 5.1.2.2 Karyawan Aktif Berdiskusi | 75 |
| 5.1.2.3 Karyawan memanfaatkan Kolom Komentar | 78 |
| 5.1.3 Pengetahuan Terhadap Media | 80 |
| 5.1.3.1 <i>E-office</i> Memberikan Informasi yang Lengkap | 81 |
| 5.1.3.2 <i>E-office</i> Memberikan informasi yang bermanfaat..... | 83 |
| 5.1.3.3 <i>E-office</i> Memberikan Informasi yang Mudah dimengerti | 85 |
| 5.1.3.4 <i>E-office</i> Memberikan Informasi yang benar | 87 |

| | |
|--|-----|
| 5.1.3.5 Kontent <i>E-office</i> Menarik..... | 89 |
| 5.1.4 Pengaruh Media..... | 92 |
| 5.1.4.1 Karyawan Menaati Seluruh Kebijakan dan Peraturan | 93 |
| 5.1.4.2 Karyawan Selalu Mengakses <i>E-Office</i> | 94 |
| 5.2.1 Kebutuhan Informasi Mutakhir | 98 |
| 5.2.1.1 Karyawan Selalu Mendapatkan Informasi Terbaru | 98 |
| 5.2.1.2 Karyawan Mendapatkan Informasi Tepat Waktu | 100 |
| 5.2.2 Kebutuhan Informasi Rutin | 102 |
| 5.2.2.1 Karyawan Mendapatkan Informasi Secara Cepat | 102 |
| 5.2.2.2 Karyawan Mendapatkan Informasi Relevan | 105 |
| 5.2.3 Kebutuhan Informasi Mendalam..... | 108 |
| 5.2.3.1 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Lengkap | 109 |
| 5.2.3.2 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Akurat | 110 |
| 5.2.3.3 Karyawan Percaya dengan Informasi yang disajikan | 111 |
| 5.2.4 Kebutuhan Informasi Sekilas | 114 |
| 5.2.4.1 Karyawan Mendapatkan Informasi yang singkat dan Jelas | 114 |
| 5.2.4.2 Topik Informasi Jelas | 117 |
| 5.2.4.3 Judul Berita Mewakili Isi Berita | 119 |
| 5.2 Pembahasan Data dengan Teknik Analisis Eksplanatif dengan Menggunakan Regresi Linier Sederhana | 122 |

BAB VI

| | |
|----------------------|-----|
| PENUTUP | 136 |
| 6.1 Kesimpulan | 136 |
| 6.2 Saran..... | 137 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Tampilan Media Internal <i>e-office</i> | 21 |
| Gambar 2.2 Model Teori <i>Uses and Effect</i> | 24 |
| Gambar 2.3 Alur Pemikiran | 34 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan | 58 |
| Gambar 4.2 Budaya Perusahaan..... | 59 |
| Gambar 4.3 Slogan Perusahaan..... | 60 |
| Gambar 4.4 Struktur Organisasi | 61 |
| Gambar 5.1 karyawan sedang berdiskusi di <i>e-office</i> | 76 |
| Gambar 5.2 Grafik P-P Plot | 125 |
| Gambar 5.2 Histogram | 126 |
| Gambar 5.3 Efektivitas media Internal <i>E-office</i> mempengaruhi PemenuhanKebutuhan Informasi Karyawan... | 127 |

Tabel

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 jumlah pengakses <i>e-office</i> | 8 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional | 37 |
| Tabel 3.2 Bobot Kuesioner Penelitian | 42 |
| Tabel 3.3 Jadwal Penelitian | 49 |
| Tabel 4.1 Rangkaian Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero) | 58 |
| Tabel 5.1 Kriteria Penilaian..... | 66 |
| Tabel 5.2 Karyawan Mudah Mengakses <i>E-Office</i> | 67 |
| Tabel 5.3 <i>E-Office</i> Mampu Menjangkau Seluruh Lokasi Karyawan | 69 |
| Tabel 5.4 Semua Jabatan Dapat Mengakses <i>E-Office</i> | 70 |
| Tabel 5.5 Rekapitulasi Penilaian Skor Dimensi 1 | 72 |
| Tabel 5.6 Kriteria penilaian skor dimensi 2 | 73 |
| Tabel 5.7 Karyawan Aktif Menyampaikan Tanggapan dan Opini | 74 |
| Tabel 5.8 Karyawan aktif berdiskusi dengan karyawan yang lainnya..... | 76 |
| Tabel 5.9 karyawan memanfaatkan kolom komentar | 78 |
| Tabel 5.10 Rekapitulasi dimensi 2 | 80 |
| Tabel 5.11 Kriteria Penilaian Skor dimensi 3 | 81 |
| Tabel 5.12 <i>E-office</i> memberikan informasi yang lengkap | 82 |
| Tabel 5.13 <i>E-office</i> memberikan informasi yang bermanfaat..... | 84 |
| Tabel 5.14 <i>E-office</i> Menyajikan Informasi yang Mudah Dimengerti | 86 |
| Tabel 5.15 <i>E-office</i> Menyajikan Informasi yang Benar | 88 |
| Tabel 5.16 Kontent <i>E-office</i> Menarik..... | 90 |
| Tabel 5.17 Rekapitulasi dimensi 3 | 92 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 5.18 Kriteria Penilaian skor dimensi 4..... | 93 |
| Tabel 5.19 Karyawan Menaati Seluruh Kebijakan dan Peraturan | 94 |
| Tabel 5.20 Karyawan Selalu Menggunakan <i>E-office</i> | 96 |
| Tabel 5.21 Rekapitulasi dimensi 4 | 97 |
| Tabel 5.22 Kriteria Penilaian skor dimensi 1 kebutuhan informasi..... | 98 |
| Tabel 5.23 Karyawan Selalu Mendapatkan Informasi Terbaru | 99 |
| Tabel 5.24 Karyawan selalu mendapatkan informasi tepat waktu..... | 101 |
| Tabel 5.25 Rekapitulasi dimensi 1 kebutuhan informasi | 102 |
| Tabel 5.26 Kriteria Penilaian skor dimensi 2 Keb.informasi..... | 103 |
| Tabel 5.27 Karyawan Selalu Mendapatkan Informasi Secara Cepat | 104 |
| Tabel 5.28 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Relevan | 106 |
| Tabel 5.29 Rekapitulasi dimensi 2 keb. informasi | 107 |
| Tabel 5.30 Kriteria penilaian skor dimensi 3 keb. informasi | 108 |
| Tabel 5.31 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Lengkap | 109 |
| Tabel. 5.32 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Akurat | 111 |
| Tabel 5.33 Karyawan merasa percaya dengan informasi yang disajikan | 113 |
| Tabel 5.34 Rekapitulasi dimensi 3 keb.informasi | 114 |
| Tabel 5.35 Kriteria Penilaian Skor dimensi 5 keb.informasi | 115 |
| Tabel 5.36 Karyawan Mendapatkan Informasi yang Ringkas dan Jelas..... | 116 |
| Tabel 5.37 Topik yang Diangkat Jelas | 118 |
| Tabel 5.38 Judul Mewakili Isi Berita | 119 |
| Tabel 5.39 Rekapitulasi dimensi 4 keb informasi | 120 |
| Tabel 5.40 Rekapitulasi Klasifikasi Penilaian..... | 121 |
| Tabel 5.41 Uji Validitas Variabel X..... | 123 |
| Tabel 5.42 Uji Validitas Variabel Y..... | 123 |
| Tabel 5.43 Uji Reliabilitas | 124 |
| Tabel 5.44 Uji Normalitas..... | 124 |
| Tabel 5.45 Koefisien | 126 |
| Tabel 5.46 Uji Nilai Signifikasi | 127 |
| Tabel 5.47 Koefisien Regresi Sederhana | 128 |
| Tabel 5.48 Hasil Korelasi Pengaruh Efektivitas Media Internal E-Office Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi..... | 129 |
| Tabel 5.49 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-rata Skor | 129 |
| Tabel 5.50 Uji Hipotesis..... | 130 |
| Tabel 5.51 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dengan Menggunakan SPSS Versi 17.0 | 133 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Kuisisioner

Lampiran 2 Uji Reliabilitas

Lampiran 3 Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 5 Grafik P-P Plot

Lampiran 6 Histogram

Lampiran 7 Uji Korelasi

Lampiran 8 Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi

Lampiran 9 Uji Linieritas

Lampiran 10 Uji Heterokedasitas

Lampiran 11 Konversi Data Ordinal ke Interval

Lampiran 12 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden

Lampiran 13 t-tabel

ABSTRAK

Judul karya ilmiah ini adalah Pengaruh Efektivitas Media Internal *Electronic Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara efektivitas media internal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dan seberapa besar pengaruh efektivitas media internal *electronic office* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Selanjutnya penelitian ini menggunakan teori Efektivitas Media Internal dan teori kebutuhan informasi dengan didukung oleh teori *uses and effect*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sample yang digunakan sebanyak 95 karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuisisioner, observasi dan studi dokumentasi. Pegujian data menggunakan uji instrumen, analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media internal *e-office* memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel yaitu $7,178 > 1,986$. Hasil kedua disimpulkan bahwa besarnya pengaruh efektivitas media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang sebesar 35,7% dan sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh faktor dari luar.

Kata kunci: Efektivitas Media Internal, *Electronic Office*, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

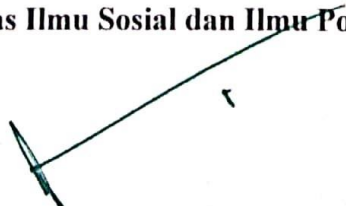


Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1990051412015042001

Palembang, 27 Mei 2019

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

The title of this scientific paper is the *Effect of Internal Electronic Office Media Effectiveness on Fulfilling Information Needs of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang*. The research aims to determine how much influence the effectiveness of Electronic Office internal media on meeting the information needs of employees of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Furthermore, this research uses the theory of Internal Media Effectiveness according and theory of Information Needs and supported by uses and effect theory. This type of research is quantitative. The sample used was 95 employees of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang. Data collection techniques used are the distribution of questionnaires, observation and documentation studies. The compilation of data was using the instrument test, simple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that e-office internal media is effective for meeting employee information needs. The second result concludes that Internal Electronic Office Media Effectiveness consisted of Reader Reach, Reader Response, Media Knowledge and Media Influence there was a significant influence on meeting employee information needs consisting of the latest information needs, routine information needs, in-depth information needs and information needs at a glance that can be seen from $t_{count} > t_{table}$ which is $7.178 > 1.986$. While the magnitude of the effect of media effectiveness on meeting the information needs of PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang for 35.7% and others 64,3% from factor eksternal.

Keywords: *Internal Media Effectiveness, Electronic Office, Fulfillment of Information Needs.*

Advisor I

Advisor II



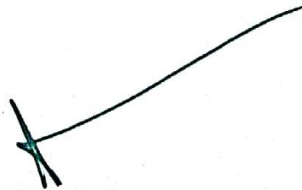
Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1990051412015042001

Palembang, 27 Mei 2019

Chair of the Communication Study Program
Faculty of Social and Political Sciences



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan komunikasi dan proses pemenuhan kebutuhan akan informasi terjadi disegala bidang kehidupan, tak terkecuali di dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan apa yang ada dipikirkannya kepada orang lain sehingga dapat mencapai suatu pengertian dari apa yang ada dipikirkannya dan juga dapat tercapai tujuan dari seorang itu. Komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan perusahaan termasuk untuk perkembangan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, jika tanpa komunikasi maka perusahaan tak akan dapat menjadi seperti apa yang diharapkan dan tidak dapat mencapai tujuannya secara efektif.

Komunikasi yang terjalin dengan baik dan efektif akan mempermudah proses kerja dan menambah pengetahuan karyawan tentang perkembangan usaha perusahaan, dan pada akhirnya diharapkan melalui kinerja yang baik yang dibangun oleh para karyawan akan memberi pengaruh positif terhadap performa perusahaan dan memuaskan *stakeholders* perusahaan, yang di dalamnya terdapat pemegang saham dan masyarakat. Oleh karena pentingnya komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan menjadi penting bagi sebuah perusahaan untuk mengandalkan pihak yang mampu merancang serta melaksanakan proses komunikasi secara baik sehingga dapat tercapainya maksud dan tujuan perusahaan. Dalam kehidupan perusahaan komunikasi sangat penting agar dapat menciptakan proses kerja yang berjalan lancar, berhasil dan mencapai tujuan. Untuk itu memerlukan efektivitas komunikasi guna untuk menciptakan proses kerja yang berjalan lancar, berhasil dan mencapai tujuan.

Proses penyampaian informasi di dalam perusahaan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh karena itu perusahaan harus memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan dan sebagai media komunikasi perusahaan. Dalam penyampaian logo perusahaan yang baru, termasuk dalam komunikasi ke bawah (*downward communication*), dimana di dalam proses penyampaian informasi dari atasan ke bawahan tersebut dibutuhkan media komunikasi internal. Media komunikasi memiliki kemampuan untuk lebih menunjang suatu keberhasilan penyampaian pesan yang diinginkan. Tujuan diadakannya media komunikasi internal pada korporasi dalam penyelenggaraan kegiatan komunikasi yaitu sebagai langkah aktif korporasi atau organisasi untuk membina hubungan baik terhadap setiap pihak internal perusahaan. Pemilihan media sebagai saluran pengiriman pesan komunikasi merupakan faktor yang perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian pesan.

Perusahaan dapat memilih secara tepat media apa yang akan digunakan dan dinilai paling efektif untuk kepentingan perusahaan dalam mencapai keberhasilan komunikasi *internal* dan *eksternal*. Pemilihan media internal sebagai saluran komunikasi antar karyawan dan manajemen perusahaan menjadi hal yang sangat tepat. Media merupakan saluran, sarana penghubung, atau alat-alat komunikasi. Media korporasi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua pihak yang berhubungan yaitu antara korporasi dan pembaca. Media korporasi sendiri dihasilkan oleh *public relations* dan dikenal dengan nama media internal. Media internal adalah salah satu media komunikasi korporasi yang digunakan oleh perusahaan sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas, seperti karyawan (Soemirat & Ardianto, 2003: 21)

Apabila media internal telah memenuhi kepentingan antara korporasi dan karyawannya, maka dapat dikatakan media internal tersebut efektif. Hardjana dalam bukunya yang berjudul *Audit Komunikasi, Teori, dan Praktek*

(2000:23) menjabarkan suatu media internal dapat dikatakan efektif apabila memenuhi enam syarat. Syarat-syarat tersebut yaitu penerima atau pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), media komunikasi (*media*), format, dan sumber pesan (*source*). Semakin pembaca memiliki keterikatan dengan media internal dari suatu perusahaan, maka media internal yang dibuat akan semakin efektif (Ashadi, 2000: 17).

Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting dan diperlukan oleh manusia karena informasi dapat merubah dan mempengaruhi setiap perilaku manusia. Begitu juga informasi dalam suatu perusahaan yang memiliki pengaruh dan peranan yang penting bagi perusahaan tersebut. Di Zaman modern ini perusahaan memanfaatkan media untuk menyebarluaskan informasi. Di dalam suatu perusahaan ada informasi yang harus diketahui oleh seluruh publik, baik publik internalnya yaitu karyawan maupun publik eksternalnya. Informasi memegang peranan yang penting dalam perusahaan, karena informasi dapat menghilangkan keraguan dan ketidakpastian serta mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu perusahaan harus menjamin seluruh karyawan memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Untuk itu penyampaian informasi harus dilakukan secara efektif.

Pentingnya media mulai disadari oleh organisasi. Dibutuhkan suatu strategi tertentu dan juga upaya kongkrit dalam menjalin hubungan baik antara organisasi dengan media massa. Hal ini dikarenakan, media akan menjadi rekan kerja bagi praktisi *Public Relations* dalam penyampaian informasi ke publik dan berharap informasi tersebut dapat membangun pemahaman yang positif akan organisasi. Seperti yang diungkapkan oleh Diah Wardhani, organisasi atau perusahaan membutuhkan media massa dalam penyampaian pesannya ke khalayak luas dan berharap publikasinya akan membangun persepsi/opini yang positif dari khalayak (Wardhani, 2008: 8). Namun, untuk mempublikasikan informasi mengenai organisasi memang bukanlah hal yang mudah. Publikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* tidak hanya bertujuan untuk menciptakan pencitraan namun juga untuk membangun serta mempertahankan hubungan yang baik dengan publiknya.

Penerapan teknologi informasi pada sebuah organisasi atau instansi perusahaan akan meningkatkan efektivitas kerja, didukung dengan fasilitas baru bernama internet sebagai salah satu bentuk percepatan teknologi komunikasi (Siregar, 2000: 25). Salah satu bentuk pemanfaatan internet di perusahaan adalah media internal *e-office* yang dijadikan sebagai media penyampaian informasi ke publik internalnya atau karyawan. Media internal merupakan alat komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada khalayak internal yaitu karyawan.

Salah satu bagian di dalam perusahaan yang mengemban tugas dalam merancang serta menyampaikan informasi kepada publik perusahaan, baik internal maupun eksternal adalah Humas. Media internal dibuat oleh Humas untuk menginformasikan kebijakan - kebijakan perusahaan, dokumentasi acara, dan informasi penting lainnya karena semua karyawan berhak untuk menerima informasi apapun tentang perusahaan. Dengan kata lain, media internal dibuat untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi mengenai perusahaan. Pada akhirnya menjadi sebuah tanggung jawab sekaligus tantangan bagi Humas suatu perusahaan untuk dapat mengelola media internal sedemikian rupa, baik meninjau dari bentuk pesan, pengemasan hingga keterterimaan media internal tersebut pada khalayak sasaran yang dalam hal ini ditujukan kepada karyawan perusahaan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang transportasi darat terbesar di Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kantor layanan yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya yaitu di kota Palembang atau yang dikenal dengan nama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dengan jumlah pegawai serta lingkup kerja yang luas. Untuk itu, diperlukan adanya hubungan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publik internal maupun eksternalnya.

Komunikasi internal diperlukan untuk menjaga hubungan dengan publik internal tetap terjaga. Sebaliknya, komunikasi eksternal diperlukan untuk menjaga hubungan dengan publik eksternal agar tetap terjaga dengan baik terutama menyangkut citra dan reputasi perusahaan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang saat ini memiliki 2.100 karyawan. Dengan melihat banyaknya karyawan tersebut, maka sarana komunikasi perlu disampaikan secara efektif untuk publik internal itu sendiri. Akhirnya hal ini disiasati oleh divisi humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dengan menggunakan media internal perusahaan. *E-Office* akhirnya berperan menjadi media internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang yang diharapkan dapat memberikan komunikasi yang efektif dengan memberikan dua kepentingan didalamnya yaitu kepentingan korporasi dan karyawan.

Keberadaan media memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Proses penyampaian dan penyebarluasan informasi saat ini dapat dilakukan secara cepat dan mudah dengan menggunakan sistem teknologi yang melibatkan media perusahaan. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang sebelumnya menggunakan sistem administrasi perkantoran secara manual sehingga diperlukan waktu dan tenaga dalam pendistribusian dokumen antar pegawai. Selain itu pula pada sistem administrasi perkantoran secara manual dibutuhkan cukup banyak persediaan alat tulis kantor terutama kertas, ditambah lagi diperlukan waktu yang cukup lama dalam proses pencarian dokumen dan dibutuhkan ruangan tambahan untuk penyimpanan. Oleh karena itu dalam perjalanannya, Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang memanfaatkan salah satu bentuk media internal berupa aplikasi untuk meningkatkan komunikasi di antara karyawan maupun memenuhi kebutuhan informasi mereka. Seperti aplikasi perkantoran *e-office* yang merupakan suatu aplikasi pengganti proses administrasi berbasis manual ke proses berbasis elektronik dengan memanfaatkan jaringan lokal. Layanan *e-office* memberikan kemudahan bagi perusahaan dan instansi dalam melakukan pengelolaan persuratan di dalam perusahaan.

Electronic Office (e-office) adalah suatu sistem yang berhubungan dengan administrasi, secara maya memusatkan komponen-komponen sebuah organisasi dimana data, informasi, dan komunikasi dibuat melalui media telekomunikasi. Dengan penggunaan aplikasi tersebut dapat memudahkan karyawan dalam kepengurusan administrasi dengan berbasis administrasi web jaringan yang bersifat paperless (mengurangi penggunaan kertas) serta informasi dapat tersampaikan dengan cepat, mudah dan terbaru (*up to date*). Namun dengan kemajuan teknologi *e-office* ini belum semua perusahaan menggunakan *e-office* sebagai media internalnya. Salah satu penyebab kurang berkembangnya pemanfaatan *e-office* di Indonesia adalah kurangnya infrastruktur dan aplikasi pendukung teknologi informasi di lingkungan kantor atau perusahaan. Ditambah dengan budaya dan perilaku karyawan yang enggan untuk mulai memanfaatkan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan perkantoran.

Pada aplikasi *e-office*, karyawan tidak hanya mendapatkan seluruh informasi yang diinginkan seperti dokumen, surat masuk dan keluar, pengumuman, data karyawan dan lain sebagainya namun juga dengan aplikasi *e-office* karyawan dapat berkomunikasi dan melakukan diskusi dengan karyawan lainnya yang tidak hanya berada di satu daerah atau kantor yang sama melainkan seluruh karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di seluruh daerah di Indonesia seperti di Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Bandung, dan kota lainnya. *E-office* PT Kereta Api dapat diakses di www.eoffice.kereta-api.co.id. Keunggulan dari *e-office* pun sangat banyak antara lain database sistem disimpan secara terpadu di server terpusat, sistem diakses secara online dan menampilkan data secara *realtime* kapan saja dan dimana saja, sistem dapat diintegrasikan dengan layanan SMS & *Email broadcast* untuk notifikasi kepada pengguna, menyediakan berbagai laporan yang dibutuhkan dan

menyajikan data dengan grafis pie chart/bar, dan sistem dirancang untuk mudah diakses melalui perangkat mobile seperti *smartphone* dan tablet.

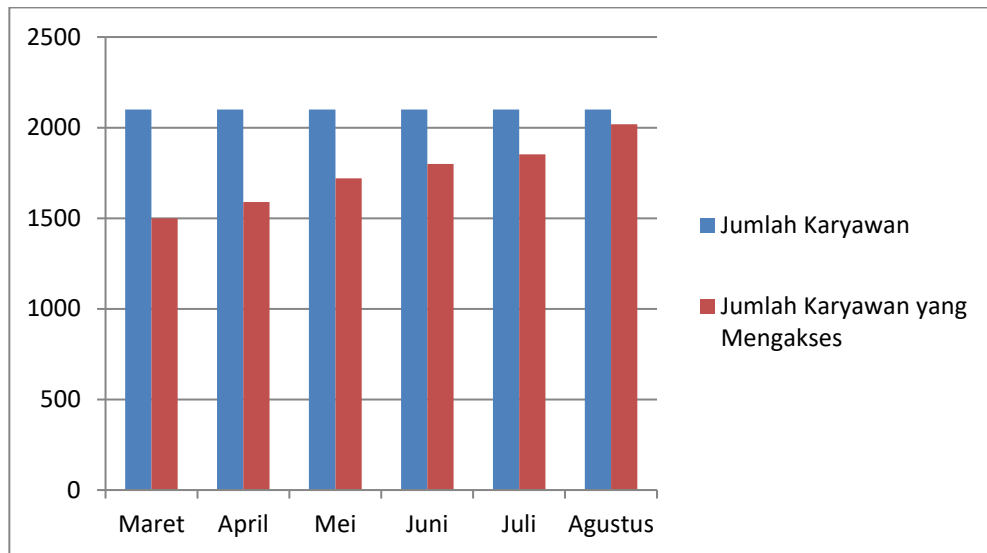
E-office PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki berbagai fitur yaitu data karyawan, absensi, dokumen dan arsip perusahaan, info dan berita, pengajuan cuti, perjalanan dinas, pengumuman, surat masuk, surat keluar, dan forum diskusi. Itu semua bisa diakses oleh seluruh karyawan kapan pun dan dimanapun. *E-office* menunjukkan kemajuan teknologi yang semakin canggih dan membuktikan bahwa mudahnya publik perusahaan dalam mengakses informasi dan berita terbaru yang dimana dalam penyampaian informasi pun membutuhkan suatu komunikasi yang efektif. Menurut Hidayat, efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) telah tercapai. Dimana, makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.

Dalam komunikasi suatu instansi atau organisasi, media internal merupakan sarana untuk mendapatkan informasi mengenai instansi serta meningkatkan produktivitas dan kinerja. Dengan komunikasi yang lancar antara atasan dengan bawahan maka akan menciptakan hubungan baik dengan segenap publik internal atau instansi dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya dalam hal kepuasan informasi. Pemilihan media komunikasi internal yang tepat sangatlah penting agar pesan dapat tersampaikan dengan benar kepada setiap pihak internal perusahaan.

Sejak tahun 2013 PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang mengubah caranya didalam menyampaikan informasi kepada seluruh karyawan yang semula hanya menggunakan Majalah “KONTAK” kini memanfaatkan perkembangan teknologi berupa *elektronik office (e-office)* sebagai media komunikasi dan media penyebaran informasi kepada seluruh karyawan. Dengan menggunakan *elektronik office (e-office)* yang berbasis intranet dianggap paling efektif didalam menyebarkan informasi, karena media ini dapat dijangkau oleh seluruh karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dengan jumlah karyawan yang cukup banyak yaitu 3.520 karyawan, serta tampilan yang dibuat dalam *elektronik office (e-office)* menarik untuk dilihat dan informasi yang disajikan lengkap dan *up to date* dan menarik untuk dibaca oleh seluruh publik internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang.

Electronic Office (e-office) ini di perbaharui setiap harinya jika ada informasi atau berita baru. Setiap bulan jumlah pengakses *Electronic Office (e-office)* kian bertambah terhitung dari bulan Maret – Agustus 2018. Berikut jumlah data karyawan yang mengakses *Elektronik office (E-office)*

Tabel 1.1 Jumlah pengakses *Elektronik Office*



Sumber : PT Kereta Api Indonesia (Persero) Persero Divre III Palembang dan diolah Penulis

Melalui grafik tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah karyawan yang mengakses *e-office* terus bertambah terhitung mulai dari bulan Maret, April, Mei, Juni, Juli, Agustus di tahun 2018. Jumlah karyawan yang mengakses *e-office* setiap bulannya terus meningkat 4,8% setiap bulannya. Dengan data terakhir di bulan Agustus sebanyak 96% karyawan yang mengakses *e-office*. Dengan terus bertambahnya jumlah pengakses *e-office*, yang berarti minat dari karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang cukup tinggi terhadap informasi yang ingin mereka ketahui.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) divre III Palembang pada tahun 2013 meluncurkan inovasi terbaru dalam media komunikasi internal dan menyebarkan informasi kepada seluruh karyawan dengan memanfaatkan teknologi dan internet untuk mengaksesnya. Media internet dianggap cukup efektif karena dapat dengan mudah dan cepat dalam mengakses berita atau informasi yang dibutuhkan baik berita internal maupun eksternal serta karyawan mendukung program humas didalam menyebarkan informasi melalui *e-office* karena karyawan menganggap dengan adanya *e-office* maka mereka dapat dengan mudah mencari berita. Begitu pula sebaliknya, jika karyawan tidak mengakses *e-office* maka karyawan akan sulit mendapatkan informasi secara cepat dan mudah, tidak mengetahui hal baru seputar perusahaan dan minimnya informasi tentang perusahaan.

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi penulis tertarik meneliti mengenai Pengaruh Efektivitas Media Internal *E-Office* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang, yaitu bertambahnya jumlah karyawan yang mengakses *Elektronik Office (E-Office)* dan *E-office* merupakan media baru yang digunakan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dalam menyebarkan informasi. Namun ada beberapa masalah yang dihadapi karyawan dalam mendapatkan informasi yakni sulitnya mengakses *e-office* karena adanya gangguan sinyal atau koneksi yang buruk, karyawan tidak mendapatkan seluruh informasi yang mereka butuhkan, keterlambatan dalam mengupdate informasi, dan *e-office* yang hanya dapat diakses menggunakan komputer dan tidak dapat diakses menggunakan *handphone* karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meneliti seberapa pengaruh efektivitas media internal *e-office* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Ada Pengaruh Efektivitas Media Internal *Electronic Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang?
2. Seberapa Besar Pengaruh Efektivitas Media Internal *Electronic Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Efektivitas Media Internal *Electronic Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang
2. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Efektivitas Media Internal *E-Office* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan keilmuan dalam penelitian selanjutnya
2. Untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya efektivitas komunikasi

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai acuan untuk melihat seberapa besar efektivitas media internal *e-office* yang dimiliki oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan.
2. Sebagai masukan kepada pihak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Palembang untuk meningkatkan performa aplikasi *e-office* sebagai media internal perusahaan sehingga media internal tersebut menjadi efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amsyah, Zulkifli, 2000. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ardianto, Elvinaro, 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arni, Muhammad, 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Kedua*, Raja Grafindo Persada.
- Cultrip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom, 2009. *Effective Public Relations, Edisi 9*, Jakarta: Kencana
- Effendi, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Hardiman, Ima & Bewinda, Rike. 2008. *Seri Pintar PR 3 Inhouse Magazine Panduan Membuat Majalah Internal*. Jakarta: PT Buku Kita
- Hardjana, Andre, 2000. *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Grafindo
- Herimanto, Bambang, Assumpta Rumanti dan FX Indrojiono, 2007. *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations edisi kelima*. Jakarta: Erlangga
- Lattimore, Dan., Baskin, Otis., Heiman., Suzette T. 2010. *Public Relation: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Selemba Humanika
- Kriyanto, Rachmat, 2008. *Public Relation Writing: Teknik Produksi Media Public Relation dan Publisitas Corporate*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- _____. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* Jakarta: Kencana Prenadamedia
- Laksamana, Agung. 2010. *Internal Public Relation*. Jakarta: PT Gramedia
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy, 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Rivers, William dan Theodore Peterson, 2008. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana
- Rumanti, Maria Assumpta, 2002. *Dasar – Dasar Public Relation Teori dan Praktik*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, Rosady, 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*., Jakarta: Raja Grafindo Persada
- _____. 2006. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Siregar, Ashadi, dan Rondang Pasaribu. 2000. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi-Organisasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Soemirat, Soleh dan Elvanaro Ardianto. 2003. *Dasar – Dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
Yusup, Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Jurnal:

Imran, Maharani. 2011. Peran *Intranet dalam Menjembatani Komunikasi Internal di Corporate*. Vol. 2, No. 1, hlm 1 – 12.

Karman, BPPKI Jakarta. 2013. Riset Penggunaan Media dan Perkembangan Kini. <https://jurnal.kominfo.go.id/> diunduh pada tanggal 02 Februari 2019

Sankarto, Bambang dan Maman Permana. 2008. *Identifikasi Kebutuhan Informasi Melalui Teknik Pengamatan, Wawancara, dan Angket*.

Suhartoni, Siregar. 2009. *Efektivitas Penggunaan Media Internal Majalah info BCA Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi karyawan Halo BCA PT Bank Central Asia*. <https://repository.mercubuana.ac.id/25988/> diunduh pada tanggal 30 September 2018.

Sulastri, Resti. 2016. *Efektivitas Media Internet Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Bio Farma (Persero)*. Vol. 3, No. 2, hlm 2203 – 2210

Website:

<http://www.bumn.go.id> (diakses pada tanggal 25 September 2018)

<http://www.kai.id> (diakses pada tanggal 28 September 2018)